

4 Interconexões entre design e inovação social nas dimensões do local

“Seria presunçoso afirmar que o design pode desempenhar um papel decisivo nessa crise generalizada – pois o design também é objeto da crise. Porém, seria igualmente presunçoso negar a capilaridade das atividades projetuais no tecido da sociedade em crise, pois é participante ativo na configuração do cenário atual.”

Gui Bonsiepe (2012)

4.1 Interfaces do design nas esferas locais

Para compreender a ação do design nas esferas locais torna-se necessário ir além da visão tradicional de projeto que se encontra fortemente conectada à produção de bens físicos. As práticas em design orientadas para o desenvolvimento local apontam para novos horizontes de mudança, pois o projeto não se restringe somente à materialidade dos recursos e inclui significados mais amplos, dando forma às percepções, pensamentos, culturas e saberes que constituem e caracterizam determinada localidade (MAFFEI; VILLARI, 2006).

Para prover transformações efetivas as ações em design necessitam derivar do olhar dos sujeitos sobre seu ambiente a partir das interferências nas dimensões simbólicas, sociopolíticas, econômicas e ambientais que coexistem nos *locus* social. Deste modo, as múltiplas abordagens em design podem ser compreendidas por meio da investigação de suas características projetuais que vão fundamentar os objetivos, os princípios e a finalidade destas ações em cada uma das dimensões locais.

Considerar o design como prática social implica integrá-lo de modo ativo nos processos de desenvolvimento local, fortalecendo e evidenciando suas qualidades e valores intrínsecos. Ante uma perspectiva sistêmica as soluções materiais e imateriais produzidas localmente a partir dos recursos locais (ambiente físico, saberes e pessoas) consistem no resultado de mediações contínuas entre os recursos, os processos, os costumes e os hábitos dos agentes que integram o lugar.

Tendo em vista estabelecer os fundamentos teóricos e compreender o modo como o projeto em design pode contribuir para o desenvolvimento local por meio de estratégias fundamentadas na inovação social, este capítulo busca examinar:

- i) O design como prática social em uma perspectiva sistêmica de atuação;
- ii) As interconexões entre inovação social e desenvolvimento local como foco do projeto em design;
- iii) As abordagens e contribuições do projeto em design nas dimensões ambiental, sociopolítica, simbólica e econômica.

4.2 Os horizontes do design como prática social em cenários complexos

O pensamento e os processos de projeto sofreram transformações desde o surgimento do design como área do conhecimento. O eixo central de desenvolvimento metodológico se deslocou da centralização na técnica – em que as premissas de projeto são orientadas para o desenvolvimento do artefato –, para uma centralização no sujeito, priorizando as necessidades humanas e as questões cambiantes de natureza sociocultural. Estes diferentes enfoques são denominados por Krippendorff (2006) como: design centrado na técnica e design centrado no humano.

Embora a cronologia dos estudos em design evidencie uma clara distinção entre essas abordagens, o campo é composto por uma multiplicidade de visões que se localizam entre os dois polos. A composição heterogênea caracteriza o design como um “corpo organizado de conhecimentos” (COUTO, 1997:22) de natureza interdisciplinar, sem demarcações e limites rígidos em suas fronteiras.

Como a natureza do design advém de complexas interações, determiná-la ou defini-la se constitui em uma tarefa de igual complexidade já explorada por pesquisadores que têm efetuado contribuições significativas para o campo. Como exemplo é possível citar alguns expoentes: Bonsiepe (1978); Margolin e Buchanan (1995) e Thackara (2008).

A exploração das fronteiras teóricas do design e suas interconexões não compõem o escopo de abordagem central deste trabalho, não obstante, como introdução ao objeto de pesquisa alguns destes conceitos serão abordados. A investigação das interações entre as esferas sociais, culturais econômicas e o

ambiente físico não exclui a importância das demais áreas que permeiam o campo, pois o pensamento e os processos de projeto têm passado por transformações desde o surgimento do design como área do conhecimento.

A interação entre a teoria e a prática do design e suas consequentes transformações ocorreram de modo mais efetivo a partir do início do século XX, com a incorporação do design na intensificação dos processos de industrialização. Desde então, o desenvolvimento do design tem sofrido influências diversificadas em um cenário global e dinâmico em que as distintas realidades passam a conviver e interagir de modo simultâneo em cenários definidos por Moraes como: “dinâmicos, fluidos, mutantes e complexos” (MORAES, 2010a:12).

A partir da complexificação das numerosas redes de interdependência, a prática do design passa também a articular e aperfeiçoar recursos e competências. Diante dessa realidade o desenvolvimento projetual necessita comportar uma visão transformadora, orientada às complexidades internas e externas ao projeto, que envolvem todas as condicionantes do sistema e integram os produtos ou serviços projetados.

Moraes (2010a) caracteriza a complexidade como uma interação continuada entre as informações que atualmente se encontram acessíveis e desconexas. Essas interações vão influenciar a “inter-relação recorrente entre empresa, mercado, produto, consumo e cultura” (MORAES, 2010a:12). Suas resultantes determinam contínuos rearranjos nos modelos de produção, distribuição e consumo em seus diversos níveis e conseqüentemente influenciam as modalidades de projeto, pois passam a requerer uma atuação mais dinâmica e fluida.

Com a complexificação das variáveis que envolvem os fenômenos da contemporaneidade o pensamento sistêmico reflete-se sobre as ações em design. Frente a este contexto o design transita para as questões subjetivas e imateriais que permeiam o processo de projeto, passando a abranger contextos mais amplos, orientados para processos estratégicos e sistêmicos. Deste modo, o panorama projetual é ampliado para além do funcionalismo e da tecnologia e passa a incluir em uma perspectiva sistêmica, os demais elementos que constituem a heterogeneidade dos cenários contemporâneos.

Diante dessa perspectiva, o design tem sido utilizado como estratégia para a integração da cadeia de valor nos processos de projeto dos sistemas de produtos e serviços em que as organizações criam seu posicionamento e sua interface,

moldando sua postura frente às estruturas socioeconômicas (CAUTELA; ZURLO, 2006).

O termo estratégia¹⁸ por sua vez, apresenta pontos de vista distintos, que variam de acordo com seus respectivos autores e escolas de pensamento das quais advém. Considerando as diferentes composições teóricas que ainda se mantêm coesas com a etimologia da palavra, de modo geral estratégia consiste em uma perspectiva integradora e continuada entre indivíduos, organizações e ambiente, representada por suas intenções e ações (MINTZBERG, 1987).

Neste cenário se insere o design estratégico como componente de estruturação (das competências inerentes ao design) e de alinhamento (das especificidades intrínsecas e extrínsecas ao ambiente), incluindo as diferentes perspectivas organizacionais e territoriais. Embora o design estratégico se integre aos princípios de gestão do design os conceitos diferem entre si, pois essas abordagens se configuram como diferentes olhares sobre um mesmo tema. Enquanto a gestão do design busca gerenciar o design no ambiente interno das organizações, o design estratégico busca integrar as perspectivas externas, atuando como um importante agente na incorporação de fundamentos estratégicos nas práticas projetuais.

A transformação dos processos contemporâneos de design legitima o pressuposto de que, o “fazer” e o “pensar” design se encontram atrelados à perspectiva histórica do desenvolvimento das relações sociais e de trabalho. As diferentes significações do design expostas por Niemeyer (2007:24) a partir de sua fundamentação no pensamento de Oberg (1995) corroboram essa visão dialógica, pois abrangem as distintas definições nas áreas do conhecimento e da prática.

A autora apresenta em primeira instância a significação de design como atividade artística em que o profissional prioriza o caráter estético, o processo de percepção formal e a elaboração das instâncias de uso, priorizando o fazer do artífice. O segundo sentido atribuído ao design, o caracteriza como “um invento, como um planejamento, em que o designer tem o compromisso prioritário com a produtividade do processo de fabricação e com a atualização tecnológica”

¹⁸ A palavra se originou do grego, *stratêgós*, que enfatiza sua origem militar, significando “ofício ou comando de um general”. A origem de *stratêgós* é constituída por outros dois elementos: *stratós* – que exprime “multidão, exército, expedição”, designando “aquilo que se espalha” –, mais o vocábulo *àgo* – “o que chefia, líder” –, oriundo de *agein* “liderar, comandar” (PIANIGIANI, 1907).

(NIEMEYER, 2007:24). A terceira significação apresentada se fundamenta na interdisciplinaridade, associando o design aos processos de coordenação e integração, como um agente transversal que estabelece a inter-relação entre os saberes das diferentes áreas de conhecimento em todas as etapas do processo de projeto. Estas significações permeiam as práticas em design que podem assumir um ou outro sentido de acordo com o perfil do projeto e do contexto.

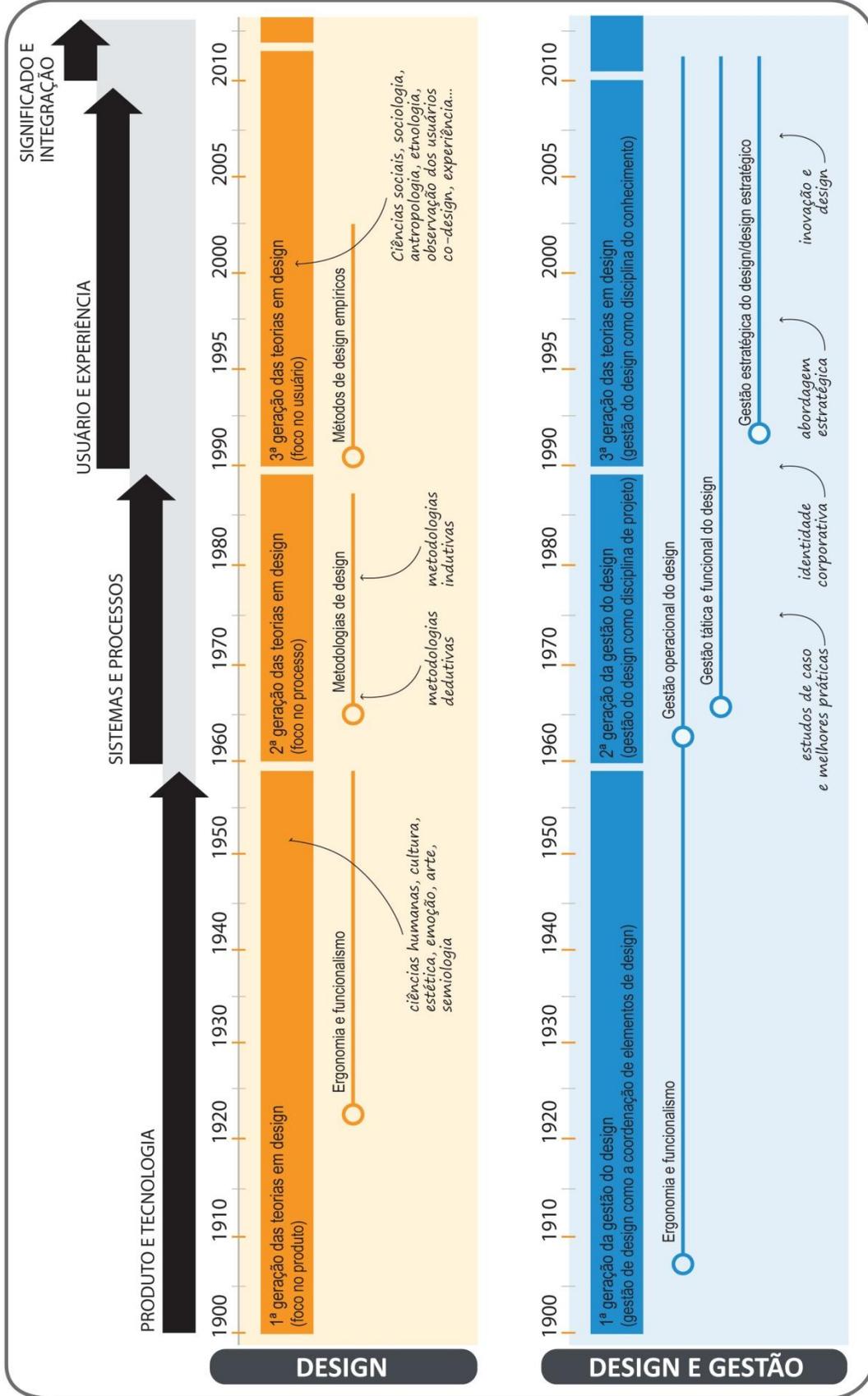
Quando o design passa a ser considerado como uma atividade que abrange toda a cadeia de valor que envolve o projeto, seu papel se redefine e a própria rede ou constelação de valor também se torna objeto de design (MORAES, 2010a:99). Moraes (2010a) parte da definição de cadeia de valor estabelecida por Michael Porter na década de 1980, que compreende todas as fases de desenvolvimento de um produto, desde a obtenção da matéria-prima até sua aquisição pelo consumidor final.

As redes ou constelações de valor são definidas pelo autor como “o conjunto de conhecimentos ou expertises aplicados por diferentes atores em diversas partes da cadeia produtiva, que ao ver alargada a existência de diferentes ações durante o processo produtivo, configura-se como uma rede ou constelação de valor” (MORAES, 2010a:99). Essa cadeia, antes definida como uma sequência linear dos processos produtivos, logísticos e de comunicação passa a assumir o contexto de rede inter e transdisciplinar, organizada a partir de interações mais fluidas e horizontalizadas.

Outros direcionamentos também têm sido incorporados aos processos de design com a finalidade de integrar a complexidade dos cenários nos processos de projeto e prover soluções mais dinâmicas e flexíveis. A transformação ocorrida no último século entre a teoria e a prática em design e sua integração com os processos de gestão transcendem a linearidade do projeto. A partir dos anos 2000 observa-se um crescimento de processos em design configurados de modo sistêmico e interdisciplinar por diferentes saberes e competências.

Deste modo é possível observar na Figura 9 a seguir, as mudanças enfrentadas pelo campo do design, desde seu enfoque tradicionalmente voltado para o produto e para a tecnologia até sua configuração atual que integra os processos estratégicos e de gestão do design, orientados para a inovação.

Figura 9 – Teoria e prática em design e processos de gestão nos séculos XX e XXI



Fonte: Park (2010)

Essa perspectiva ampliada de projeto passa a incluir abordagens estratégicas e de inovação ao processo de design, promovendo a busca de soluções para problemas que abrangem um maior nível de complexidade. Com base nessas premissas e de acordo com o escopo desta investigação, considera-se a visão ampliada e sistêmica de projeto como um importante fator de intervenção, quando alinhado à perspectiva de desenvolvimento local.

4.2.1 A perspectiva sistêmica do design como prática social

A palavra sistema advém do latim: *systema*, significando um conjunto ordenado e integrado de elementos que combinam suas partes e atuam entre si em arranjos recíprocos de ações e reações. Assim, para que o design seja abordado sob um enfoque sistêmico é necessário considerar a complexidade das interações situadas no *locus* projetual.

Os fundamentos definidos por Morin (2002:265) reafirmam a ideia de complexidade e identificam o paradigma sistêmico por meio de três elementos designados como: i) Sistema: representado através da unidade complexa e da natureza fenomênica do todo e também pela complexidade das relações entre o todo e as partes; ii) Interação: que manifesta o conjunto das relações, ações e retroações que compõem o sistema e iii) Organização: definida como a orientação que constitui essas interações.

Com base nesses conceitos uma atuação sistêmica é composta pela complexidade de interações entre a totalidade e cada uma de suas partes, como uma rede composta por tessituras não lineares em que a inter-relação entre o todo e as partes se organizam a partir de interações dinâmicas. Segundo essa perspectiva, uma abordagem sistêmica em design pode ser definida como o desenvolvimento de soluções fundamentadas nas questões de alta complexidade que integram os sistemas de produção, distribuição e consumo.

Os avanços tecnológicos e os processos globalizadores tem propiciado o surgimento de novas abordagens de projeto, como por exemplo: o enfoque na desmaterialização dos artefatos e a ampliação da qualidade dos serviços ofertados; a anulação dos limites espaciais de produção; a acessibilidade à informação e a abertura colaborativa dos processos de desenvolvimento de produtos tangíveis e intangíveis, entre outros.

Na contemporaneidade são as percepções sistêmicas que particularizam e fomentam a atuação do design em busca de soluções inovadoras. Em um panorama de desafios e oportunidades o projeto necessita estar aberto a novas necessidades e possibilidades de mudança, permitindo a integração de equipes ou atores multidisciplinares e propiciando a articulação de diferentes pontos de vista, de distintos modelos de interpretação e de aspectos disciplinares heterogêneos (ZURLO, 2010). Em uma abordagem sistêmica se acentua o desafio de repensar o processo de projeto e buscar novos conhecimentos e habilidades a fim de superar as funções utilitárias e técnicas que, se utilizadas de modo estrito, não atendem às necessidades de um cenário complexo. Segundo esta ótica o design atua como elemento mediador entre os recursos existentes e a busca por respostas adequadas em ambientes de incertezas.

O enfoque sistêmico busca a articulação das redes de valor a partir da integração entre os diferentes atores que sustentam o desenvolvimento dos produtos ou serviços em determinada cadeia produtiva, podendo incluir designers e não designers (como por exemplo: produtores, usuários, instituições governamentais e não governamentais etc.). Neste caso o papel do designer se fundamenta na articulação de estratégias que atendam às demandas dos usuários e que permitam a participação dos atores envolvidos no sistema.

Nos processos de criação coletiva o projeto é desenvolvido por todos os integrantes por meio de ações criativas e colaborativas e de modo abrangente, pode comportar qualquer categoria criativa, tangível ou intangível em qualquer área do conhecimento. A fim de compor um delineamento dessa perspectiva ampliada no campo do design, Krucken (2009:45) efetua um mapeamento das habilidades e competências necessárias nas diferentes etapas do projeto, conforme é possível visualizar no Quadro 12, a seguir.

Quadro 12 – Perspectiva sistêmica do projeto e o papel do designer

PERSPECTIVA SISTÊMICA DO PROJETO	
Características do contexto	Complexidade e incerteza
Características do projeto	Dinâmico, aberto a novos eventos
Foco	Sistemas de produtos e serviços
Valores	Diversidade, flexibilidade, sustentabilidade, conectividade, interatividade

PERSPECTIVA SISTÊMICA DO PROJETO	
Autoria do projeto	Distribuída ou coletiva
Função do usuário	Ator que coproduz valor e faz parte da inovação
Função do designer	Facilitar e apoiar a colaboração e o desenvolvimento de inovações coletivas e sistêmicas
Competências necessárias	Interlocução, capacidade de análise simbólica, capacidade de desenvolver relações transversais na sociedade, habilidade de escuta e de ação em diferentes contextos, capacidade de integração de conhecimentos de diversas áreas

Fonte: Krucken (2009:45)

A utilização desta abordagem nos processos de desenvolvimento local, além das competências e habilidades específicas, considera também a interconexão entre os aspectos de projeto e características do contexto.

O desenvolvimento de sistemas de produtos ou serviços diferenciados e inovadores em uma perspectiva ampla de projeto – por meio da interação e da aprendizagem coletiva – implica no desenvolvimento de competências, métodos e modelos específicos que orientem as ações dos profissionais em design. A busca por soluções em caráter sistêmico “implica desenvolver competências relacionadas com a interlocução, a análise simbólica, a escuta e a ação em diferentes contextos com a integração de conhecimentos de diversas áreas e no desenvolvimento de ações transversais na sociedade” (KRUCKEN, 2009:45).

O desenvolvimento de novas competências na área do design não se sobrepõe aos saberes já adquiridos e aplicados tradicionalmente pela profissão, mas os potencializa e complementa, abrindo caminhos e possibilidades distintas para a atuação profissional do designer (MONTEIRO; WAGNER, 2010). As lacunas que ainda existem nessa área propiciam oportunidades para a construção de competências estratégicas apropriadas, a fim de reforçar e desenvolver de forma adequada o valor das ideias e sua integração às soluções inovadoras geradas em nível local.

As inovações com enfoque nas necessidades sociais têm suas origens nos saberes e na atuação dos indivíduos em consonância com as especificidades das ordenações sociais, que por sua vez são determinadas pelas dimensões temporal e histórica e também espacial e territorial. Deste modo, as inovações sociais

apresentam aspectos distintos em cada localidade e em cada grupo social e seu desenvolvimento torna-se contingente às diferentes possibilidades de combinações existentes em determinado contexto.

A implantação do design como ferramenta de auxílio no desenvolvimento de inovações sociais tem sido tema constante de pesquisas e práticas orientadas para melhorias socioambientais significativas. Como exemplo é possível citar o estudo realizado por Penin (2006:46-47), que identifica as oportunidades emergentes relacionadas com a perspectiva de um desenvolvimento local sustentado. Segundo a autora essas oportunidades são pautadas no potencial dos designers em contribuir como direcionadores dos processos de autonomia durante a realização do projeto, de acordo com os seguintes modos de atuação: i) Como um direcionador da autonomia ascendente traduzida em ações de projeto a partir do conhecimento de não designers; ii) Como um agente valorizador dos recursos regionais orientados ao desenvolvimento local; iii) Como promotor e facilitador da participação dos atores, tendo em vista a criação de valor local e do sentido coletivo de bem-estar, atuando de modo multidisciplinar e multi-institucional.

Esse modo de atuação requer um enfoque sistêmico do projeto em design, pois necessita de envolvimento ativo entre os atores envolvidos, bem como de um remodelamento harmônico entre os requisitos da técnica com as dinâmicas que ocorrem no ambiente físico e social.

A integração do design nas diferentes dimensões do contexto local possibilita uma articulação da capacidade criadora dos sujeitos, visando desenvolver soluções que ampliem a capacidade de desenvolvimento. A partir dessa perspectiva são construídas novas possibilidades para o design trilhar caminhos fundamentados em processos de integração e mediação, promovendo inovações sociais orientadas para o desenvolvimento dos indivíduos e grupos sociais em seus territórios.

4.3 Intersecções entre design, inovação social e desenvolvimento local

Embora ainda não exista um consenso sobre a definição de inovação social e sua abrangência, de modo geral seu conceito pode ser interpretado como o “resultado do conhecimento aplicado às necessidades sociais através da

participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral” (BIGNETTI, 2011:4).

Frente ao extenso escopo teórico que compõe o tema, nesta investigação as abordagens sobre inovação social serão delimitadas aos aspectos pertinentes ao desenvolvimento do local em suas diferentes dimensões. Neste tópico serão sumarizadas as principais abordagens teóricas acerca das inovações sociais, visando estabelecer um panorama das investigações existentes a partir da identificação de seus aspectos convergentes e dissonantes com o campo do design.

A revisão de literatura demonstrou que os estudos e investigações sobre inovação social não são um tema recente para a área científica, entretanto no âmbito das Ciências Sociais esse assunto obteve maior proeminência nas últimas duas décadas e tem sido destaque em discussões nas diversas áreas do conhecimento.

Muitas linhas analíticas relevantes para a compreensão das inovações sociais têm desenvolvido argumentos variados a respeito do tema, quer seja para confrontar os conceitos tradicionais de inovação tecnológica e organizacional com as novas possibilidades de transformação social ou para enfatizar seu caráter transformador frente ao desenvolvimento socioeconômico (MACCALLUM et al, 2009).

Seu ponto de origem remonta ao pensamento de Max Weber, que nas últimas décadas do século XIX caracterizou as invenções sociais como realizações compostas a partir de interações coletivas (MOULAERT et al, 2005). Em 1912 o tema foi disseminado por Joseph Schumpeter (1985), que abordou o conceito de inovação com enfoque na área da Economia. Embora o autor tenha efetuado uma abordagem da inovação como processo, destacando a importância de conexão entre as demais áreas sociais com a área econômica, a inovação passou a ser compreendida prioritariamente como o contínuo arranjo de intervenções deliberadas, para promover novas combinações em prol do desenvolvimento econômico.

As diferenças entre a inovação tradicional e social nem sempre são claras, pois os primeiros conceitos de inovação social surgiram associados a processos organizacionais desenvolvidos pelos setores economicamente dominantes. No início da disseminação das ideias de inovação social, que ocorreu entre 1960 e

1980, houve maior ênfase nas áreas de aprendizagem, formação e organização do trabalho.

Após a década de 1980, igualmente vinculada ao fomento da competitividade das organizações e dos territórios, a inovação social passa a ser relacionada com as políticas sociais e com o arranjo local. Embora os enfoques fossem diferenciados os objetivos eram semelhantes, pois enquanto a visão tradicional de inovação focalizava a materialidade do objeto, as concepções iniciais da inovação social incidiam sobre o contexto: do trabalho, da qualificação, da segurança social e do território (ANDRÉ; ABREU, 2006).

As ideias e os conhecimentos mais recentes sobre inovação social se distanciam cada vez mais do caráter estritamente mercantil, construindo um novo panorama fundamentado na busca por soluções legitimadas socialmente e geradas a partir do conhecimento e das interações coletivas com a finalidade de promover mudanças de ordem social.

A inovação social se distingue por seus resultados e pelas relações estabelecidas a partir de novos modelos de cooperação e colaboração que se estabelecem no *corpus* social. Caracteriza-se por ser uma expressão deliberada dos sujeitos, o que supõe ações intencionais e voluntárias em favor da transformação das condições existentes (ALTER, 2010).

É importante ressaltar que a inovação social pode situar-se nas mais diversas esferas sociais, embora seja comumente associada à promoção de melhores condições de vida para grupos economicamente excluídos ou situados nas periferias socioeconômicas. Essa categoria de inovação pode compreender diferentes atores e setores, como por exemplo: políticas públicas e governamentais que propiciem melhorias para a sociedade em geral; novas categorias de comércio justo e solidário; *softwares* de código aberto; novos modelos pedagógicos de educação para crianças, jovens e adultos e microcrédito ou apoio para empreendedores populares, entre outros (MULGAN et al, 2007).

O exame das significações atribuídas à inovação social e ao seu objeto de estudo indica a existência de uma pluralidade de conceitos, ora mais específicos ou generalizados, dependendo da época, dos autores e do perfil das instituições das quais advém. Cloutier (2003) afirma que este conceito passou por diferentes formulações desde as primeiras abordagens do tema efetuadas por James B. Taylor e Dennis Gabor na década de 1970. Taylor é indicado como o primeiro

pesquisador a utilizar a expressão "inovação social" e investigá-la como um novo modo de desenvolver soluções para atender as demandas sociais. Gabor, por sua vez, investigou as inovações sociais sob a perspectiva do desenvolvimento local.

Desde então tem havido um crescente interesse sobre o tema nas diversas áreas do conhecimento, embora ainda não existam definições usuais e consensuais sobre inovação social. A variedade de conceitos existentes indica sua imprecisão, o que acarreta desacordos teóricos e deficiências em sua utilização prática empregada em favor do desenvolvimento local.

Perante os diferentes pontos de vista a busca por soluções que atendam as necessidades humanas é um aspecto convergente na maioria das concepções de inovação social. Para ampliar sua efetividade diversos estudos têm sido realizados, visando uma melhor compreensão e difusão das inovações nas esferas sociais que necessitam de desenvolvimento.

O delineamento conceitual das inovações sociais é tratado neste tópico de acordo com os alicerces teóricos consolidados pela vasta pesquisa sobre inovação social realizada pela *Young Foundation* (CAULIER-GRICE et al, 2012a, 2012b), em sua participação no projeto TEPSIE (acrônimo de: *The Theoretical, Empirical and Policy Foundations for Building Social Innovation in Europe*). Esse projeto de pesquisa tem o apoio do *European Commission's 7th Framework Programme*, sendo coordenado pelo *The Danish Technological Institute* e pela *Young Foundation*, que realizam uma pesquisa colaborativa iniciada em 2012 com duração prevista até 2015.

Pela expressividade dos trabalhos realizados a *Young Foundation* (YF – Reino Unido) tem se destacado pelos estudos desenvolvidos na área das inovações sociais. Com o intuito de garantir a consistência e a coerência de suas pesquisas esse centro tem realizado extensas investigações que incluem, entre outros temas, a análises das diferentes dimensões e os processos e modos de implantação das inovações sociais.

A *Young Foundation* realizou uma análise aprofundada da literatura existente sobre o modo como os autores têm abordado o tema da inovação social. Com base nesse estudo propõe uma convergência entre as principais características e elementos identificados, agrupando-os em uma definição mais ampla:

“Social innovations are new solutions (products, services, models, markets, processes, etc.) that simultaneously meet a social need (more effectively than existing solutions) and lead to new or improved capabilities and relationships and better use of assets and resources. In other words, social innovations are both good for society and enhance society’s capacity to act.” (CAULIER-GRICE et al, 2012a:18)¹⁹

De acordo com essa definição compreende-se que a natureza multidisciplinar das inovações sociais é transversal às dimensões ambiental, sociopolítica, simbólica e econômica que compõem o local, pois a ampliação do potencial social é influenciada pelas correlações que ocorrem nas demais esferas compostas por qualidades e propriedades que constituem determinada localidade.

As diferentes influências de um ou outro elemento na composição das inovações podem modificar os arranjos relacionais, modificando assim, os resultados obtidos em cada contexto. Esse conceito associa as soluções que atendem as necessidades sociais com novos modelos de interação, que destacam a ampliação do fortalecimento humano e a utilização inovadora dos recursos materiais e imateriais.

Segundo pesquisas da *Young Foundation* (CAULIER-GRICE et al, 2012a) os limites em torno das fronteiras da inovação social são compostos por teorias advindas de outras áreas, tais como: economia, administração pública e estudos de gestão, entre outras, o que não permite definir um corpo distinto e unificado de conhecimento nesta área. Os fatores supracitados contribuem para a heterogeneidade de significados e usos do termo inovação social.

Embora a construção de um entendimento comum seja considerada importante para o desenvolvimento do campo, a abertura do termo a diferentes interpretações possibilitou o engajamento de uma ampla gama de organizações e setores nas práticas e nos debates sobre inovação social.

Com base na compilação e análise dos conceitos existentes na literatura efetuada por Nicholls e Murdock (2012), Caulier-Grice et al (2012a) desmembraram cinco modos comuns utilizados para a descrever o termo, são eles:

i) Transformação social; ii) Modelo de gestão organizacional; iii)

¹⁹ “Inovações sociais são novas soluções (produtos, serviços, modelos, mercados, processos, etc.) que simultaneamente atendem às necessidades sociais (de modo mais efetivo do que as soluções existentes) e direcionam para o aperfeiçoamento ou para o desenvolvimento de novas habilidades e inter-relações sociais, bem como para uma melhor utilização dos ativos e dos recursos. Em outras palavras, as inovações sociais geram melhorias para a sociedade e ampliam o potencial social para a ação” (Tradução livre).

Empreendedorismo social; iv) Desenvolvimento de novos produtos, serviços e programas e v) Modelo de governança, empoderamento e capacitação. Esses modos de abordagem são demonstrados no Quadro 13, a partir de exemplos encontrados na literatura:

Quadro 13 – Resumo dos cinco grandes usos do termo Inovação Social

PRINCIPAIS USOS DO TERMO INOVAÇÃO SOCIAL	
Modos de abordagem do tema inovação social	Exemplos encontrados na literatura
Processos de mudança e transformação social	<ul style="list-style-type: none"> - Papel da sociedade civil nas mudanças sociais - Papel da economia social e dos empreendedores sociais - Papel das empresas na mudança social
Estratégias de negócio e gestão das organizações	<ul style="list-style-type: none"> - O capital humano, institucional e social - Eficiência organizacional, liderança e competitividade - Sustentabilidade e eficácia de organizações sem fins lucrativos
Empreendedorismo social	<ul style="list-style-type: none"> - Inter-relações entre os atores e suas habilidades, competências, recursos e capital social no desenvolvimento de programas e estratégias
Novos produtos, serviços e programas	<ul style="list-style-type: none"> - Inovação no setor público - Prestação de serviços públicos por empresas sociais e organizações da sociedade civil
Governança e empoderamento social	<ul style="list-style-type: none"> - Papel dos indivíduos na criação de empreendimentos sociais - Comportamentos e atitudes relacionados à empresa social - Empresas focadas em objetivos sociais com regime de reinvestimento

Fonte: Caulier-Grice et al (2012a:8)

Conforme os diferentes modos de abordagem apresentados, a inovação social tem sido utilizada para explicitar os processos de mudança da sociedade de modo geral. Nesses processos estão incluídas as ações da sociedade civil no âmbito da economia e do empreendedorismo social, em prol da inclusão socioeconômica. O conceito também inclui e amplia o enfoque empresarial, tradicionalmente orientado para a lucratividade, passando a nortear a ação das empresas para a transformação social por meio da responsabilidade social

corporativa e da concentração de ações em áreas mais amplas, como a saúde, a educação e a assistência, para citar algumas delas.

Um segundo aspecto que tem sido incorporado ao discurso da inovação social diz respeito às estratégias de negócios e gestão relacionada às mudanças no capital institucional, social e humano das organizações. De modo geral, os estudos nesta área abrangem a reestruturação, a modernização e o aprimoramento das relações laborais e da gestão de recursos humanos em organizações com e sem fins lucrativos, visando promover melhorias na eficiência, na competitividade e na sustentabilidade das organizações.

No âmbito do empreendedorismo social o conceito de inovação também é bastante utilizado para descrever e investigar o trabalho das empresas sociais, dos empreendimentos sociais e dos empreendedores individuais, que buscam desenvolver novas soluções para os desafios e necessidades humanas, podendo englobar ações que possuam ou não fins lucrativos.

O desenvolvimento e a implantação de novos produtos, serviços e programas integram as esferas práticas da inovação social. A literatura que aborda este tema investiga a inovação no setor público, nas empresas sociais e nas organizações civis. A dimensão dos produtos e serviços orientados à inovação social inclui as políticas públicas como medidas redistributivas, a prestação de serviços públicos e soluções advindas da sociedade civil que apresentem a finalidade de prover novos produtos ou serviços tendo em vista a melhoria das condições sociais.

Os discursos que enfatizam a governança e o fortalecimento social focalizam os processos e as dinâmicas de construção da inovação por meio da consolidação da autonomia, da participação e da liderança em indivíduos ou grupos sociais. Esse enfoque investiga o inter-relacionamento entre os diferentes atores, suas habilidades, competências, recursos e capital social, como condições necessárias ao desenvolvimento e à implantação de programas e estratégias inovadoras.

Entre as definições e abordagens sobre inovação social apresentadas observa-se a existência de amplas discussões que variam de acordo com as diferentes culturas, países, instituições e seus respectivos panoramas de desenvolvimento. Como a inovação social nasceu direcionada pela prática é compreensível que seu entendimento e sua significação resultem das ações dos

sujeitos sobre o contexto e não de modelos construídos teoricamente. Deste modo, torna-se claro o porquê da variedade de acepções, que continuarão a existir e moldar a teoria, a pesquisa e a prática em inovação social.

As transformações do campo do design em direção a uma abordagem sistêmica convergem para o ideário das inovações sociais, tendo em vista que os processos, competências, pessoas e localidades são considerados elementos-chave na composição dos problemas e das soluções em design (MERONI, 2008). Segundo essa perspectiva os sistemas locais também podem se beneficiar dos processos em design fundamentados em estratégias que visam, além da melhoria dos produtos e serviços, o desenvolvimento local em uma perspectiva ampliada.

Retomando o panorama de desenvolvimento local no âmbito da economia solidária torna-se possível identificar aspectos promissores neste setor para o desenvolvimento de soluções efetivas e duradouras. As iniciativas solidárias concentram em escalas locais os princípios geradores das inovações sociais, esse enfoque está de acordo com as proposições defendidas por Manzini e Jégou (2003) de que as mudanças sistêmicas ocorrem de modo mais efetivo quando nascem dos saberes e das práticas cotidianas das comunidades locais. As soluções advindas dos indivíduos e grupos sociais propiciam um sentido de pertencimento aos participantes, podendo tornar o desenvolvimento de soluções mais acessível e eficaz.

O design sob um enfoque sistêmico se caracteriza como um elemento articulador dos recursos (humanos, ambientais e econômicos), restaurando ou atribuindo sentido e valor às experiências locais. Com base nesses princípios as ações em design desenvolvidas em parceria com os empreendimentos oriundos das camadas populares passam a aprofundar o nível das interações nos processos de projeto e orientar-se para a inovação em produtos, serviço ou sistemas que propiciem as melhorias requeridas em determinada localidade.

4.3.1 Oportunidades para a integração do design como agente de inovações sociais e desenvolvimento local

A atuação sistêmica fundamentada em estratégias que congregam elementos das distintas dimensões do local consiste em um importante fator para a inserção do design como parte dos processos de construção e viabilização de ações

socialmente inovadoras. Essas melhorias se encontram coligadas ao aperfeiçoamento contínuo dos processos, desde o planejamento do projeto e do modo de produzir até o posicionamento frente às exigências dos contextos sociais e econômicos.

As demandas latentes emergem das mais variadas esferas sociais e se integram aos diferentes fatores que governam os mercados locais e globais, influenciando os processos de diferenciação e a competitividade. A transformação contínua das demandas é composta por necessidades cada vez mais difíceis de serem identificadas. Assim, um amplo desafio se impõe às novas abordagens sistêmicas e estratégicas de projeto, que consiste em compreender e decodificar estes cenários buscando melhores níveis de integração entre os mercados, as organizações e os consumidores (PASTORI et al, 2009).

As iniciativas econômicas solidárias, por sua vez, apresentam oportunidades para o desenvolvimento de inovações sociais a partir das conexões entre as categorias extrínsecas e intrínsecas ao projeto que influenciam as mudanças. De acordo com essa perspectiva o design tem muito a contribuir para a compreensão do mercado, do projeto em si e do posicionamento estratégico frente à heterogeneidade das nuances socioeconômicas enfrentadas pelos empreendimentos econômicos solidários.

Tendo em vista essas oportunidades de atuação, os processos em design orientados para as inovações sociais necessitam buscar a compreensão da realidade e sua integração nas dinâmicas de projeto, pois a atuação pontual e específica já não atinge os resultados esperados.

Com a finalidade de contribuir com o desenvolvimento nas diferentes dimensões do local propõe-se uma abordagem em design fundamentada nos elementos centrais das inovações sociais, a partir do reconhecimento das potencialidades desta categoria de inovação e de sua aplicabilidade no campo do design.

Segundo a análise realizada por pesquisadores da *Young Foundation* (CAULIER-GRICE et al, 2012a:20-21) sobre os modos de compreensão das inovações sociais foram identificados alguns elementos comuns que facilitam o seu entendimento, que serão apresentados a seguir. Os autores constataram que alguns elementos centrais necessitam existir para que uma prática seja definida como socialmente inovadora. Conforme demonstrado no Quadro 14 os elementos

centrais se caracterizam como: atendimento às necessidades sociais; ideação e implantação; novidade percebida; eficácia e ampliação da capacidade social para a ação.

Quadro 14 – Elementos centrais da inovação social

ELEMENTOS CENTRAIS DA INOVAÇÃO SOCIAL	
Elementos Centrais	Descrição
Atendimento às necessidades sociais	Inovações sociais são explicitamente projetadas para atender a uma necessidade social reconhecida
Da ideação para a implantação	A invenção é entendida como o desenvolvimento de ideias e a inovação consiste na implantação prática das ideias
Novidade percebida	Inovações sociais são percebidas como um novo direcionamento ou uma nova prática para uma região, campo, setor, mercado ou para os indivíduos
Eficácia	Inovações sociais necessitam ser mais eficazes do que as soluções existentes e também mensuráveis em termos de resultados
Ampliação da capacidade social para a ação	Fortalecimento social e criação de novos papéis e inter-relações, desenvolvimento de conhecimento e habilidades e o melhor uso de ativos e recursos

Fonte: Caulier-Grice et al (2012a:20-21)

O atendimento às necessidades sociais é um aspecto que distingue a inovação social dos demais tipos de inovação. Obviamente, o reconhecimento das demandas sociais depende do contexto e das relações que ocorrem no *locus* social, deste modo, a definição do que consiste ou não em uma necessidade está condicionada à dinâmica das interações entre os atores sociais em um recorte de tempo e lugar.

As inovações sociais se definem pela implantação prática das ideias, assim a ideação e a implantação são elementos complementares na transição entre formulação da ideia e sua consecução. Segundo Caulier-Grice et al (2012a) a literatura sobre os estudos em inovação diferencia os termos invenção, inovação e difusão da seguinte maneira: invenção é entendida como uma nova ideia para o produto, serviço ou processo; a inovação é o desenvolvimento prático dessa ideia e a difusão é considerada uma etapa distinta do processo de inovação,

compreendendo a disseminação da inovação em contextos diferenciados. Esta categoria de inovação não necessita ser completamente original ou única, entretanto para ser qualificada como inovação social é primordial que seja percebida como um novo direcionamento ou uma nova prática para uma região, campo, setor, mercado ou para os indivíduos.

As melhorias geradas pelas inovações podem ser mensuradas de modo qualitativo ou quantitativo, entretanto para serem reconhecidas como inovações sociais necessitam apresentar resultados mais eficazes do que as soluções existentes. As medidas de eficácia normalmente se encontram coligadas aos valores sociais subjacentes que a inovação tem o objetivo de promover, portanto necessitam ser capturadas e articuladas a partir do impacto da iniciativa no grupo alvo ou no tema em questão. A mensuração de resultados pode ser definida como uma das etapas mais complexas, pois os fatores subjetivos como, por exemplo, a expansão do potencial humano e o índice de felicidade são indicadores difíceis de medir por suas características difusas e subjetivas.

A ampliação da capacidade social para a ação também consiste em um dos elementos centrais para a existência das inovações sociais. O processo de inovação social muitas vezes acarreta profundas mudanças no inter-relacionamento entre indivíduos, grupos e instituições, alterando especialmente as relações de governança. A partir dessas intervenções as esferas públicas passam a incorporar uma maior articulação e participação dos atores sociais e políticos, ampliando o acesso dos beneficiários a recursos que melhor atendam suas necessidades (SANTOS, 1997).

O desenvolvimento da aptidão da sociedade para operar em busca de soluções para suas próprias necessidades é muitas vezes documentado na literatura como um elemento determinante na composição das inovações sociais. Diferentes autores utilizam termos distintos para definir as transformações das relações sociais, o alargamento das capacidades sociopolíticas e o acesso aos recursos. Moulaert et al (2005), por exemplo, se refere às dimensões de processo e de “empoderamento” e Hämäläinen e Heiskala (2007) denominam de recursos de poder coletivo e de desempenho social, entretanto os autores utilizam diferentes especificações para explicar o mesmo conceito.

Além dos elementos centrais também foram identificadas nas pesquisas desenvolvidas pela *Young Foundation* (CAULIER-GRICE et al, 2012a:23-24) as

seguintes características comuns às inovações sociais: otimização dos ativos e dos recursos; relações intersetoriais; participação dos usuários no consumo e na produção; prática aberta e/ou colaborativa; mutualismo; desenvolvimento de capacidades e habilidades; ações sociais espontâneas e novas relações ou associações. Segundo os autores, as características inerentes às inovações sociais (Quadro 15) podem existir de modo isolado, quando a inovação social contém apenas uma dessas características ou de modo concomitante, em que as características se sobrepõem ou se inter-relacionam.

Quadro 15 – Visão geral das características comuns nas inovações sociais

CARACTERÍSTICAS COMUNS NAS INOVAÇÕES SOCIAIS	
Características comuns	Exemplos encontrados na literatura
Otimização dos ativos e dos recursos	- Reconhecimento, exploração e coordenação dos ativos e recursos latentes, intangíveis e/ou físicos
Relações intersetoriais	- Ocorrem nas interfaces setoriais e envolvem diferentes atores de diferentes setores
Participação dos atores no consumo e na produção	- Fronteiras difusas entre produtores e consumidores
Prática aberta e/ou colaborativa	- Produzido pelas massas ou por um grande número de pessoas - Trabalho desenvolvido de forma independente em projetos coletivos - Livre das estruturas formais e dos mecanismos de mercado
Mutualismo	- Noção de que o bem estar coletivo e do indivíduo é atingido somente a partir de uma interdependência mútua
Desenvolvimento de capacidades e habilidades	- Abordagem participativa permitindo que os beneficiários desenvolvam capacidades e habilidades para atender as suas próprias necessidades no longo prazo
Ações sociais espontâneas	- Sistemas distribuídos em que a inovação e as iniciativas sociais são disseminadas nas periferias e interconectadas por redes
Novas relações ou associações	- Inovações sociais desenvolvidas com os usuários e pelos usuários - Podem ser identificadas pelo tipo de relações que criam com e entre os seus beneficiários

Fonte: Caulier-Grice et al (2012a:23-24)

Como as inovações sociais são orientadas pela prática e apresentam divergências conforme as acepções advindas das diferentes áreas do conhecimento, esses elementos e características não são definitivos, pois em âmbito global têm sido gerados novos e diferenciados modos de enfrentamento aos desafios sociais. A Figura 10 a seguir apresenta uma visão geral dos elementos apresentados, que integram as inovações sociais.

Figura 10 – Elementos centrais e características comuns dos conceitos de inovação social



Fonte: Adaptado de Caulier-Grice et al (2012a)

É importante salientar que as ações e pensamentos que direcionam o desenvolvimento das inovações sociais se encontram em constante transformação, portanto essa circunscrição do tema e de seus aspectos comuns não tem o propósito de congregar os variados conceitos em busca de uma unicidade. As

fronteiras difusas da inovação social reforçam a necessidade de contextualizar o tema em áreas específicas do conhecimento de acordo com os objetivos a serem investigados, deste modo podem emergir contribuições efetivas direcionadas para o desenvolvimento e para a transformação social.

Com base nos elementos centrais e nas características que constituem as inovações sociais, a seguir são efetuadas proposições de integração desses elementos com as ações em design orientadas para o desenvolvimento local em suas diferentes dimensões.

4.3.1.1 Estratégias em design orientadas para a dimensão ambiental

A principal característica das inovações sociais a serem implantadas na dimensão ambiental se refere à otimização dos ativos e dos recursos existentes em determinada localidade (Quadro 16). O reconhecimento e partilha dos ativos e recursos em iniciativas de inovação social auxilia o desenvolvimento de benefícios para todas as partes envolvidas, pois compreende os modos de identificação, exploração e coordenação dos meios, que de outra forma poderiam ser desperdiçados ou mal utilizados.

Quadro 16 – Classificação dos ativos e recursos em iniciativas de inovação social

CLASSIFICAÇÃO DOS ATIVOS E RECURSOS		
Latentes	Quando não são reconhecidos de imediato, mas contém um potencial de desenvolvimento diante de circunstâncias favoráveis	Exemplo: habilidades que os grupos sociais têm à disposição
Intangíveis	Quando apresentam aspectos imateriais e subjetivos	Exemplo: valores locais
Físicos	Que apresentam características concretas e palpáveis	Exemplo: espaços físicos e recursos materiais

Fonte: Caulier-Grice et al (2012a:23-24)

Nos processos de design as ações orientadas para a dimensão ambiental apresentam relevância principalmente em duas categorias direcionadoras de projeto: a primeira delas corresponde à valorização da produção com ênfase nas características específicas de determinado território, incluindo seus recursos e o modo de atuação humana durante os processos; a segunda categoria comporta

ações voltadas para a redução dos impactos ambientais e para a preservação dos recursos.

A primeira categoria é abordada por Krucken (2009) com ênfase nos processos de projeto orientados para a valorização das especificidades locais. A autora focaliza a perspectiva de ampliação do valor dos produtos e serviços desenvolvidos localmente a partir de suas propriedades ambientais, sociais e organolépticas (aspectos físicos que podem ser percebidos pelos sentidos humanos), que vão determinar o conjunto de características que qualificam o produto.

Nesse caso o projeto em design parte de um enfoque sistêmico tendo em vista o fortalecimento da competitividade dos produtos com base em suas particularidades territoriais. A estratégia de valorização das propriedades físicas e ambientais dos produtos locais é compreendida como estratégia orientada para a dimensão ambiental devido à aderência ao tema de pesquisa desta tese.

Segundo Krucken (2009) a qualidade ampliada dos produtos envolve o território, suas propriedades e recursos e as práticas locais específicas. Para promover esses aspectos diversas interferências em design podem ocorrer em todas as etapas produtivas a fim de ampliar a qualidade e o valor agregado em todo o ciclo de desenvolvimento, comercialização e utilização dos produtos.

As significações heterogêneas do conceito de qualidade podem suscitar distintas interpretações de acordo com o modo de uso ou as circunstâncias em que o termo é utilizado. Quando empregado em um sentido mais usual pode não expressar toda a abrangência do conceito, restringindo-se muitas vezes às diferentes caracterizações dos produtos ou serviços.

Com o objetivo de esclarecer o entendimento dos termos relativos à qualidade, seus princípios e processos de gestão, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) elaborou a normatização NBR ISO 9000:2005. Este documento define qualidade como o “grau no qual um conjunto de características inerentes satisfaz a requisitos” (ABNT, 2005:8).

Para uma melhor compreensão desta acepção as “características” são interpretadas como propriedades diferenciadoras, que podem ser existentes ou atribuídas, qualitativas ou quantitativas, por sua vez, o termo “requisitos” é definido como necessidade ou expectativa que é expressa de forma implícita ou obrigatória (ABNT, 2005:8-14).

Mesmo apresentando diferenças conceituais, quando aplicadas ao design as interpretações do termo “qualidade” convergem para a exteriorização das propriedades intrínsecas agregadas aos produtos e/ou serviços locais desde sua origem ou desde o seu desenvolvimento. A relação do usuário ou consumidor com a qualidade dos produtos e serviços é definida pelo seu período de utilização, deste modo no momento anterior ao uso, quando é possível aspirar por determinadas propriedades ou características, denomina-se de “qualidade esperada” (KRUCKEN, 2009:26). Segundo a autora, durante o período de utilização de um produto ou serviço, em que o indivíduo necessita explorar suas propriedades, a qualidade é designada de “qualidade experimentada”. Por sua vez, o resultado da experiência como um todo, proporcionado no momento pós-uso consiste na “qualidade percebida” pelo indivíduo.

Krucken (2009) identifica os fatores que ampliam a qualidade percebida do produto e que podem auxiliar os designers no processo de projeto, sendo eles: a identificação dos produtores; o processo produtivo; os parâmetros de qualidade socioambiental; o histórico e o conjunto dos caracteres identitários do produto. Segundo a autora esses aspectos definem as características de autenticidade – que comprovam a procedência, origem e elaboração – e de rastreabilidade, que possibilitam identificar o histórico e a localização de um item por meio de registros efetuados previamente. Esses fatores encontram-se intrinsecamente relacionados à dimensão ambiental, interferindo na percepção da qualidade dos produtos e serviços e, conseqüentemente na valorização da localidade em que se originam.

Tendo em vista o desenvolvimento de uma comunicação mais efetiva sobre a origem do produto, Saikaly e Krucken (2010) apresentam alguns dos principais elementos que necessitam ser considerados no projeto em design. As estratégias apresentadas a seguir buscam promover a dimensão ambiental, intermediando a aproximação entre produtores e consumidores, sendo elas: seleção de tecnologias apropriadas; recuperação e utilização dos processos e saberes tradicionais; identificação e valorização das características imanentes do território de origem (modos de produzir, matérias-primas e processos pelos quais o produto foi elaborado); indicadores de procedência e qualidade (por exemplo: selos e certificações de agricultura orgânica, comércio justo, entre outros); garantias (prazos de troca, serviços de atendimento ao cliente) e selos de rastreabilidade e

segurança (informações técnicas relacionadas com a segurança do consumo, permitindo o rastreamento do produto).

A segunda categoria de projeto relacionada ao ambiente se refere à redução dos impactos ambientais e à preservação dos recursos, em que ações em design podem ser desenvolvidas de modo significativo. Esta área já apresenta estudos bastante avançados tendo em vista a melhoria dos fluxos de processos e operações ao longo da cadeia produtiva. As estratégias utilizadas incluem a redução do uso de materiais e de fontes energéticas, a redução de *inputs* e *outputs* no meio ambiente durante o processo produtivo e o desenvolvimento de produtos mais seguros e com menor impacto ambiental.

Pesquisas nesta área foram iniciadas a partir da popularização das certificações ambientais (denominadas de tecnologias de fim de linha ou *end-of-pipe*) disseminadas a partir das décadas de 1960 e 1970 como solução imediata para atender os requisitos ambientais mais restritivos. O ponto central dessa abordagem está na escolha de recursos de menor impacto ambiental, envolvendo tanto materiais quanto fontes energéticas requeridas para a produção de um determinado bem (SILVA et al, 2009).

As estratégias em design orientadas para a melhoria ambiental podem orientar ações para a reelaboração das técnicas e operações no decorrer do processo produtivo e durante o desenvolvimento do produto, desde a extração da matéria-prima até o seu descarte. A principal finalidade dessas estratégias consiste em utilizar os recursos de modo mais eficiente, buscando prevenir a degradação ambiental, o desperdício de matéria-prima e energia e a geração de resíduos.

As principais abordagens desta área incluem ações durante todo o processo de projeto que compreendem as fases de desenvolvimento, produção, utilização e fim de vida. De modo geral as estratégias que abordam a redução dos impactos ambientais e a preservação dos recursos são bastante disseminadas atualmente no âmbito do design de produto e abrangem duas esferas de atuação: i) O redesign: consiste no processo de melhoramento de um produto existente; ii) O ecodesign: baseado na estratégia de desenvolver novos produtos com objetivo de gerar um menor impacto ambiental durante parte ou em todo o seu ciclo de vida (ROY, 1994).

Tendo em vista a ampliação da eficiência dos recursos e a redução dos danos ao meio ambiente durante todas as etapas da vida do produto, Manzini e

Vezzoli (2002) apresentam algumas diretrizes voltadas para o projeto, que são explicitadas a seguir: escolha de recursos de baixo impacto ambiental; extensão da vida dos materiais; minimização e desmaterialização dos recursos; otimização da vida dos produtos e facilidade de desmontagem.

Esses requisitos podem assumir diferentes níveis de desempenho na dimensão ambiental, podendo variar desde a redução de materiais, a reutilização e a biocompatibilidade até a minimização dos impactos ambientais decorrentes da avaliação e interferência em todas as fases do ciclo de vida do produto. Nesse âmbito de projeto não ocorre uma alteração profunda no estilo de vida e de consumo dos indivíduos, mas o design passa a influenciar as escolhas do consumidor, iniciando um direcionamento para modos mais conscientes de comportamento (MANZINI; VEZZOLI, 2002).

Observa-se que o enfoque ambiental no processo de desenvolvimento de produto já se encontra em um bom nível de consolidação no que tange à realização de pesquisas sobre o tema. Por outro lado, ainda apresenta um discreto nível de disseminação no plano prático, tendo em vista que são necessários esforços mais contundentes em todos os estratos sociais e institucionais, a fim de sensibilizar e implantar mudanças mais efetivas nos estilos de vida atuais.

Conforme as proposições apresentadas consideram-se que as estratégias ligadas à redução do impacto ambiental e à valorização das características intrínsecas dos produtos e serviços associados ao território congregam abordagens fundamentais para os processos de projeto orientados para o desenvolvimento local.

O modo de uso do ambiente e o processo de aprendizado e reformulação das práticas, que ocasionam mudanças nas relações humanas com o ambiente, são elementos que integram a dimensão ambiental, promovendo a sustentação e a continuidade das ações desenvolvidas localmente. Essa asserção corrobora com as características das inovações sociais referentes ao desenvolvimento das capacidades e habilidades dos beneficiários, propiciando ferramentas para que os indivíduos atendam às suas próprias necessidades no longo prazo.

A capacitação dos indivíduos assegura o desenvolvimento da aptidão humana para agir de modo ativo e criativo em favor de suas aspirações. Por meio da ação autônoma e do reconhecimento das habilidades, talentos e recursos disponíveis, torna-se possível aos grupos ou indivíduos obter novas soluções para

suas necessidades específicas, promovendo soluções inovadoras de modo mais efetivo e duradouro.

4.3.1.2 Estratégias em design orientadas para a dimensão sociopolítica

A dimensão sociopolítica do local é composta pelos diferentes modos de participação, influências e domínios nas diversas esferas decisórias. Nessa dimensão as inovações sociais se configuram a partir das relações intersetoriais, considerando que as dinâmicas podem ocorrer de modo transversal, envolvendo diferentes atores e diferentes setores.

De acordo com a revisão de literatura as características inter-relacionais são um componente comum das inovações sociais, tendo em vista que os movimentos de mudança muitas vezes se desenvolvem nas interfaces de um conjunto de setores. Como exemplo é possível citar a atuação colaborativa de organizações do terceiro setor, instituições estatais e empresas privadas para promover melhorias em grupos situados nas periferias sociais.

Frente a esse contexto, as práticas em design fundamentadas na objetividade e na linearidade dos processos mostram-se insuficientes para atender à pluralidade das demandas locais. Assim, nesta dimensão do local o design passa a atuar como modalidade integradora dos requisitos advindos dos diferentes indivíduos, grupos e setores, passando então a integrar designers e não designers em etapas pontuais e posteriormente, na totalidade do projeto.

Esse sistema de inter-relacionamento propicia a composição de redes de projeto, constituídas por uma diversidade de atores em torno de um objetivo ou agenda comum. O arranjo deste tipo de rede parte de uma atuação fundamentada em processos colaborativos. As redes de projeto advêm da noção de entrelaçamento e estrutura reticulada que se origina da ideia do próprio artefato tecido com fios que formam malhas, “mais ou menos largas, que deixam passar a água e retêm os peixes” (MICHAELIS, 2013).

A palavra “rede” foi adquirindo novos significados ao longo do tempo, passando a ser empregada em diferentes situações. O conceito de rede transformou-se nas últimas duas décadas em sinônimo de organização articulada e facilitadora de processos capazes de responder às demandas de flexibilidade,

conectividade e descentralização nas esferas de atuação e articulação social (OLIVIERI, 2002).

Castells (1999:113) afirma que, no decorrer da história já se observava na formação das sociedades o modo de organização social em redes, entretanto defende que “o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social”. Como elemento estruturante para a formação das redes se encontram os princípios da colaboração, solidariedade, transparência e responsabilidade e sua construção envolve um processo de autoaprendizagem, que necessita enfatizar a cooperação e a valorização dos resultados obtidos conjuntamente.

O desenvolvimento de inovações sociais fundamentadas em redes colaborativas se encontra fortemente vinculado à ampliação das tecnologias da informação e comunicação, fato que propiciou novos modos de convivência e de participação dos indivíduos em proporções não previstas anteriormente. Conforme se expandem as possibilidades de acesso às tecnologias da comunicação aos artefatos digitais também se expande o poder de decisão dos indivíduos sobre as possibilidades de determinar em que medida a utilização destes aparatos é útil para o desenvolvimento de ações coletivas e participativas.

Modelos de desenvolvimento de projeto em rede apresentam modos distintos de organização coletiva, que ultrapassam as estruturas e mecanismos formais de mercado. Como exemplo de projeto em design desenvolvido neste campo é possível citar os projetos de código aberto que permitem o livre acesso, interferência e reprodução, propiciando novas formas de propriedade intelectual, não fundamentadas na posse, mas no acesso e na participação.

As fronteiras que delimitavam os papéis de desenvolvedor, produtor e usuário, antes claramente determinadas no projeto em design, se encontram cada vez mais imprecisas. A integração ativa de diferentes atores da cadeia produtiva no processo de projeto tem sido fomentada não somente com a finalidade de assegurar a eficácia e a aceitação dos produtos e serviços, pois parte também do interesse dos sujeitos em intervir e participar da concepção de seus próprios modos de vida.

Segundo Sanders e Stappers (2008) no campo do design as pesquisas e práticas centradas no humano advieram inicialmente da inserção dos usuários no

projeto de modo passivo, em que a contribuição consistia na execução de tarefas ou na emissão de opiniões a respeito de produtos já desenvolvidos.

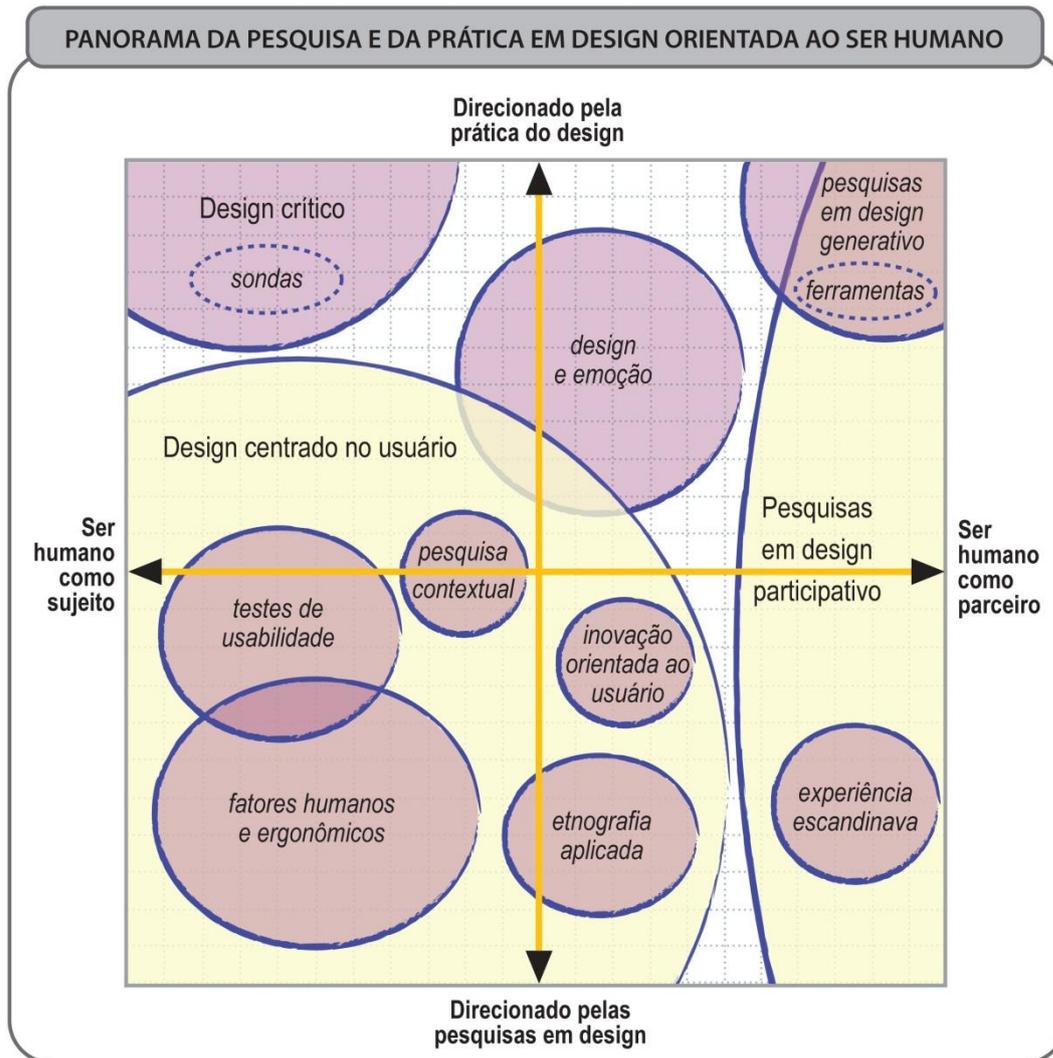
A similaridade entre o design participativo, o design colaborativo e o codesign permite aproximar esses conceitos a partir de seus aspectos semelhantes, que são apresentados a seguir conforme definições estabelecidas por Sanders e Stappers (2008:2). O design participativo busca incluir o ser humano no centro do projeto, ampliando seu espaço e sua influência, desse modo os indivíduos passam a prover conhecimentos e participar ativamente das ações de projeto em uma ou mais etapas.

O codesign pode ser entendido como a criatividade coletiva de designers e demais colaboradores, entretanto os autores utilizam este termo em um sentido mais amplo, para definir a colaboração efetiva entre designers e não designers trabalhando conjuntamente no processo de desenvolvimento do projeto.

O processo de projeto desenvolvido de modo colaborativo segue em linhas gerais, as macroestruturas metodológicas universalmente utilizadas na área de design para a elucidação de situações ou problemas. Um de seus principais diferenciais consiste na utilização de uma lógica projetual que modifica a estruturação do processo, considerando que este tende a apresentar maior flexibilidade e interação entre as etapas.

Outro fator de diferenciação consiste nas técnicas e ferramentas empregadas, que buscam a inserção de não designers no processo de projeto, por meio da reflexão, da crítica e da análise sistêmica do contexto. A Figura 11 a seguir apresenta uma visão do panorama da pesquisa e da prática em design orientada ao ser humano, no desenvolvimento de produtos e serviços.

Figura 11 – Panorama da pesquisa e da prática em design orientada ao ser humano



Fonte: Sanders e Stappers (2008)

Os processos de design colaborativo são desenvolvidos com os usuários, de modo que as soluções advenham dos participantes com base em seu entendimento sobre a situação problema. Nesse caso o profissional de design assume o papel de mediador para que o processo resulte em soluções apropriadas para as necessidades identificadas.

Não somente o campo do design tem apresentado interesse nas práticas colaborativas, tendo em vista que este tem sido um tema constante nas mais variadas áreas do conhecimento, como por exemplo, as Engenharias, a Pedagogia, a Gestão do Conhecimento e a Educação. Por esse motivo o termo “colaboração” passa a assumir diversas atribuições e significações por muitas vezes pouco definidas, considerando que as particularidades dos grupos que efetuam trabalhos

conjuntos podem provocar divergências na atribuição do significado de colaboração (HEEMANN et al, 2007).

Na literatura foram encontradas algumas variantes nas significações do termo colaboração e verificou-se também um maior emprego e difusão do termo em tempos mais recentes “provavelmente em decorrência do processo de globalização, em que pessoas, que vivem em contextos diferentes passam a trabalhar conjuntamente” (HEEMANN et al, 2007:1).

A colaboração – entendida como um trabalho conjunto realizado por meio de um esforço comum – sugere que a habilidade para a execução de ações colaborativas depende da relação das pessoas envolvidas, da confiança estabelecida e da dedicação coletiva para o alcance dos resultados (EAST et al, 2007). Segundo Heemann et al (2007) a significação e a utilização do termo podem variar, pois abrangem tanto uma ação, um processo ou ainda, um resultado.

Outro fator que pode determinar as diferentes significações atribuídas ao termo consiste nas influências das diversas disciplinas relacionadas ao trabalho humano, pois o sentido da colaboração pode variar de acordo com a área do conhecimento em que se estuda o fenômeno. A colaboração propriamente dita, independentemente de onde e com qual objetivo aconteça, caracteriza-se pela reunião de um grupo de diferentes pessoas para discutir ou solucionar algum problema comum em um ambiente democrático e participativo.

Conforme definição de Heemann et al (2008:02): “de um modo geral, o termo colaboração é empregado para designar alguma atividade onde ocorre auxílio entre pessoas, ou seja, uma atuação conjunta, ao invés de individual, com objetivo de se alcançar um determinado fim”.

Além do alcance de um objetivo, a motivação que advém das práticas colaborativas se fundamenta na somatória de esforços, competências e habilidades (MOECKEL; FORCELLINI, 2007). Assim, quando diferentes pessoas, de diversas áreas estão envolvidas em um processo colaborativo, os resultados apresentam soluções inéditas e muitas vezes superiores às alternativas desenvolvidas por pessoas ou grupos isolados. Esse fato explicita a importância das relações intersetoriais para o desenvolvimento de inovações sociais.

Aproximando as práticas colaborativas do contexto do design convém ressaltar que, para o desenvolvimento de inovações sociais mais profícuas a

colaboração necessita englobar todas as etapas de projeto, incluindo o planejamento, a definição de metas e o delineamento da própria ação colaborativa. Essas ações necessitam perpassar todos os estágios de compartilhamento de trabalho entre os setores, grupos ou organizações, nos níveis estratégico, tático e operacional.

Com base nesta perspectiva ideal de desenvolvimento de projeto colaborativo, é importante salientar que a colaboração consiste no estado de trabalho mais difícil de ser estabelecido e mantido, por exigir esforços continuados em todas as etapas e nos diferentes níveis em que se insere. Conseqüentemente, a colaboração no processo de design envolve não somente o cliente, consumidor ou usuário, mas todos os atores envolvidos nas atividades, que apresentem objetivos compartilhados.

Deste modo, a colaboração no projeto de produtos (e serviços) pode ser compreendida como uma ação ou resultado produtivo ou criativo em um grupo solidário de pessoas comprometidas com o processo (HEEMANN et al, 2008). Um bom direcionamento de projeto que congregue designers, instituições ou setores utilizando a colaboração entre pessoas – que por sua natureza são diferentes entre si e possuem diferentes ideias e opiniões (por exemplo: colaboradores, consumidores ou fornecedores) –, conseguem resultados positivos não só para resolução de problemas, mas também na melhoria do ambiente e na redução do tempo e recursos gastos durante o desenvolvimento do projeto (MOECKEL; FORCELLINI, 2007).

Além dessas vantagens a inserção de diferentes atores no desenvolvimento do projeto propicia uma maior compreensão da pluralidade dos contextos de uso e produção. Essas peculiaridades, quando integradas ao projeto de design garantem um maior satisfação e sentido de pertencimento aos participantes, além de propiciar qualidade e confiabilidade aos produtos e serviços.

Para que a colaboração aconteça e atinja resultados satisfatórios, alguns fatores como a confiança e a dedicação de cada parte necessitam ser observados. Com a mesma importância destacam-se a similaridade de valores e o conhecimento dos objetivos básicos da prática (LIMA; HEEMANN, 2009). Outro importante aspecto para o desenvolvimento de práticas colaborativas consiste em assegurar que todos os participantes possam expressar suas opiniões e ideias sem

que haja qualquer tipo de ameaça, repressão ou julgamento (CHRISTOPOULOS; DINIZ, 2005).

Muitas vezes o processo cooperativo do trabalho se confunde com a colaboração, mas o fato de trabalhar em equipe não pressupõe a existência de colaboração, por conseguinte é importante salientar que os termos, cooperação e colaboração possuem diferentes significações. Fiorentini (2004) defende que a cooperação pode ocorrer na execução de tarefas mesmo quando existem relações subservientes ou hierarquizadas, enquanto os procedimentos colaborativos tendem a priorizar a igualdade de condições entre seus membros.

Em síntese, o processo de design baseado na colaboração necessita envolver de forma ativa, participativa e democrática os indivíduos, grupos sociais, organizações ou setores interessados no desenvolvimento de produtos e serviços, uma vez que o projeto – quando desenvolvido a partir de redes de colaboração – apresenta maiores possibilidades de atender às diferentes expectativas dos consumidores, produtores e mercados.

As abordagens fundamentadas no desenvolvimento de inovações sociais na dimensão sociopolítica do território se baseiam em organizações intersetoriais – entre indivíduos, grupos sociais e organizações – que buscam desenvolver soluções específicas para a localidade em que vivem, como uma resposta alternativa às soluções institucionalizadas. A percepção da qualidade social não advém somente de produtos ou serviços que a favoreçam, mas também de uma condição de bem-estar construída socialmente (MANZINI; VEZZOLI, 2002).

As redes fundamentadas na colaboração desenvolvidas em grupos, instituições ou comunidades de determinada localidade, de modo geral advém da intenção em atingir objetivos que não seriam alcançados se fossem executados individualmente (CAMARINHA-MATOS et al, 2004). Para tanto, torna-se necessário trabalhar com os pares e estabelecer uma relação de parceria horizontalizada, buscando empregar os recursos e potencialidades regionais a partir de articulações em prol de um desenvolvimento coletivo.

Estas parcerias permitem que as informações e o conhecimento possam ser compartilhados por todos sem canais reservados, favorecendo a formação de uma cultura de cooperação que ao mesmo tempo fortalece a autonomia dos participantes. Deste modo as redes assumem o caráter de sistemas ativos,

comprometidos com mudanças sociais relevantes para a localidade em que se encontram.

As redes colaborativas são definidas por Olivieri (2002:1) como “sistemas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições, de forma democrática e participativa, em torno de objetivos e/ou temáticas comuns”. Para o autor, as relações humanas em redes – determinadas pelo trabalho participativo e colaborativo e sustentadas pela afinidade e intencionalidade dos indivíduos –, atuam como um alicerce para a estruturação desses modelos organizacionais.

Segundo Ribas e Ribas Jr. (2004:31) as redes colaborativas locais apresentam os seguintes atributos: i) Possuem um foco temático (no caso, o tema de trabalho está concretamente situado em problemas ou oportunidades de desenvolvimento de determinada localidade); ii) Sua base territorial é claramente definida (bairro, distrito, município ou região); iii) Seus agentes são cidadãos ou organizações que atuam em um espaço determinado, cujos membros vivem na localidade e possuem interesses ou responsabilidades no desenvolvimento da mesma. Esses aspectos propiciam a mobilização das organizações em torno de questões críticas para o desenvolvimento da comunidade.

Este conceito difere dos conceitos de projeto participativo orientados ao desenvolvimento de produtos competitivos e bem posicionados no mercado, tendo em vista que as redes colaborativas adquirem dimensões mais amplas, orientadas para a coletividade e para a melhoria das condições de vida da população em uma comunidade geográfica definida. Nesses casos, a colaboração é estruturada para promover mudanças sociais, caracterizando-se como o eixo central dos espaços de diálogo e formação de consensos em que a capacidade de argumentação deve prevalecer sobre as relações hierárquicas e os interesses corporativos (RIBAS; RIBAS JR., 2004).

Segundo Manzini (2008:76) as inovações sociais são desenvolvidas a partir de interações de “baixo para cima”, de “cima para baixo” e “entre pares”. Nas interações de baixo para cima as iniciativas advêm das bases, ou seja, se originam dos indivíduos ou grupos interessados nos processos de mudança. No caso das inovações de cima para baixo ocorre a intervenção de instituições pertencentes a outras esferas, como por exemplo, ações provenientes de organizações públicas ou privadas. As interações entre pares são geradas a partir do compartilhamento de informações, de interesses comuns ou de ações desenvolvidas por sujeitos

semelhantes. Com base nesses aspectos, os resultados das inovações podem ser reconhecidos pelas novas formas de relações ou associações desenvolvidas. Devido a este motivo, a qualidade dos vínculos relacionais que motivam as mudanças constitui-se como uma característica constante nas inovações sociais.

Novos arranjos relacionais permitem a criação de relações sociais diversificadas nas esferas sociais e políticas do território como, por exemplo: novas formas de governança; novos modos de ação colaborativa; ampliação da inclusão e da participação de grupos marginalizados ou de grupos com pouca representação social. As relações ou associações também podem ser completamente alteradas, permitindo que os usuários se tornem produtores, que pacientes se tornem cuidadores ou que alunos se tornem professores.

Como resultado das mudanças advindas dessas interações podem ocorrer modificações nos papéis e nas funções dos atores (usuários, beneficiários, produtores, etc.), que por muitas vezes propicia a ampliação da capacidade e da autonomia dos indivíduos ou grupos sociais.

Tendo por base estas considerações o papel do designer na dimensão sociopolítica consiste em mediar os processos e interpretar as expectativas e necessidades dos indivíduos, visando consolidar e convergir o aprendizado coletivo em soluções que representem a coletividade. O processo de gestão e manutenção das redes colaborativas também pode se fundamentar no papel articulador dos profissionais em design, entretanto para que a autonomia dos agentes locais seja priorizada, a identificação ou a formação de líderes que passem a atuar como gestores e articuladores dos grupos, adquire importância fundamental.

É importante salientar que algumas esferas sociais e políticas se encontram além das competências de articulação atribuídas aos designers. Deste modo, o sucesso ou fracasso de algumas ações específicas dependem de forças políticas, incluindo o desenvolvimento de políticas públicas e o fornecimento de subsídios materiais ou financeiros que podem advir de instituições públicas ou privadas.

4.3.1.3 Estratégias em design orientadas para a dimensão simbólica

A dimensão simbólica de um território consiste no corpo de relações culturais, afetivas e identitárias de seus habitantes, constituídas a partir das

experiências vividas em determinada localidade. O enfoque das inovações sociais nesta dimensão do local considera como ações espontâneas as práticas descentralizadas advindas das massas ou dos níveis mais estratificados das organizações e dos sistemas. Essas práticas são constituídas pelas inter-relações existentes nas esferas territoriais, fundamentadas nos perfis culturais e identitários relacionados ao território.

As ações espontâneas relacionadas ao design são intermediadas pelos diversos atores que integram os sistemas de produção e utilização (por exemplo: produtores, consumidores e designers) que incorporam aspectos valorativos – objetivos e subjetivos – aos produtos e serviços desenvolvidos. Com as constantes influências locais e globais que transformam os contextos territoriais e os modos de vida, os aspectos culturais, afetivos e identitários também se encontram em transformação contínua. Assim, para que as inovações sociais integrem a dimensão simbólica dos territórios de modo articulado e sustentado, as ações e experiências locais necessitam considerar os diferentes repertórios socioculturais existentes em determinada localidade.

Considerar a dimensão simbólica como um importante fator a ser incluído nos processos de desenvolvimento local significa reconhecer a cultura e a identidade dos indivíduos e grupos sociais que o habitam, incluindo o arranjo e a qualidade das experiências vividas em toda sua complexidade.

Moraes et al (2010) enfatiza a necessidade de considerar os aspectos identitários de modo abrangente, envolvendo todo o percurso projetual do design. Os autores sugerem que as particularidades locais sejam integradas ao projeto desde a escolha das matérias-primas e das tecnologias produtivas, incluindo “as escolhas feitas pelo próprio designer com seu repertório cultural e características próprias, até o usuário, que define seu estilo de vida por meio das suas escolhas de consumo” (MORAES et al, 2010:9).

Ao observar o sentido atribuído ao termo “identidade” verifica-se o significado de vínculo e pertencimento (por exemplo: a um grupo, etnia, nação ou comunidade). O termo também pode ser compreendido como algo singular, original e genuíno, deste modo o conceito integra em si mesmo significações opostas e ao mesmo tempo complementares (MORAES et al, 2010:9).

No contexto contemporâneo as bases conceituais das práticas em design têm apresentado profundas interconexões com as variáveis socioculturais. As

experiências vividas exercem influências significativas no campo do design e simultaneamente sofrem intervenções, pois a produção material intervém no mundo existente e no mundo imaginado. Assim, os artefatos passam a integrar significações advindas das ações humanas e as ações humanas transformam-se a partir das mudanças que ocorrem no mundo material.

De acordo com Flusser (2007), as características que vão além dos aspectos materiais e formais transformam os artefatos em veículos portadores de ideias e informações. Com a valorização das informações, o mesmo objeto utilitário adquire valores que vão além do seu uso, pois os significados simbólicos perpassam o objeto e se confundem com ele.

Ao cumprir papéis que ultrapassam seus aspectos funcionais, os objetos são investidos de valores imateriais e subjetivos que transcendem as necessidades humanas elementares. Com base nessas considerações é importante salientar que o processo em design, quando orientado para a sustentação e para o desenvolvimento local necessita “reconhecer os valores frutos da ambiência e cultura locais a serem interpretados e decodificados como atributos possíveis aplicados aos artefatos industriais” (MORAES et al, 2010:10).

Atualmente o mercado global propicia o desenvolvimento de produtos com características estéticas e funcionais semelhantes em diferentes localidades, pois os recursos tecnológicos e produtivos estão mais acessíveis. Assim, os aspectos anteriormente considerados secundários nos produtos industriais, no cenário atual passam a conferir valores imateriais e propriedades subjetivas tornando os artefatos únicos e de difícil imitação. Alguns dos principais aspectos destacados por Moraes (2010b:14) são descritos a seguir: fatores emocionais e de estima, valor e qualidade percebida, ergonomia cognitiva, aspectos relacionados ao *terroir*, à valorização das características e identidade local.

Esta distinção atribuída aos produtos por meio da ênfase em seus aspectos simbólicos atua como estratégia de diferenciação frente à universalização dos artefatos desenvolvidos em escalas produtivas globais. Saikaly e Krucken (2010) defendem que a mediação das significações que integram o desenvolvimento de produtos (desde a produção até o consumo) é um importante aspecto a ser considerado na atuação dos designers, pois propicia uma aproximação cultural entre grupos produtores e grupos consumidores.

Congregar aspectos identitários ao produto e comunicar seus diferenciais produtivos e ambientais, sua qualidade e procedência, bem como seus aspectos históricos e socioculturais contribui para a ampliação do valor do produto em si e de seus processos de produção e distribuição (SAIKALY; KRUCKEN, 2010). Segundo essa perspectiva, a ênfase nas particularidades simbólicas dos produtos amplia sua diferenciação frente ao mercado e aos consumidores e consiste em uma das principais estratégias a ser inseridas nas intervenções em design que visam o desenvolvimento local.

Para que o reconhecimento das características simbólicas advenha de uma proposta coletiva, primeiramente os integrantes do projeto necessitam ver e identificar suas potencialidades para posteriormente projetá-las em cenários de inovação. Esse processo busca a mediação entre os acordos e os dissensos a partir de práticas relacionais com enfoque na identificação das significações coletivas.

O processo de inter-relacionamento social – também denominado de mutualismo – faz parte das características essenciais das inovações sociais e se refere à noção de que o bem-estar coletivo e do indivíduo somente é atingido quando se baseia em uma interdependência mútua. Sob esta ótica, os processos de base mutualista se caracterizam por um desenvolvimento de estruturas ativas que buscam integrar os diferentes atores nas diferentes fases de desenvolvimento, promovendo uma mútua reciprocidade em uma variedade de arranjos coletivos.

A construção do projeto em design fundamentado nestas práticas necessita integrar os valores simbólicos mais representativos para a coletividade. Assim a capacidade de ver, prever e fazer ver, enquanto processo metodológico de design proposto por Zurlo (2010) torna-se compatível com projetos orientados para a dimensão simbólica do local, pois o produto ou serviço necessita comportar características imanentes e facilmente reconhecíveis.

Para que o desenvolvimento dos processos em design ocorra de modo articulado com os princípios da dimensão simbólica, sua prática necessita se desenvolver a partir do olhar dos sujeitos. Para tanto, o processo de projeto é definido pelas necessidades e pelos valores individuais e coletivos que envolvem uma compreensão ampliada das interações humanas e de suas influências no desenvolvimento de produtos e serviços.

Quando as interferências dos cenários socioculturais são relevantes para o projeto, as propostas apresentadas têm maiores chances de sucesso e

aceitabilidade. Essas intervenções podem ser efetivadas desde que os processos estejam centrados em arranjos projetuais coletivos, enfatizando a participação e o pertencimento dos atores sociais no desenvolvimento de soluções.

De acordo com o panorama exposto é importante salientar que, embora a área do design já consiga vislumbrar novos direcionamentos focados em soluções sistêmicas e baseados no universo simbólico dos sujeitos, por muitas vezes as soluções podem não ser aceitas ou assimiladas. Este fato decorre principalmente do modo de condução dos processos – que necessitam se adequar à realidade dos diferentes participantes – e também do perfil dos métodos e ferramentas que muitas vezes partem de concepções não lineares e subjetivas, portanto de difícil tradução, interpretação e representação.

Manzini (2009) defende que a disseminação das inovações sociais depende da construção de uma visão compartilhada entre as diferentes áreas do conhecimento envolvidas no desenvolvimento de produtos, serviços ou sistemas. O autor afirma que as principais lacunas se encontram na comunicação e nas competências estratégicas necessárias para reconhecer, reforçar e transmitir adequadamente as ideias e soluções geradas socialmente e transformá-las em propostas bem sucedidas.

4.3.1.4 Estratégias em design orientadas para a dimensão econômica

Esta dimensão integra o arranjo dos processos sociais de produção, consumo e comercialização em determinada localidade. As inovações sociais que buscam promover transformações nas esferas econômicas apresentam uma particularidade observada com bastante frequência, que consiste na participação cada vez mais ativa dos indivíduos e grupos sociais, tanto no consumo quanto na produção.

A busca pelo desenvolvimento local sustentado requer que os aspectos econômicos se fundamentem em valores orientados para a ética, a equidade e a responsabilidade. Deste modo, as proposições de projeto necessitam ser elaboradas a partir de decisões que considerem a preservação dos recursos ambientais, os benefícios socioeconômicos e a melhoria das condições de vida dos habitantes de determinada localidade.

Abordagens mais recentes em design com enfoque na sustentação econômica dos indivíduos, grupos sociais e localidades compreendem os

processos de produção, distribuição e consumo de modo qualitativo e quantitativo durante todo o ciclo de vida do produto. Ou seja, essas abordagens consideram os procedimentos e processos que abrangem o modo como o produto é gerado, bem como a análise científica e tecnológica e sua relação com a natureza (ZANCHETTI, 2004).

O projeto em design elaborado com enfoque na dimensão econômica necessita considerar as alternativas de custos, ponderando não somente os aspectos financeiros, mas também os demais ganhos, como por exemplo: sociais; culturais; tecnológicos e ambientais em curto, médio e longo prazo. Sua finalidade principal consiste em alcançar a prosperidade para todos com o mínimo custo e conseguir isso dentro de uma perspectiva ecológica e social sem transgredir os direitos fundamentais do ser humano (SACHS, 1993).

Entre os autores que abordam a importância da dimensão econômica no projeto em design destacam-se as proposições de Vezolli (2010), que enfatiza a necessidade de manutenção do bem estar humano com enfoque na minimização da quantidade de recursos utilizados. O eixo condutor dessa ideia consiste na alteração de modelos econômicos tradicionais, baseados na produção, para sistemas inovadores fundamentados na utilização e no compartilhamento. Essa proposição necessita de elaboração em longo prazo, pois prevê cenários que ainda não condizem com a realidade vivida pela maioria das pessoas. Para que esta abordagem se torne real é imprescindível que ocorram mudanças significativas, não somente no comportamento humano, mas também nas esferas políticas, econômicas e sociais.

Por sua vez, Krucken (2009) estabelece proposições passíveis de realização no curto prazo, que podem promover os aspectos relativos à dimensão econômica local. Entre suas propostas destaca-se o uso de tecnologias apropriadas, o desenvolvimento da comunicação para aproximar produtores e consumidores e o desenvolvimento de redes produtivas que apoiem e fortaleçam a integração entre os produtores.

As propostas apresentadas por Sachs (2002) recomendam ações em favor do desenvolvimento sustentável a serem realizadas de modo coerente com a economia local. As principais orientações indicadas pelo autor consistem em: preservar os recursos naturais; promover programas educacionais; integrar os

atores; gerar renda e propiciar a melhoria das condições econômicas e dos modos de vida locais.

De modo geral os autores investigados salientam que os projetos voltados para o desenvolvimento de produtos, serviços e sistemas que visam a sustentação econômica necessitam considerar os custos econômicos e ambientais, a viabilidade produtiva e as conexões entre os atores participantes. As resultantes do processo necessitam ser continuamente avaliadas com o passar do tempo, pois podem ocorrer alterações determinadas pelas mudanças inerentes aos contextos sociais.

Frente ao panorama apresentado os requisitos econômicos necessitam ser considerados durante todo o desenvolvimento do projeto. Essa abordagem econômica engloba o custo real em termos sustentáveis, que deve ser considerado em uma perspectiva do ciclo de vida do processo, incluindo as dimensões sociais e ambientais (FIDIC, 2013).

O desenvolvimento da dimensão econômica local tem como objetivo obter um produto ou serviço a um custo competitivo, condizente com o seu valor agregado. Esse objetivo apresenta interconexões com o conceito econômico convencional baseado na competitividade e lucratividade das organizações, no entanto sob a ótica do desenvolvimento local, os grupos, cooperativas ou associações tornam-se fortalecidos quando conseguem se manter a partir do trabalho conjunto, realizado a partir de suas habilidades e competências. Sob a perspectiva solidária o valor dos produtos e serviços necessita ser estabelecido de modo equitativo, tanto para os produtores quanto para os consumidores e demais organizações participantes.

O panorama econômico fundamentado na equidade e na justiça é uma perspectiva vislumbrada pela economia solidária, pois seus preceitos têm fomentado ações e movimentos sociais em favor da produção e da oferta de produtos e serviços com base na paridade dos relacionamentos e associações produtivas, comerciais e de consumo.

Os ideais solidários se encontram alinhados com as estratégias propostas para o desenvolvimento de inovações sociais articuladas na dimensão econômica do local. Uma das principais similaridades consiste na ampliação da participação dos atores sociais, tendo em vista que a economia solidária desenvolve ações baseadas na colaboração e na participação democrática de seus integrantes. Suas

principais diretrizes se fundamentam na promoção da economia local e apresentam a finalidade de prover emprego, renda e condições adequadas de trabalho, além de ofertar produtos e/ou serviços a um preço justo, disseminando atitudes em prol da preservação do meio ambiente e da valorização da cultura das comunidades locais.

O aumento da participação dos indivíduos, grupos sociais e organizações nos processos de consumo e produção tem estreitado e tornado difusas as fronteiras entre produtores e consumidores, tanto no campo econômico quanto no campo social. Essa mudança transforma os participantes em coprodutores do desenvolvimento e da transformação dos recursos, indo muito além dos processos de engajamento e envolvimento. A corresponsabilidade e a participação dos indivíduos torna-se um fator determinante para promover a eficiência dos produtos, serviços ou processos oferecidos.

Com a finalidade de desenvolver ações orientadas para ampliação da qualidade da vida humana e para a preservação do ambiente natural, as estratégias econômicas articuladas e sustentadas necessitam ser consideradas nos processos de design. Segundo esta perspectiva, as organizações mais competitivas serão aquelas que ampliem o valor de seus produtos e serviços em harmonia com o meio social e natural, provendo resultados mais abrangentes do que os interesses de seus clientes e investidores, conforme sustenta Schmidheiny (1992).

De acordo com essas proposições a inserção de princípios econômicos sustentáveis no projeto em design torna possível ampliar o desempenho das associações ou organizações, empregando critérios de sustentabilidade e de valor em todas as suas dimensões, com repercussão desde as etapas iniciais de projeto até a configuração de todo o sistema de produção e consumo.

4.4 Considerações: possibilidades de convergência entre as inovações sociais e as estratégias em design nas dimensões do local

O contexto que envolve o desenvolvimento de inovações sociais por meio do design tem suscitado amplas pesquisas e discussões. A presente investigação aborda uma variedade de autores que buscam estabelecer conceitos e proposições para esta área constituída por fronteiras, conceitos e práticas difusas devido à sua natureza interdisciplinar. A busca por possibilidades de convergência entre as

áreas aponta para uma tentativa de aprofundar o conhecimento, que por muitas vezes deriva de noções gerais e abstratas, suscitando questionamentos e dúvidas sobre sua aplicação e efetividade em contextos reais.

Mesmo com todo o referencial teórico disponível, a implantação de inovações sociais tem gerado questionamentos entre pesquisadores e profissionais em design que buscam atuar de modo mais específico, desenvolvendo ações que promovam benefícios sociais, ambientais e econômicos de modo mais articulado e sustentado. Ainda que as iniciativas tenham origem em proposições teóricas e metodológicas explicitamente definidas, de modo geral as práticas derivam de processos intuitivos, que vão sendo implantados por meio de tentativas, erros e acertos. Esses fatores muitas vezes são determinados pelo caráter qualitativo e plural que constituem as ações em âmbito social, que podem variar de acordo com o perfil dos profissionais, dos pesquisadores, dos participantes e também do contexto social, econômico e ambiental em que as ações são desenvolvidas. Conforme as experiências vão sendo realizadas torna-se possível elaborar a avaliação, o refinamento e o remodelamento dos processos e ferramentas de modo contínuo até que atinjam os níveis esperados de maturidade, permitindo sua replicação.

Outro aspecto que suscita incertezas nos processos de design diz respeito à delimitação das estratégias que necessitam ser utilizadas em determinada situação-problema e quais podem ser os resultados oriundos desta ação. Como as inovações sociais abrangem um escopo de desenvolvimento com enfoque sistêmico, a delimitação das ações de acordo com as dimensões que constituem o local permite efetuar o direcionamento das estratégias mais adequadas para cada uma das esferas locais que interagem nos processos de desenvolvimento.

Com base na revisão de literatura realizada foram verificadas amplas possibilidades de convergência entre as inovações sociais e as estratégias em design. A observação dos elementos centrais que estruturam o eixo principal das inovações sociais (atendimento as necessidades sociais; da ideação para a implantação; novidade percebida; eficácia e ampliação da capacidade social para a ação) possibilitou a verificação da transversalidade desses elementos com as ações em design. Ou seja, as iniciativas em design orientadas para o desenvolvimento de inovações sociais também são constituídas por estes elementos centrais, em menor ou maior grau. Parte-se do pressuposto que uma maior integração desses

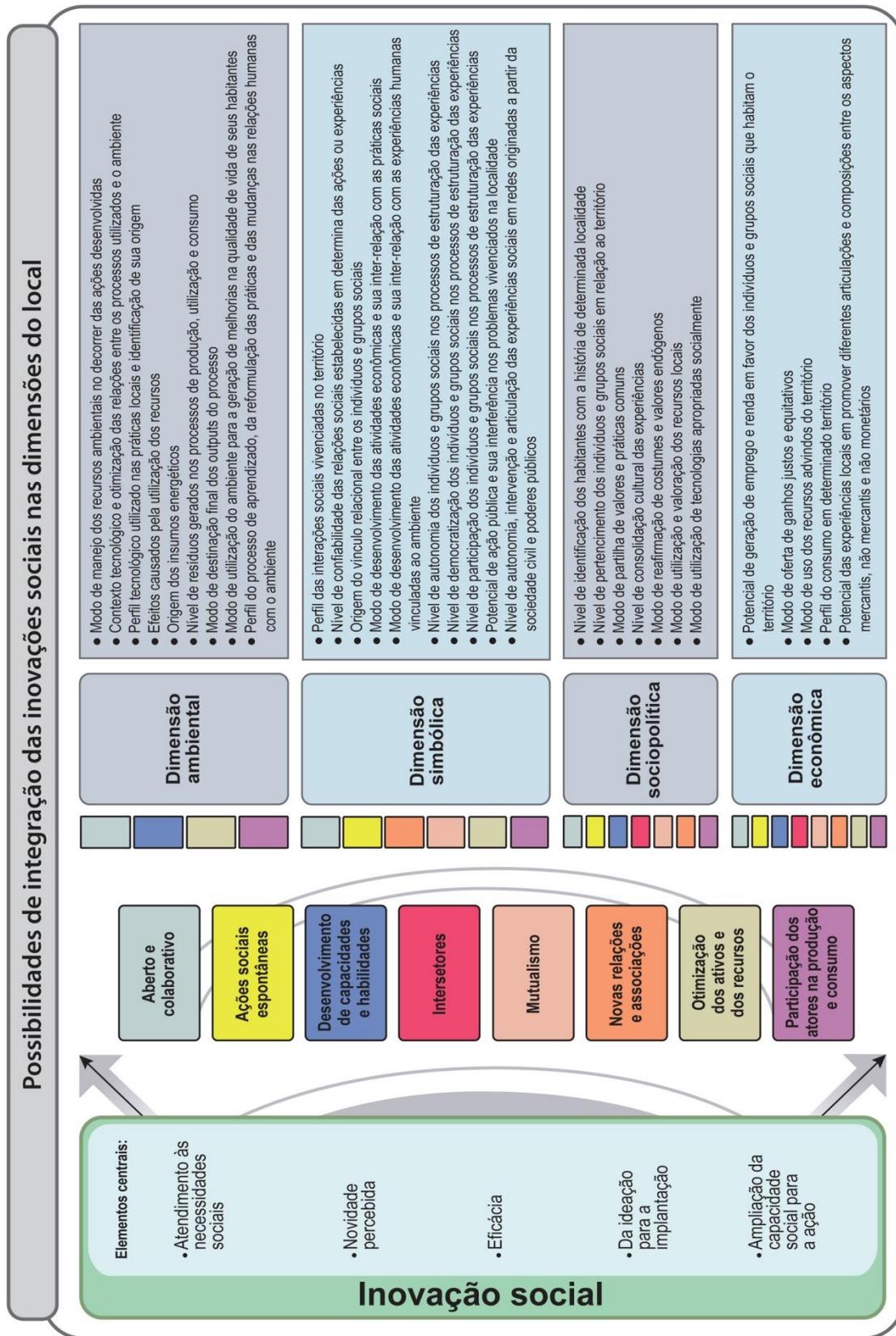
elementos nos processos de projeto presume uma maior efetividade das estratégias em design nos processos de inovação social.

Conforme as indicações levantadas no referencial teórico, as características comuns das inovações sociais (otimização dos ativos e dos recursos; relações intersetoriais; participação dos atores no consumo e na produção; prática aberta e/ou colaborativa; mutualismo; desenvolvimento de capacidades e habilidades; ações sociais espontâneas e novas relações ou associações) podem resultar de novas combinações ou da combinação de elementos existentes, em vez de serem compostas por aspectos totalmente novos. A partir das possibilidades de implantação de estratégias em design nas dimensões do local, verifica-se que as características das inovações sociais podem ser mais adequadas a uma ou outra dimensão.

A transposição dos elementos centrais e das características das inovações sociais para as estratégias em design envolve a transformação das ideias em ações práticas. Essa transposição ocorre a partir da superação das fronteiras que muitas vezes separam o conhecimento elaborado das ações reais e efetivas. Assim o exercício de inter-relação entre a teoria e a prática pode promover resultados a serem revistos e reformulados, propiciando o fortalecimento, a continuidade e a melhor delimitação do campo das inovações sociais.

Com a finalidade de compreender os principais aspectos das inovações sociais e suas especificidades, foi efetuada uma correlação entre as inovações sociais, seus elementos centrais e as dimensões do local. As possibilidades de integração são demonstradas na Figura 12 e podem orientar também as iniciativas em design que buscam desenvolver ações para o desenvolvimento local.

Figura 12 – Possibilidades de integração das inovações sociais nas dimensões do local



A Figura 12 foi organizada de acordo com o escopo de abrangência de cada uma das características das inovações sociais. Para uma melhor compreensão esta correspondência foi estabelecida por meio do uso de cores específicas atribuídas às diferentes características.

Deste modo é possível verificar na dimensão ambiental, por exemplo, a correspondência com as seguintes características: práticas abertas e colaborativas, desenvolvimento de capacidades e habilidades, otimização dos ativos e dos recursos e participação dos atores no consumo e na produção. Essas características de inovação se encontram diretamente ligadas ao uso dos recursos, ao resgate e disseminação dos saberes tradicionais e à autonomia e compromisso dos participantes nas relações estabelecidas com o ambiente.

Na dimensão simbólica as características que apresentam inter-relações mais específicas são: práticas abertas e colaborativas, ações sociais espontâneas, novas relações ou associações, mutualismo, otimização dos ativos e dos recursos e participação dos atores no consumo e na produção. Esses aspectos se encontram coligados à elaboração dos aspectos simbólicos e identitários durante o processo de projeto. Como a dimensão sociopolítica é orientada para as interações sociais e a construção de demandas, não foram observadas correspondências diretas com a otimização dos ativos e dos recursos (embora existam correspondências indiretas), entretanto os demais aspectos das inovações sociais podem promover melhorias significativas nesta dimensão.

Na dimensão econômica todos os aspectos das inovações sociais podem ser implantados, pois novos modelos sociais de produção, consumo e comercialização envolvem amplas correlações com as características das inovações sociais especificadas. A correlação efetuada na Figura 12 fundamentou-se nos principais eixos que norteiam cada uma das dimensões, entretanto essas correlações não são estanques, tendo em vista que as ações desenvolvidas de acordo com um ou outro critério sempre irão interferir nas demais dimensões do local.

É importante salientar que as dimensões são consideradas separadamente somente para uma melhor organização teórica, entretanto em contextos reais as dimensões locais são indivisíveis. A correspondência entre inovações sociais e as dimensões do local buscam propiciar uma visão geral das estratégias que podem ser orientadas para necessidades específicas, tornando as intervenções em design mais efetivas e promissoras.