

## 2 A contribuição social do Design

Nos últimos anos um tema muito discutido na comunidade do Design é a sua capacidade de promover melhoria social, uma sociedade mais justa. Centros de pesquisa, instituições, empresas de Design, pesquisadores, profissionais, estudantes, estão se perguntando como isso pode acontecer e propõem soluções. *Social Innovation*, *Social Change*, melhoria da qualidade de vida: estes conceitos são, cada vez mais, objeto de conferências, artigos, livros, reuniões e o alvo de muitas novas abordagens e ferramentas desenvolvidas. Neles não se encontra só desejo de contribuir para a resolução das questões sociais e para o estabelecimento de uma sociedade mais sustentável, economicamente e socialmente, mas também a ideia de que a estratégia de Design e experiências criativas participativas e colaborativas têm grandes potencialidades de promover e colaborar neste processo. Trata-se, portanto, de **Design com** e não de **Design para**. No entanto, como será possível ver nas próximas páginas, a discussão não é nova: ela, de fato, encontrou espaço no debate interno à disciplina desde os anos 70. Este capítulo tem como objetivo contextualizar a pesquisa de doutorado e apresentar os principais elementos que estão na base da hipótese inicial a partir da qual foi estruturada a fase de pesquisa de campo.

Para que seja possível compreender as razões pelas quais se acredita que o uso da estratégia de Design, a colaboração com parceiros locais e o envolvimento direto e ativo do usuário no seu processo podem permitir ao designer contribuir na esfera social, serão apresentadas as origens e a evolução do debate. A partir das discussões e das conferências iniciais serão aprofundados os principais temas tratados bem como o entendimento do vínculo entre Design e processo de criação de uma sociedade mais democrática e do potencial de experiências participativas para promover melhoria das questões sociais – questão na qual se baseia o interesse desta pesquisa. Em seguida, será mostrado como os conceitos introduzidos pelas primeiras discussões foram retomados pelas principais abordagens desenvolvidas até hoje com o objetivo de aproximar o Design à Inovação Social. É depois apresentado o debate contemporâneo, em comparação com o passado além de mostrar as novas contribuições. Na sequência, são apresentadas algumas das principais práticas

criativas atuais que se propõem a uma finalidade social com o intuito de mostrar como o interpretam e implementam, e o posicionamento desta pesquisa com relação a elas. Trata-se do *Participatory Design*, em sua forma e discussões contemporâneas; do *Design for Social Innovation* e do *Human Centred Design toolkit* desenvolvido por IDEO, experiências globalmente conhecidas, algumas desenvolvidas no âmbito acadêmico, outras em colaboração entre empresa e o terceiro setor. Finalmente, a terceira e última seção explora esta discussão em nível local: é aprofundada a posição e a experiência atual de dois centros universitários de Design da cidade do Rio de Janeiro. A investigação de modalidades de ação desenvolvidas localmente acabou sendo crucial na definição da abordagem do designer em sua atuação no tipo de contexto identificado.

## 2.1.

### **A ação do Design na resolução de problemáticas sociais**

O Design é definido pelo *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID), como uma atividade criativa que visa adaptar a tecnologia às necessidades humanas. Determina as trocas culturais e econômicas da sociedade e define as relações estruturais, organizativas, funcionais, expressivas e econômicas que compõem a estrutura social (ICSID). Já em 1975 Cross a definia como uma força moderadora entre Tecnologia e Sociedade, dois elementos cuja interação é complexa e difícil de entender.

A atividade de mediação em um primeiro momento parecia intimamente ligada a questões relacionadas ao âmbito industrial: o Design nasceu, de fato, durante a industrialização para organizar um processo projetual previamente intuitivo. Ao longo dos últimos quarenta anos, no entanto, houve uma mudança importante: o âmbito de ação do Design expandiu-se e tem sido cada vez mais associado também à resolução de questões transversais e que pertencem ao âmbito social. Esta mudança foi determinada pelo entendimento de que o Design, atividade de fundamental importância na promoção e direcionamento da mudança tecnológica, afeta também as mudanças sociais (CROSS, 1975). Inovações tecnológicas se refletem, de fato, em mudanças culturais e sociais: a introdução de novos produtos, tecnologias e sistemas gera novas dinâmicas, hábitos e traz diferentes necessidades. Isso acontece independentemente do objeto do projeto, do processo e do papel desempenhado pelo designer.

Desde os anos 1970 existe a compreensão da não neutralidade do Design em relação às questões sociais e do seu poder para orientar mudanças futuras, como mostra o pensamento de Cross acima referido. No mesmo período, Alphonso Gomez afirmava a forte interação e interdependência entre Design e Sociedade:

O Design não é “socialmente neutro”, mas é uma atividade que influencia e é influenciada pelo equilíbrio dos interesses entre os vários grupos sociais que participam do processo de design (em particular, produtor, usuário e designer). O Design não é uma atividade que se confronta apenas com objetos ou sistemas abstratos, mas em primeiro lugar é uma ferramenta de interação social. (GOMEZ, p. 39, tradução nossa)

Gomez e Cruz são apenas duas entre as vozes de um debate que na década de 70 espalhou-se no interior da disciplina sobre a sua contribuição no âmbito social, cujas origens e características serão detalhadas na próxima seção.

### 2.1.1. As origens do debate

Na década de 70 começou-se a perguntar sobre um possível papel social para o Design, como resultado da disseminação da conscientização sobre os problemas ambientais e sociais de amplo alcance e do seu agravamento em diversas áreas do planeta. Em âmbito internacional começou a ser aceita e compartilhada a ideia de que estes problemas seriam uma consequência do modelo de desenvolvimento dominante e das políticas internas e externas dos países industrializados.

Até esse momento havia prevalecido a ideia do **progresso** como crescimento e avanço constante, originada durante a Revolução Industrial. De acordo com Esteva (2010), o **desenvolvimento**, que pode ser alcançado através do crescimento econômico, técnico e industrial, era uma mudança positiva, um avançar em uma direção necessária e desejada que iria levar até um futuro melhor caracterizado pelo aumento do bem-estar para todos. Este modelo, que foi amplamente adotado pelas economias centrais e dominantes, começou a ser questionado naqueles anos com base no entendimento de que as razões que estavam na base da sua afirmação eram as mesmas que haviam causado a sua crise: as desigualdades sociais que haviam gerado riqueza e fortuna ao mesmo tempo tinham gerado pobreza e problemáticas ambientais (SACHS, 2009). A dimensão do debate é visível nas palavras de Cornford:

Globalmente, há a preocupação de que, apesar dos benefícios materiais gerados pela tecnologia avançada e pela indústria, haja uma deterioração da qualidade de vida e uma incapacidade de atender muitas necessidades básicas. Tudo isto é acompanhado por

uma crescente conscientização sobre o desperdício de recursos e a exploração do meio ambiente. (CORNFORD, 1976, p. 7, tradução nossa)

Assim, a confiança total na Ciência, Tecnologia e no Progresso entrou em crise com a compreensão dos seus limites e impacto.

Abriu-se, em nível internacional, um debate sobre as possibilidades da Tecnologia de resolver os problemas sociais e sobre a natureza e configuração de uma sociedade pós-industrial. Havia, por exemplo, quem, de acordo com um ponto de vista chamado determinismo tecnológico, acreditasse na possibilidade de resolução tecnológica desses problemas. Uma visão que estava em contraste com a de quem acreditava que, pelo contrário, somente seria possível resolvê-los através de mudanças estruturais e sistêmicas da sociedade. A primeira posição foi apoiada por pessoas que em geral pensavam que o desenvolvimento e a aplicação de uma nova tecnologia, melhor ou avançada, fosse o caminho para resolver os problemas sociais. Segundo Cross (1975), esta abordagem estava baseada em três motivações: em primeiro lugar, como afirmam Rittel e Webber (1973), as pessoas tendem a evitar mudanças estruturais que resultem na reorganização do seu próprio papel e função na sociedade; em segundo lugar, muitos dos problemas de massa da sociedade industrial parecem ser falhas e inadequações da tecnologia existente; e, finalmente, a complexidade dos problemas sociais, a natureza indefinida da sua resolução fazem com que as inovações tecnológicas sejam mais apreciadas desde que possam oferecer uma solução aos problemas percebidos (WEINBERG, 1966). Etzioni (1968), que pertencia a este movimento, argumentou, por exemplo, que as inovações tecnológicas podiam ajudar a criar um novo cenário onde uma mudança social fosse possível.

Entre os que acreditavam no poder libertador da tecnologia, havia posições mais ou menos radicais. Por exemplo, a da Tecnologia Alternativa, um movimento iniciado na década de 1960 e baseado no reconhecimento da não neutralidade da Ciência e Tecnologia e no desejo de um estilo de vida diferente do oferecido pela tecnologia avançada (CROSS, 1975). Conclamava a uma reformulação tecnológica a partir dos conceitos tecnológicos de (não) poluição, (não) alienação, etc. Havia também quem, como Ivan Illich (1973), que desenvolveu a *Convivial Technology*, agregasse aspectos de renovação tecnológica buscando integrar mudança tecnológica e social. Illich aspirava à reversão das instituições da sociedade industrial por meio da disseminação do conhecimento e de uma democracia participativa. De acordo com Cross (1975), essas diferentes posições deram vida e influenciaram um debate interno

à disciplina do Design sobre a evolução que ocorreu no seu papel na Sociedade e sobre a sua relação com as questões sociais.

No âmbito do Design, a conferência de 1971 da *Design Research Society* (DRS) é lembrada como a primeira em nível internacional a levantar esta questão. Foi lançada com o objetivo de discutir e promover uma aplicação social do Design. Poucos anos depois, o *Symposium Design for Need*, realizado em Londres em abril de 1976 no *Royal College of Art* representou mais um momento chave do debate. O *Symposium* foi particularmente importante porque, pela primeira vez foi enfrentada a questão da contribuição social do Design, não só em um nível filosófico mas, sobretudo, através da apresentação de projetos desenvolvidos em resposta às necessidades sociais. A apresentação de casos reais teve como objetivo compreender as áreas em que eram desenvolvidos, que tipo de contribuição o Design podia fornecer, o tipo de organizações envolvidas e as diversas formas de apoio financeiro, os novos conceitos teóricos e a formulação de propostas para desenvolvimentos futuros.

De acordo com Height (1976), esses eventos nasceram a partir da compreensão por parte dos designers dos impactos negativos gerados pelo seu próprio trabalho e pelo conseqüente desejo de redirecioná-lo. Ao mesmo tempo, Height afirmava que além desta motivação também havia o interesse de alguns designers em agir na área social e de aplicar suas habilidades de forma socialmente útil. Um número crescente de designers passou a querer agir para resolver os crescentes problemas ambientais e ajudar as pessoas desfavorecidas.

O *Symposium* de 1976 contou com muitos participantes, entre os quais serão apresentados alguns que adquiriram importância fundamental nos anos seguintes e que são autores representativos dos assuntos discutidos e das questões levantadas por esta pesquisa. Um exemplo bem conhecido é o de Victor Papanek, que já em 1972 havia abordado a questão com o livro *Design for the Real World* e afirmado a necessidade de um Design responsável e preocupado com as conseqüências sociais, políticas, ecológicas e ambientais da sua ação. Propunha novas áreas de intervenção como a medicina, os idosos e os países em desenvolvimento. Papanek argumentava que o Design tinha que ser uma atividade multidisciplinar e coletiva que incluísse trabalhadores e usuários, e sugeriu uma série de linhas orientadoras para isto (PAPANEK, 1976).

Outro autor igualmente interessado nos assim chamados países “em desenvolvimento” ou “subdesenvolvidos”<sup>11</sup> é Gui Bonsiepe. Ao contrário de Papanek, para Bonsiepe o Design de produtos não seria capaz de gerar as mudanças necessárias (BONSIEPE, 1976). Afirmava-se a necessidade de um papel político do Design: a mudança só seria possível através de um redirecionamento das políticas de Design industrial nesses países. A solução não estava em tecnologias alternativas, mas nas escolhas políticas dos governos e das empresas estrangeiras. Estas últimas, ao atuarem nos países do Sul não transmitiam, de fato, a capacidade de inovação tecnológica, porque desta forma poderiam expandir e manter o seu domínio sobre os países dependentes.

Nesse sentido, Bonsiepe teve o mérito de introduzir pela primeira vez no cenário internacional os conceitos de *Design in dependent countries* e *Design by dependent countries* e, juntamente com outros autores (BONSIEPE, 1976; MURLIS, 1976; NADKARNI, 1976; SEMITI, 1976) afirmar a importância dos conceitos de **local** e **comunidade**. O Design podia ajudar as pessoas a produzir para si mesmas através de sua própria tecnologia e de seus próprios materiais. Era importante projetar em conjunto com as pessoas, aprender com o conhecimento possuído por elas, estimular e descobrir a capacidade de Design do contexto e, mais em geral, promover a criatividade e o desenvolvimento local.

Ao mesmo tempo, havia a compreensão de que o problema era grande e não seria o caso de redesenhar apenas os produtos, mas os sistemas e as instituições. Cornford, no capítulo introdutório a *The Social Contribution of Design. An anthology of papers presented to the Symposium at the Royal College of art* (1976), escreve a esse respeito:

Obviamente, o problema não está limitado ao “design” na acepção comum da palavra. Não é necessário apenas inventar novos tipos de coisas: se os nossos sistemas e instituições, como já constatamos, falham em produzir coisas novas, ou até mesmo garantir que sejam produzidas e/ou distribuídas para quem precisa, é porque são os sistemas e as instituições que precisam de um *redesign*, tanto quanto os produtos que os caracterizam. (CORNFORD, 1976, p. 8, tradução nossa)

<sup>11</sup> A expressão *subdesenvolvido* foi utilizada pela primeira vez pelo presidente estadunidense Truman no seu discurso inaugural, realizado em 20 de janeiro de 1949 (ESTEVA, 2010). Atualmente é utilizada pelas ONU (Organização das Nações Unidas) para definir os países que têm indicadores de desenvolvimento socioeconômico e humano mais baixos entre todos os países do mundo. No caso específico, eles se caracterizam por: baixa renda; um baixo índice de desenvolvimento humano (baseado em indicadores de nutrição, saúde, educação e alfabetização); vulnerabilidade econômica. Para maiores informações: <http://www.un.org/esa/analysis/devplan/profile/criteria.html>.

A mudança necessária só seria possível, portanto, através de uma intervenção em várias frentes (CORNFORD, 1976; HEIGHT, 1976) e com o apoio de instituições e governos (BONSIEPE; 1976; SEMITI, 1976).

O debate se estruturava em torno de três questões que têm desempenhado um papel crucial na definição da presente pesquisa: a dimensão política do Design e sua conexão com o exercício do poder; o tipo de questões que o Design seria capaz de enfrentar e as mudanças que podia gerar; e o papel que o usuário podia desempenhar neste processo.

Naquela época começou a ser discutida a relação existente entre Design e Poder, Design e Democracia. Assim como Bonsiepe (1976) afirmava a importância da capacidade de inovação tecnológica no processo de libertação dos países subdesenvolvidos, da mesma forma Cross (1975) defendia a necessidade de mais e mais pessoas estarem envolvidas, na qualidade de designers, no controle da tecnologia, permitindo assim um poder real e compartilhado, ou seja, um maior controle sobre a tecnologia. Ambos afirmavam a ideia do processo de Design como exercício de poder. Projetar junto era a ferramenta e a base para uma sociedade mais democrática. As recentes palavras de Steen ilustram como este é um tema ainda bastante relevante e permitem compreender melhor este conceito:

Cada projeto pode ser visto como uma série de decisões em que o conhecimento de algumas pessoas é privilegiado com relação ao de outras. Em cada decisão uma forma de poder é exercida e alguns atores têm mais autoridade na tomada de decisão do que outros. (STEEN, 2011, p. 47, tradução nossa)

Compartilhar as decisões dentro de um processo de desenvolvimento de projeto é, portanto, um exercício de democracia.

Ao mesmo tempo, naqueles anos começou a se perceber que as respostas tecnológicas eram adequadas para produtos e componentes, mas não ao nível de sistema e de comunidade. Na resolução de questões sociais são insuficientes e limitadas:

No nível de sistema e de comunidade, no entanto, torna-se cada vez mais difícil e duvidoso recorrer apenas ao *hardware* para resolver o problema. Em um processo de Design estendido para as comunidades e para os sistemas, os participantes devem enfrentar simultaneamente questões tecnológicas e sociais, tanto de *hardware* quanto de *software*. No nível do sistema maior, mudanças estruturais ao invés de incrementais são muitas vezes viáveis e desejáveis. (CROSS, 1975 p. 75, tradução nossa)

A natureza desses problemas exige tanto a busca da solução, mas também a definição do problema e, ao fazê-lo, considerar os aspectos sociais. Este tipo de problemática foi definida como *wicked problems*, ou seja, problemas ao nível de

sistema, também conhecidos como *societal problems*, *planning problems*, *public policy issues*, *policy planning*. São problemas que precisam ser resolvidos de uma forma diferente dos outros (RITTEL; WEBBER, 1973). Entre suas características encontra-se a de fornecer soluções satisfatórias, mas não as corretas; e a de precisarem ser resolvidos no nível mais alto possível, ou seja, através de mudanças no sistema existente. Cross (1975), afirma que o Design, e não a tecnologia pode responder a estes problemas e que pode fazê-lo através do uso da criatividade, da capacidade de reconhecer e definir o problema e implementar mudanças estruturais.

Finalmente, surge a questão de como as mudanças estruturais, para serem eficientes e eficazes, precisam estar baseadas na participação e colaboração das pessoas. Começou a ser difundida uma nova percepção do usuário: “as pessoas sempre foram designers” diz Cross (1975, p. 7, tradução nossa) e sua contribuição é importante, pois podem fornecer pontos de vista que estão fora das capacidades e conhecimentos do designer: “Outras pessoas, como os usuários, podem saber o que está acontecendo e ajudar com informações e pontos de vista que estão fora do conhecimento e experiência do designer” (JONES, 1970 apud CROSS, 1975 tradução nossa).

Uma ação de Design que visa resolver os problemas sociais que afligem uma comunidade em contextos que sofrem por inúmeros problemas não pode, portanto, desconsiderar ações participativas e locais que permitam uma redistribuição do poder, um aprendizado por parte dos participantes.

As ideias expressas nas conferências dos anos 1970 continuaram existindo nos últimos trinta, quarenta anos no interior da disciplina e foram retomadas com maior ênfase em fases alternadas: **participação do usuário** e sua **aprendizagem, conhecimento local e popular**, promoção da **criatividade local** e da **atividade comunitária, redesign de sistemas e instituições**. Na próxima seção serão apresentados os conceitos que estruturaram uma série de abordagens de Design desenvolvidas para promover a melhoria das condições de vida das populações desfavorecidas e do tecido social local, as quais serão também apresentadas. Embora com intensidades diferentes, esses conceitos foram sendo atualizados ao longo dos anos, permitindo continuar o processo de aproximação do Design às questões sociais.

### 2.1.2. Do Design for Need ao Co-Design

De acordo com Rizzo (2009), uma consequência direta e imediata do reconhecimento da necessidade de produzir para a sociedade e de ouvir a voz dos usuários e dos *stakeholders* no processo decisório do Design foi o nascimento, na década de 1970, do ***Participatory Design***. Esta abordagem reconheceu nos usuários a posse de competências e experiências, colocando-os no início do processo: com efeito, o conhecimento contextual possuído pelas pessoas lhes permite desenvolver soluções melhores (BINDER; BRANDT, 2008). O *Participatory Design* incorporou os conceitos de participação, conhecimento e desenvolvimento local deste primeiro debate. Porém, de acordo com Rizzo (2009), embora significativo pela percepção diferente do usuário e pela mudança no processo de Design, teria sido bem-sucedido apenas no âmbito informático, tendo se disseminado pouco no Design de produto.

Nos anos 1970 e 80 uma outra abordagem igualmente reconsiderou a figura do usuário, embora de forma mais gradual e com uma visão de mercado, ou seja, visando tornar os produtos e serviços eficientes e eficazes. Trata-se do ***User Centred Design*** (UCD). Tal como no PD, também reconhecia ao usuário a posse de um conhecimento derivado da experiência, mas a inclusão no processo era ainda passiva: as pessoas e os seus comportamentos eram observados no contexto específico e no exato momento em que a experiência ocorria. O UCD nasceu ao considerar fundamental a compreensão do tipo de relação que se estabelece entre o usuário e o contexto no momento da atividade. Para poder coletar as motivações e os significados das ações apropriou-se de estratégias, técnicas e ferramentas das ciências sociais tais como a observação participante, a coleta de histórias, a experiência direta dos fenômenos.

Outro momento importante foi a introdução do ***Human Centred Design*** (HCD). De acordo com Steen (2011) e Giacomini (2012), esta expressão refere-se a uma variedade de abordagens que têm em comum principalmente a mudança de ***user*** a ***human***. O interesse não estava mais no papel de usuário das pessoas, mas nos indivíduos e na sua complexidade. Com efeito, “O problema com as abordagens baseadas na usabilidade é que favorecem uma visão limitada da pessoa que usa o produto. Isso traz uma consequência – quiçá intencional – desumanizante” (JORDAN, 2002, p.12, tradução nossa). No HCD, por sua vez, assiste-se a um envolvimento ativo do usuário no processo de Design e a um interesse em

compreender os comportamentos e as experiências na sua totalidade. Assim, os designers começaram a participar, junto com os usuários, em grupos de trabalho multidisciplinares, do processo de Design, através de dinâmicas interativas, com o objetivo de encontrar um equilíbrio entre as ideias e conhecimento de designers e dos usuários, bem como de combinar o desenvolvimento da pesquisa à geração e avaliação de soluções. A empatia com o usuário assumiu, então, uma importância fundamental.

Neste cenário, outra abordagem recente e significativa é, de acordo com Rizzo (2009), a do **Co-Design**, que incorporou alguns princípios seja do *Participatory Design* seja do *User Centred Design*, mas desenvolvendo-se também a partir de:

... Ampliação do objeto do projeto para vários âmbitos diferentes dos tradicionais: dos serviços aos sistemas de produtos e serviços para o trabalho, diversão, saúde e bem-estar, hospedagem, comunicação, distribuição de bens tangíveis e intangíveis. (RIZZO, 2009, p. 62, tradução nossa)

Com efeito, em função do forte e renovado interesse dos últimos anos pela participação ativa do usuário no processo de desenvolvimento do projeto, compartilha-se cada vez mais a ideia de que todas as pessoas são criativas e que o nível e tipo da sua criatividade está relacionada com o próprio nível de experiência, paixão e criatividade. Há que se lembrar mais uma vez que o potencial e as capacidades do usuário não constituem uma questão nova. Como visto anteriormente, já em 1975 Cross afirmava que “as pessoas sempre foram designers [...] Historicamente pessoas projetam ferramentas para facilitar a própria vida, de uma forma ou de outra, em função da tecnologia e da civilização contemporâneas a elas” (CROSS, 1975, p. 7, tradução nossa). Pode-se observar uma correspondência direta entre o pensamento de Cross e as ideias de Fry, que em um texto recente diz que “a capacidade de projetar é profundamente constitutiva de nós como seres humanos” (FRY, 2012, apud WILLIS, 2013, tradução nossa).

Como se pode observar, os conceitos apresentados nas primeiras conferências foram retomados e atualizados ao longo dos anos e permanecem válidos ainda hoje. Na base da sua reconsideração atual parecem estar as condições sociais, políticas e econômicas do momento presente e uma melhor compreensão e aprofundamento das capacidades do usuário. Estas últimas foram objeto de indagação em algumas pesquisas desenvolvidas ao longo dos anos. Sanders (2006), por exemplo, com base na sua experiência de vinte anos em pesquisas sobre o uso de metodologias participativas, afirma que existem quatro tipos de criatividade: fazer, adaptar,

construir, criar. O nível da criatividade varia dependendo da experiência e interesse que as pessoas têm para um projeto específico ou pelo domínio que possuem de um âmbito de aplicação. Todos podem ser criativos se possuem as ferramentas adequadas para se expressar. Existe, além disso, uma forma de **criatividade coletiva** que, segundo Sanders (2001), é um processo criativo compartilhado entre dois ou mais indivíduos que junta e combina ideias previamente não relacionadas.

O *Co-Design*, que como foi dito é uma das abordagens mais recentes neste cenário, está cada vez mais focado na criação de redes difusas de usuários finais que co-criam e colaboram para geração e implementação de novos produtos e serviços. Rizzo em *Strategiedico-design* (2009) define algumas características deste fenômeno até hoje emergente: em primeiro lugar, o usuário é co-projetista, membro da equipe de desenvolvimento de projeto, é ativo na geração de ideias e no fornecimento do serviço; ao usuário é destinado um papel amplo, mas também flexível, que se redefine a cada vez, dependendo da tipologia de usuário e da criatividade que possui. Uma vez que se trata de uma colaboração constante, contínua e paritária entre designer e usuário, a atividade é transparente; finalmente, neste processo o designer se coloca como facilitador, estimulador da criatividade, da capacidade de visão e da explicitação das necessidades inesperadas das pessoas. Ele faz isso projetando as ferramentas que ajudem o usuário a dar visibilidade e forma às ideias, muitas vezes usando e adaptando ferramentas das ciências sociais.

O *Co-Design* combina em si a ideia de que há uma criatividade coletiva e diferentes níveis de criatividade baseados no interesse pela participação do usuário, pela projeção de contextos reais, pela experiência que possui e pela sua participação ativa. Estas características fazem com que seja umas das abordagens atualmente mais usadas e divulgadas no Design para agir no âmbito social e promover cenários de vida mais sustentáveis.

O que foi dito até agora mostra como nos últimos trinta, quarenta anos se difundiu uma diferente atenção para a sociedade a partir da mudança na percepção e no papel do usuário. Este último vem adquirindo maior importância, seja para as abordagens interessadas em projetar produtos e serviços sempre mais eficientes e eficazes para o mercado, seja para os projetos desenvolvidos com objetivos políticos e de justiça moral. Se o usuário no UCD é um participante passivo que fornece informações, no *Co-Design* passa a ser um co-criador que gera ideias para o projeto.

De simples fonte de informações se transforma em pessoa complexa com a qual interagir e, em alguns casos, em sujeito de processos de projetos democráticos.

Além disso, na tentativa de responder aos problemas de grande alcance e as necessidades reais da população, houve também uma abertura do Design a novas áreas, consideradas importantes e necessárias já nos anos 1970. Não se projetam mais apenas objetos, mas também serviços, sistemas de produtos-serviços, elementos tangíveis e intangíveis. Esta abertura trouxe mudanças no papel do designer, nas ferramentas utilizadas e nos conhecimentos necessários. O projetista hoje é cada vez mais pesquisador e facilitador: prática e pesquisa estão mais interligadas porque têm que abranger âmbitos híbridos e transversais, têm que entender o usuário, suas necessidades e facilitar o processo de explicitação (RIZZO, 2009). Para fazê-lo ao longo dos anos o designer foi se aproximando das ciências sociais cujas ferramentas e metodologias adotou, usou e mudou para poder confrontar questões novas para ele.

É este o cenário em que recentemente foram desenvolvidas uma série de abordagens e experiências que consideram a estratégia de Design e da co-criação úteis para resolver soluções de instabilidade política, econômica e social e, mais em geral, para promover uma sociedade mais igualitária e sustentável. A partir do que foi exposto até aqui, a seguir será aprofundada a forma atual do debate iniciado nos anos 1970.

### 2.1.3. O debate hoje: Design e Inovação Social

A ideia de que seja necessária uma transição para um modelo de **desenvolvimento sustentável**<sup>12</sup> é atualmente compartilhada em nível internacional. Ao contrário do passado, quando houve inúmeras tentativas de desenvolver separadamente abordagens para enfrentar questões ambientais e sociais, hoje as propostas integram as possibilidades de solução. Estas estão baseadas no princípio da **equidade inter e intra-geracional**. Como afirma Sachs (2009), existe uma ligação indissolúvel entre o meio ambiente e a sociedade, entre equidade e ecologia, entre justiça social e ambiental. As questões que a sociedade contemporânea precisa enfrentar estão intimamente interrelacionadas, apesar de pertencerem a dimensões

---

<sup>12</sup> O conceito de **desenvolvimento sustentável** foi usado pela primeira vez em 1987, pela *World Commission for Environment and Development* (WCED), no documento *Our Common Future*, para indicar um desenvolvimento que satisfaça as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades (WCDE, 1987).

diferentes: entre elas há, por exemplo, a escassez de recursos energéticos, a pobreza, a distribuição desigual da riqueza, a poluição, a intolerância e a violência. Isso permite compreender como, no âmbito da disciplina, a discussão sobre a aproximação do Design à sociedade e sobre a promoção de uma melhor qualidade de vida se manifesta como um debate que considera uma mudança da sociedade no seu todo. O que está sendo discutido é a transição do mundo antigo para um mundo que parece ser possível somente através da mudança radical de instituições e infraestruturas (MANZINI, 2004; MURRAY, 2009).

Esta visão, que nasceu em âmbito acadêmico europeu e depois se espalhou rapidamente em muitas outras áreas do cenário mundial, baseia-se em dois conceitos principais: **mudanças sistêmicas** e **inovações sociais radicais**.

De acordo com Murray *et al.* (2010) e também Manzini (2004), para encontrar respostas às perguntas sociais atuais é necessária a transformação das instituições e infraestruturas e o lançamento de novas estruturas sociais: ou seja de **mudanças sistêmicas**. Segundo Murray (2009), os governos de hoje, a fim de enfrentar esses pedidos e também os ambientais, os quais estão interligados, têm agido com políticas públicas, ferramentas e soluções que se mostraram, pelo menos em parte, inadequadas. As ações desenvolvidas pelos governos são eficazes contra problemas e necessidades pontuais e de grande escala, mas incapazes de lidar com problemas multidimensionais. As mudanças climáticas e as questões sociais têm muitas dimensões e necessitam de intervenções simultaneamente comportamentais, organizacionais e tecnológicas, ou seja, partindo de uma abordagem diferente: “nossas questões sociais mais importantes são resistentes às abordagens convencionais utilizadas para encontrar uma solução” (NESTA, 2007, p. 1, tradução nossa). As soluções necessárias devem ser multidisciplinares e flexíveis, devem ir além dos limites das organizações e requerem um compromisso de longo prazo. Estas características são incompatíveis com as necessidades dos ciclos políticos tradicionais (NESTA, 2007), por isso são necessárias mudanças sistêmicas.

Até o momento atual, dois foram os caminhos tomados pelos governos para resolver a situação: por um lado foram promovidas soluções técnicas que visam melhorar os sistemas existentes; pelo outro, ainda em fase de experimentação, os governos vêm tentando envolver os cidadãos e a sociedade civil na definição de serviços e políticas públicas (MURRAY, 2009). De acordo com Murray (2009), esta segunda possibilidade, que pode ser sintetizada no conceito de *Governance*, é uma das

abordagens mais promissoras que o Estado Social está usando para responder à pressão das questões sociais e à necessidade de mudança. Consiste em induzir os diferentes atores a assumir responsabilidade pelo desenvolvimento político, econômico e jurídico da sociedade, em um constante diálogo com as autoridades políticas. Tal estratégia tem na sua base os princípios de abertura, participação, responsabilização, eficácia, coerência (STRANDBAKKEN; STØ, 2007).

Um maior envolvimento da população na definição das políticas públicas é necessário tanto para encontrar resposta às suas necessidades atuais quanto para a resolução de questões sociais e ambientais mais amplas. Visão esta que é confirmada pelo fenômeno do maior ativismo da população que ocorreu na última década, pela proliferação de movimentos sociais e pelas iniciativas dos indivíduos que agem de forma independente para resolver os seus próprios. Ou seja, trata-se de um fenômeno-resposta à pressão das questões sociais e dos aspectos mais negativos da globalização.

É neste cenário e a partir destes conceitos que se desenvolve a discussão atual sobre a contribuição social do Design: as mudanças sistêmicas desejadas baseiam-se, de fato, em **inovações sociais radicais** (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010). O Design pode desempenhar o importante papel de promover estas inovações e de não servir mais um mecanismo de incentivo ao consumo, contribuindo para mudanças sociais e sistêmicas:

Onde isso leva o Design? [...] A sociedade precisa de um design diferente, não industrial, mas social, um design que seja parte da solução e não do problema [...] o que nos empurra para frente? [...] Essa reinvenção e redesign de sistemas, no entanto, tem mais a ver com a inovação social que com a de mercado. Coloca a ênfase longe do consumidor e de suas necessidades e a dirige para a sociedade e suas necessidades. Dá menos atenção ao indivíduo e mais ao coletivo, menos à necessidade e mais a atividade e ao contexto, menos ao produto e mais ao ecossistema de informações, serviços e experiência. (GREEN, 2008 apud ROSSI FILHO et al., 2009, p. 58, tradução nossa).

A partir destes pressupostos, numerosas escolas e centros de Design desenvolveram e estão desenvolvendo teorias, abordagens, metodologias e ferramentas para permitir que o Design cumpra esta função.

Neste cenário, a compreensão do potencial da estratégia de Design de desenvolver soluções integradas de produtos, serviços, comunicação, ou seja, estratégias para lidar com o complexo cenário contemporâneo (ZURLO, 1999)<sup>13</sup>,

---

<sup>13</sup> Esses conceitos foram desenvolvidos inicialmente no âmbito do mercado para permitir às empresas entrar no mercado e desenvolver a própria estratégia; mas, a partir da

levou a investigar a sua aplicação na promoção e suporte de Inovação Social. Por esta razão, fala-se, sobretudo, de *Design Strategy* e *Design Thinking*. Estes conceitos se tornaram, no campo acadêmico, o foco de várias novas abordagens e pesquisas. No contexto europeu podem ser lembradas, entre outras, por exemplo, as do *Politecnico di Milano*, do *Helsinki Design Lab*<sup>14</sup>, do *NESTA* e do *Centre for Social Innovation*. No âmbito do mercado, no entanto, estes conceitos estão na base de uma série de conjuntos de ferramentas desenvolvidas por empresas de Design que propõem usá-los para melhorar as condições de vida das camadas mais desfavorecidas da população. A próxima seção irá explorar o conceito de **Inovação Social** que está na base destas novas experiências.

### 2.1.3.1. A Inovação Social

Inovação Social é um conceito que tem sido muito usado e divulgado nos últimos anos no âmbito do Design (MULGAN *et al.*, 2006), mas que já foi associado a contextos e práticas diferentes, não tendo ainda uma definição unívoca.

Na tentativa de defini-lo, Phills, Deiglmeier e Miller (2008), do *Centre for Social Innovation*, analisaram separadamente os termos **inovação** e **social**. Assim **inovação** é definida por esses autores como um elemento que pode assumir diferentes formas, mas que se caracteriza principalmente por sua natureza de inovação e melhoria em relação a um contexto específico. Por outro lado, o adjetivo **social** se refere, segundo esses autores, a uma distribuição do valor gerado (social e econômico) à sociedade como um todo, e não apenas para cada indivíduo.

Uma nova solução para os problemas sociais que é mais eficaz, eficiente e sustentável que as soluções existentes e pela qual o valor criado é principalmente para o benefício da sociedade como um todo, ao invés de indivíduos particulares. A inovação social pode ser um produto, um processo produtivo, uma tecnologia, mas pode ser também um princípio, uma ideia, parte de uma lei, um movimento social, uma intervenção, ou alguma combinação deles. (PHILLS; DEIGLMEIER; MILLER, 2008, p. 39, tradução nossa)

Em geral, considera-se a Inovação Social como a melhor modalidade para compreender e produzir mudança social duradoura através de uma abordagem que

---

pluridimensionalidade das questões enfrentadas, a ação em um contexto igualmente complexo e inconstante e a necessidade de novas estratégias, foram depois transpostos também para o âmbito social.

<sup>14</sup> O *Helsinki Design Lab* é uma iniciativa do *Sitra (The Finnish Innovation Fund)* realizada com a finalidade de promover o Design Estratégico como meio para analisar, repensar e re-projetar o sistema atual. Esteve ativo de 2008 até 2013.

dissolve as barreiras e inicia um diálogo entre os setores público, privado e sem fins lucrativos.

O centro *NESTA* igualmente afirma o valor público, mas coloca ênfase na necessidade desta inovação trazer benéfico para questões sociais de grande alcance e que responda às necessidades da sociedade que, até hoje, não foram respondidas pelas ações do mercado ou do Estado.

Uma inovação que é explicitamente para o bem social e público. É uma inovação inspirada pelo desejo de satisfazer as necessidades sociais que podem ter sido esquecidas pelo mercado particular e que muitas vezes são mal atendidas e resolvidas por serviços organizados pelo Estado. A inovação social pode ocorrer dentro ou fora do serviço público. Pode ser desenvolvida pelo setor público, privado ou terceiros, ou por usuários e comunidades - mas igualmente, algumas inovações desenvolvidas por esses setores não são qualificadas como inovação social, porque não respondem diretamente às questões sociais amplas. (NESTA apud MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010 p. 10, tradução nossa)

O termo social refere-se principalmente aos tipos de questões abordadas. Neste caso, pode também assumir várias formas: pode ser um serviço, um produto, uma iniciativa, um modelo organizativo, uma abordagem (MULGAN *et al.*, 2006; NESTA, 2008; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010):

A Inovação Social tem a ver com o desenvolvimento de novas ideias para enfrentar os problemas sociais e responder às necessidades sociais. Pode ser um novo produto, serviço, iniciativa, modelo organizacional ou abordagem para a prestação de um serviço público. [...] A inovação social pode assumir formas diferentes. (NESTA, 2008, p.1, tradução nossa)

Além disso, este termo, em geral, presta-se a várias interpretações. Suas diferentes tonalidades são abordadas por Mulgan *et al.* em *Social Silicon Valleys* (2006). Estes autores argumentam<sup>15</sup> que, a partir da amplitude deste âmbito, torna-se necessária uma melhor delimitação e especificação:

Nosso interesse aqui é para uma subseção menor de inovação social que assume a forma de programas replicáveis ou de organizações [...] Estamos interessados em inovações que mudaram o equilíbrio de poder - dando para os relativamente pobres e sem poder mais controle sobre suas vidas e promovendo a justiça social. (MULGAN *et al.*, 2006, p. 9, tradução nossa)

Mulgan, Caulier-Griecce e Murray (2010) relacionam este termo à promoção da capacidade da sociedade de agir:

<sup>15</sup> “Então a inovação social se refere a novas ideias que agem para responder a objetivos sociais. Assim definido, este termo tem, potencialmente, limites bem amplos – de parcerias gays à novos modos de usar as mensagens telefônicas, e de novos estilo de vida à novos produtos e serviços.” (MULGAN *et al.*, 2006, p. 9, tradução nossa).

Nós definimos como inovação social especificamente as novas ideias (produtos, serviços e modelos) que respondem às necessidades sociais e, ao mesmo tempo, criam novas relações sociais e colaborações. Em outras palavras, são as inovações que são boas seja para a empresa, seja para aumentar a capacidade da sociedade de agir. (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010 p. 3, tradução nossa)

Ainda de acordo com Mulgan *et al.* (2006), o que é essencial em qualquer Inovação Social, independentemente do momento e contexto, é a conscientização da população sobre a diferença que existe entre o que é oferecido por instituições e mercado e o que ela precisa. Esta lacuna geralmente toma a forma de descontentamento popular. Momentos favoráveis para Inovação Social são, de fato, os caracterizados por problemas sociais importantes e urgentes (PEREZ, 2002; JÉGOU; MANZINI, 2008).

A Inovação Social é, portanto, uma inovação capaz de responder às necessidades sociais atuais e criar mudanças duradouras capazes de melhorar questões sociais amplas, por meio de uma habilitação da sociedade e da redistribuição de poder como resultado de um diálogo maior entre público, privado e organizações sem fins lucrativos.

Nela, a população não é fundamental apenas para a compreensão e explicitação das necessidades: são as pessoas mesmas que se identificam e implementam a inovação necessária. Individualmente ou em grupo têm, de fato, a capacidade de interpretar as suas próprias vidas e resolver seus problemas (MULGAN *et al.*, 2006; NESTA, 2012). Esta ideia é compartilhada por Jégou e Manzini (2008) que, ao definir a Inovação Social, enfatizam o papel ativo e fundamental desempenhado pelos indivíduos: “A expressão inovação social refere-se a mudanças nas formas em que indivíduos ou comunidades agem para resolver um problema ou gerar novas oportunidades” (JÉGOU; MANZINI, 2008, p. 29, tradução nossa). Segundo os autores, na base da Inovação Social existe uma mudança de comportamento: é um processo *bottom-up*.

A importância da Inovação Social, o seu potencial, a sua natureza inovadora, popular e revolucionária em relação à situação que está enfrentando se reflete em numerosos casos de grupos de pessoas que se organizam para produzir mudanças no sistema atual e para responder às necessidades cotidianas não respondidas pelo governo e pela indústria (MANZINI, 2007). Estes grupos foram chamados de **comunidades criativas** e, atualmente, são frequentemente utilizados como referência no campo do Design, em termos de objetivos a atingir, contexto e atores de referência e potencial social. São objeto de numerosos estudos e um ponto de

partida para novas abordagens, técnicas e ferramentas. A pesquisa *EMUDE*<sup>16</sup>, por exemplo, a partir de sua descoberta e análise deu origem a uma definição de Inovação Social mais focada no indivíduo: “As pessoas estão experimentando novos jeitos de ser e de fazer que são expressivos de uma capacidade de formular novas perguntas e encontrar novas respostas; e isso é exatamente o que acabamos de chamar de inovação social” (JÉGOU; MANZINI, 2008, p. 29, tradução nossa).

Os casos de Inovação Social são caracterizados pela dimensão local, que, por vezes, faz com que sejam invisíveis para as autoridades políticas e para os pesquisadores (NESTA, 2008). De acordo com Mulgan *et al.* (2006) torná-los visíveis é muito importante porque são sinais que mostram alternativas aos métodos tradicionais.

O que pode fazer o Design em relação à Inovação Social que se apresenta como uma forma para promover uma melhoria social? Segundo o centro *NESTA* deve promover a sua divulgação e adoção. No fazer isso, um fator-chave é identificar a **escala apropriada**, ou seja, uma escala que a torne transferível, mas que não a padronize e que permita a sua adaptação e caracterização com base no contexto (NESTA, 2007). *NESTA* acredita que hoje não seja importante se concentrar na compreensão de como criar Inovação Social, mas:

Estamos descobrindo que disseminar a inovação gerida localmente tem menos a ver com a invenção e criação de novas ferramentas e métodos de envolvimento. Pelo contrário, tem a ver com projetar a partir do conhecimento acumulado ao longo dos anos pelas melhores práticas de participação comunitária e com aplicar uma nova combinação de ferramentas e métodos de forma mais colaborativa, com foco nos recursos e gerida localmente. (NESTA, 2012, p.33, tradução nossa)

A partir do que foi dito até agora, o papel do designer em relação à Inovação Social parece ser a de detectá-la, melhorá-la e/ou reaplicá-la em um contexto considerado adequado.

Esta subseção tem mostrado que no diálogo atual ainda estão presentes os conceitos introduzidos na década de 70. Existe, de fato, um nexos conceitual entre o conceito de **comunidades criativas** e os de **participação popular, local, comunidade e saber popular**; assim como entre os conceitos de **inovação social radical** e **mudanças sistêmicas** e o de **redesign de instituições**. É evidente, no entanto, uma diferença entre o que é proposto pelo *NESTA* e por quem está

---

<sup>16</sup> *EMUDE* (*Emerging user demands for sustainable solutions* 2004-2006) é um projeto de pesquisa financiado pela Comunidade Europeia e desenvolvido por um consórcio de universidades e centros de pesquisa europeus. O ponto de partida foi a observação do fenômeno da Inovação Social na Europa.

investigando o possível papel do Design e o que foi afirmado pelas principais vozes que deram origem ao debate, entre os quais se lembram Bonsiepe e Papanek: enquanto no passado era achado necessário que o designer criasse soluções diferentes capazes de encontrar solução para os problemas criados pelo mesmo Design e o colocasse a serviço de grupos populacionais não considerados; agora, ao invés disso, o designer pode e deve contribuir para uma sociedade mais justa em sua totalidade, e para fazer isso deve, dentro do existente e do que já foi realizado pela população, reconhecer, melhorar e reaplicar soluções potencialmente promissoras. Uma mudança teve, portanto, nas motivações que promovem a contribuição do designer em colaborar para uma sociedade mais sustentável e no papel atribuído a ele neste processo.

Finalmente, assim como as primeiras discussões têm mostrado a importância de processos participativos e locais para promover mudanças duradouras e resolver problemas sociais, as agora apresentadas evidenciam como ao atuar em contextos sociais contextos sociais frágeis, de conflito e marginalizados através do Design seja importante usar a **estratégia de Design**, que permite o desenvolvimento de ações capazes de se confrontar com o mundo contemporâneo, e agir em conjunto com **novos parceiros locais** pertencentes à diferentes áreas - como apresentado no aprofundamento do conceito de **Inovação Social**.

## **2.2. Algumas práticas criativas atuais com finalidade social**

A seção anterior traçou a origem e evolução do interesse da comunidade do Design no âmbito social e na promoção de uma melhor qualidade de vida de um contexto. A partir dos anos Sessenta e Setenta teve: a preocupação com o impacto negativo de suas ações na sociedade; a compreensão de não estar projetando para as camadas mais desfavorecidas da população; o desejo de contribuir para a melhoria dos problemas sociais e a crença que o design tenha o potencial para fazê-lo. Com este fim, tem tido uma reconsideração do usuário, da sua relação com o designer e do seu papel dentro do processo de projeção que levou à uma aproximação da disciplina às ciências sociais e ao desenvolvimento de novas abordagens, métodos, técnicas e ferramentas. Conforme apresentado anteriormente, no momento presente, quando se discute a ação do Design na esfera social, muitas vezes, referem-se ao

conceito de Inovação Social, ao papel ativo dos indivíduos e à utilização da estratégia de Design para promovê-la.

Quer-se nesta seção ver como o que foi expresso no debate é interpretado e implementado por algumas práticas atuais de um Design que se confronta com objetivos de melhoria social e que se propõe a dialogar com a sociedade. Existem muitas delas, mas desde que tratá-las não é objetivo do presente trabalho, optou-se por apresentar aqui apenas algumas: as que foram consideradas mais relevantes pelas premissas de pesquisa e pela ampla divulgação e adoção entre a comunidade do Design. São chamadas aqui de *práticas* porque, apesar de terem naturezas diferentes - a primeira é uma abordagem de uma subárea de ação do Design em geral, a segunda é o trabalho de um grupo de pesquisa e da sua rede, e o terceiro é um conjunto de ferramentas - representam três modos de ação no âmbito social. E é o fato de constituírem modos de atuação que leva a chamá-las de práticas. Trata-se de experiências conhecidas a nível internacional, algumas de origem acadêmica, outras desenvolvidas em uma colaboração entre as empresas e o terceiro setor. Especificamente, serão apresentados: o *Participatory Design* em sua configuração e objetivos atuais; o *Design for Social Innovation*, desenvolvido no *Politecnico di Milano*; e, finalmente, o *Human Centred Design toolkit* desenvolvido pela *IDEO*. Este último foi escolhido por ser considerado representativo de uma série de ações realizadas por empresas de Design que hoje se propõem agir na esfera social. Tomadas em conjunto, essas práticas permitem obter uma visão geral do que anima neste âmbito a comunidade de Design.

### 2.2.1. O Participatory Design

O *Participatory Design* é uma abordagem de Design na qual o usuário final se envolve na fase de desenvolvimento do projeto (BJERKNES; EHN; KYNG, 1987) com o objetivo de definir uma solução o mais útil e significativa possível por meio do conhecimento implícito e contextual possuído pelas pessoas (BINDER; BRANDT, 2008). A esse respeito Sanoff (2007) escreve:

Aqueles que praticam o PD compartilham a ideia que cada um dos participantes de um projeto de PD é um especialista no que faz, cuja voz precisa ser ouvida; que as ideias de design nascem da colaboração entre participantes com diferentes formações. (SANOFF 2007, p. 213, tradução nossa)

Como mencionado na seção 2.1, o Participatory Design teve sua origem na década de 1970. O local de origem, porém, é controverso: vários autores (GREENBAUM, 1993; WINOGRAD, 1996; SPINUZZI, 2005; RIZZO, 2009) acreditam que teve origem no Norte da Europa nos anos 70; Greenbaum (1993) e Rizzo (2009) o atribuem à escola escandinava; Winograd (1996) e Spinuzzi (2005) à norueguesa. Em geral, é associado à introdução dos sistemas informáticos no local de trabalho: a partir dos princípios da **democracia** e **equidade** em âmbito de trabalho nasceu o desejo de envolver os funcionários na projeção dos softwares que na época estavam sendo introduzidos para dar suporte às atividades de trabalho. Sobre as razões por trás de sua origem existem, igualmente, diferentes posições: Rizzo (2009), por exemplo, afirma que nasceu também do desejo generalizado da comunidade do Design de fazer projetos para a sociedade e de democratizar o seu processo, que até então não considerava as vozes dos usuários e os excluía da projeção. Sanoff (2007), por sua vez, argumenta que um movimento semelhante ocorreu no contexto norte-americano nos anos 1960, em conexão com as transformações urbanas e a busca de um modelo de intervenção que permitisse a participação dos cidadãos, respeitando também os direitos dos mais pobres na transformação do espaço público. Tinha na sua base o movimento em defesa dos direitos civis e o fortalecimento de uma consciência comunitária.

Ao passo que num primeiro momento este movimento teve sucesso, sobretudo no âmbito informático, agora é usado também no industrial, no planejamento e design urbanos (SANOFF, 2007), no âmbito do *Transformation* e *Service Design* (SANDERS; BRANDT; BINDER, 2010). Além disso, assiste-se hoje ao seu uso também no desenvolvimento de soluções para situações de exclusão econômica e social nos países em desenvolvimento, embora, neste caso, sejam projetos que pertencem principalmente ao campo do *Information System Design* (HUSSAIN; SANDERS; STEINERT, 2012).

Com exceção desta última situação, a maioria dos casos relatados na literatura foi desenvolvida na Europa e na América do Norte, sendo poucos os que tiveram como território a Ásia, a América do Sul e a África (PURI *et al.* 2004; WINSCHIERS-THEOPHILUS; BIDWELL; BLAKE, 2010).

### 2.2.1.1. As características

Diferentes e múltiplas têm sido as aplicações do PD, mas é possível identificar algumas características estruturantes em comum, as quais são relevantes para a sua compreensão.

O PD é direcionado principalmente para designers profissionais que desejem atuar em uma situação problemática por meio da ação das pessoas afetadas pela mesma (HUSSAIN; SANDERS; STEINERT, 2012), obtendo assim um aprendizado e empoderamento individual ou de grupo (SANOFF, 2007).

É uma abordagem que visa à democratização da sociedade; o seu princípio inspirador é o da **Democracia Participativa** (SANOFF, 2007; RIZZO, 2009): o processo de tomada de decisão coletiva deve ser descentralizado para os diversos setores da sociedade para que todos possam participar das decisões que os afetam (SANOFF, 2007). Isso acontece porque o usuário é considerado: por um lado, são reconhecidos o conhecimento e as habilidades implícitas possuídas pelas pessoas e relativas ao contexto; e, por outro, há a compreensão da existência de uma inteligência coletiva (FISCHER *et al.*, 2005). O uso do conhecimento das pessoas para definir as soluções (SPINUZZI, 2005) e a capacidade de fazê-lo em seu próprio ambiente de implementação, e não no laboratório (SANOFF, 2007), permitem resultados positivos. Envolver o usuário permite também entender melhor as necessidades (ARCE, 2004). Finalmente, três elementos são de fundamental importância na realização de um projeto de PD: a equidade, a discussão aberta e o compromisso em participar (YASOUKA; SAKURAI, 2012).

A partir desses conceitos, a grande mudança que aporta o processo de Design é a de colocar o usuário no início do processo de projeção (RIZZO, 2009) e também de envolver pessoas com diferentes formações, experiências, interesses e papéis (SANDERS; BRANDT; BINDER, 2010).

Considerou-se interessante investigar esta abordagem, uma vez que se apresenta como o cenário mais amplo em que se insere o *Co-Design* e, conseqüentemente, as abordagens que usam técnicas cocriativas como o *Design for Social Innovation* que será tratado na próxima seção. A este respeito, Hussain, Sanders e Steinert (2012) escrevem: “Os designers se juntam aos usuários e outros atores selecionados para fazer co-criação/para co-criar, ou seja, *Participatory Design*” (HUSSAIN; SANDERS; STEINERT, 2012, p. 92, tradução nossa). Isso não

significa, contudo, que *Participatory Design* e *Co-Design* sejam a mesma coisa. Sanders e Stappers (2008), com efeito, esclarecem a diferença:

Neste cenário, na área do *Participatory design*, os conceitos de co-criação e co-design vêm se ampliando. Os termos co-design e co-criação são hoje frequentemente confundidos e/ou utilizados como sinônimos um do outro [...] Os autores usam co-criação para se referir a qualquer ato de criatividade coletiva, ou seja, criatividade que é compartilhada entre duas ou mais pessoas. [...] Com co-design designamos a criatividade coletiva quando aplicada a todo o processo de design. [...] Então, o co-design é um caso específico de co-criação. (SANDERS; STAPPERS, 2008, p. 2, tradução nossa)

De acordo com Sanders e Stappers (2008), portanto, o *Co-Design* pertence ao cenário mais amplo do *Participatory Design*.

### 2.2.2. O Design for Social Innovation

Atualmente, muitos grupos, centros de pesquisa, iniciativas e empresas investigam e afirmam o papel que a estratégia de Design pode ter na identificação de soluções para os problemas enfrentados pela sociedade. O *Helsinki Design Lab*, por exemplo, escreve:

O Design Estratégico tem a ver com a aplicação de alguns dos princípios do design tradicional para problemas globais, tais como saúde, educação e mudança climática. Redefine a maneira em que os problemas são abordados, identifica oportunidades de ação e ajuda a fornecer soluções mais completas e resilientes. (HELSINKI DESIGN LAB, tradução nossa )

No que diz respeito à sua aplicação para a resolução de questões sociais, leva-se aqui em consideração especificamente a abordagem de *Design for Social Innovation* promovida pela rede *DESIS* (*Design for Social Innovation and Sustainability*).

A rede *DESIS*, que divulga e promove esta abordagem internamente e externamente à comunidade de Design, se define como “uma rede de laboratórios de design, com base em escolas e universidades com foco em design, ativamente envolvidas na promoção e suporte de mudanças sistêmicas” (DESIS, 2012, tradução nossa). Desde 2009 trabalha a nível internacional para divulgar o potencial desta abordagem através de *Design Labs*, ou seja, grupos de acadêmicos, pesquisadores e estudantes que orientam a sua prática de Design e suas pesquisas para a Inovação Social. A rede facilita a colaboração entre eles para integrar visão local e global. Segundo a rede *DESIS*<sup>17</sup>:

<sup>17</sup> Informações obtidas no folheto de apresentação da rede.

A inovação social pode ser vista como um processo de mudança que surge a partir da recombinação criativa da estrutura existente (capital social, patrimônio histórico, artesanato, tecnologia avançada acessível) e que é usada para alcançar objetivos sociais reconhecidos através de novas modalidades. Uma inovação impulsionada por necessidades sociais, em vez de mercado e/ou pesquisa técnico-científica independente, e gerada mais pelos atores envolvidos do que por especialistas. (DEISIS, 2012, tradução nossa)

Recombinação do existente, população, finalidades sociais amplamente reconhecidas são os conceitos-chave na base de muitas iniciativas promovidas pelos atores sociais locais que apresentam um modo de pensar e agir fora do comum que se vem difundido na última década. Entre eles: “a agricultura comunitária, co-habitação, *car pooling*, hortas e jardins comunitários, assistência de bairro, troca de talentos e bancos de tempo” (DEISIS, 2012, tradução nossa). Estes protótipos têm o potencial de se espalhar amplamente se forem fornecidas condições favoráveis: se o Design fornece visões apropriadas, estratégias, ferramentas de co-design, estas ideias poderiam se tornar soluções amadurecidas e programas viáveis.

Esta abordagem é chamada de *Design for Social Innovation* e encontra suas origens em algumas pesquisas desenvolvidas no *Centro Interdipartimentale di Ricerca sull'Innovazione per la Sostenibilità Ambientale del Politecnico di Milano*<sup>18</sup>. Baseia-se na ideia de Bauman (2000) de que o mundo atual é complexo, dinâmico, imprevisível e fluido; novas estratégias devem ser desenvolvidas com base na colaboração de atores de natureza diferente para interagir com o mundo e promover mudanças sociais e sistêmicas capazes de contribuir para a resolução de questões de amplo alcance, tais como a saúde, a educação, a pobreza, as alterações climáticas. O *Design Estratégico* se apresenta como um importante recurso do Design para isto. Meroni (2008) afirma, a esse respeito que o conjunto de conhecimentos, habilidades e tecnologias que o caracterizam é também importante para organizações externas à empresa: “[O Design Estratégico] é útil para todos aqueles que são confrontados com decisões de design em um contexto turbulento e incerto.” (MERONI, 2008, p. 32, tradução nossa). Trata-se de entidades sociais, como instituições públicas, governos, territórios, associações, organizações não governamentais. Destina-se, portanto, a

<sup>18</sup> Em um primeiro momento, esta abordagem foi chamada de *Strategic Design for Social Innovation*. Isso porque trata-se, de fato, de uma evolução na aplicação do *Design Estratégico*. Na versão original referia-se a uma atividade de projeção aplicada para permitir às empresas enfrentar o complexo cenário contemporâneo. Esta atividade concentra-se sobre o conjunto de produtos, serviços e comunicação por meio do qual uma empresa se apresenta no mercado e desenvolve a sua própria estratégia (ZURLO, 1999). Redefine a abordagem dos problemas, identifica oportunidades e desenvolve soluções mais completas e resilientes. Opera no nível de cenários, diálogos e interações com a finalidade de gerar visões e torná-las desejáveis e possíveis (ROSSI FILHO *et al.*, 2009).

designers que atuam dentro ou junto com essas instituições. O desenvolvimento de redes inovadoras de projeto com estas entidades é considerado essencial.

### 2.2.2.1. As características

No artigo *Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline* (2008), Meroni define as principais características da abordagem do *Design for Social Innovation*<sup>19</sup>. Primeiramente, é uma abordagem adequada a interpretação de situações em curso onde os problemas são indefinidos, não claros, onde a compreensão das necessidades e da rota a ser percorrida emerge, passo a passo, através da interação contínua dos diferentes atores. As soluções, por sua vez, emergem dos recursos disponíveis. Para promover a evolução da sociedade atual para cenários mais sustentáveis através de inovações radicais e mudanças no comportamento social, o designer desenvolve projetos de *sistemas de produto-serviço* (PSS). Trata-se de estratégias integradas de produto-serviço que requerem a colaboração inovadora entre os diferentes atores e que geram inovações radicais. Neste processo o designer promove a atividade de *Co-Design*, uma vez que interpreta uma **criatividade difundida**<sup>20</sup> e apoia as pessoas no projetar seu dia-dia. Para fazê-lo, entende como as comunidades trabalham e colabora com elas gerando, assim, um processo de mudança. Entre as suas principais ferramentas tem os *cenários* por meios dos quais transforma visões em hipóteses plausíveis. Eles traduzem informações e intuições em saber perceptível e compreensível, representam a estrutura onde iniciar conversas estratégicas entre os membros da comunidade e entre a comunidade e a sociedade no seu todo, e tornam-se as bases para um processo de aprendizagem que permite a sua evolução.

Segundo Meroni (2008), o papel do designer é o de catalisador de uma sensibilidade coletiva em direção à uma visão compartilhada de como o futuro deveria ser através de um diálogo estratégico entre os diferentes atores. Além disso, no processo não só dialoga com a sociedade para descobrir iniciativas existentes,

<sup>19</sup> Utiliza-se aqui a expressão *Design for Social Innovation* e não *Strategic Design for Social Innovation* porque ao longo do tempo esta foi substituída pela primeira.

<sup>20</sup> De acordo com Manzini a **criatividade difundida** é: “colocada em ação cooperativamente por pessoas ‘não especializadas’ e é uma forma de expressão significativa embora pouco estudada pela nossa sociedade. Especificamente, essa criatividade difundida é um aspecto da atitude de design que cada um deve desenvolver se temos que organizar as nossas vidas em um ambiente altamente turbulento e, portanto, imprevisível.” (MANZINI, 2006, p.7, tradução nossa). Um conceito semelhante ao de **criatividade coletiva** que é apresentado por Sanders (2001).

necessidades, recursos, mas para construir capacidades: através do processo de Design é possível, de fato, habilitar as pessoas em lidar com um contexto em mudança, em desenvolver um novo modo de compreender os problemas e novas capacidades de percepção e visão.

Finalmente, é importante especificar que se trata de uma abordagem que está sendo definida. Manzini (2002) afirma que está apenas nos estágios iniciais e outras pesquisas são necessárias para entender como divulgar os conceitos que traz em diferentes contextos, como os de facilitar novas redes, e para desenvolver ferramentas que apoiem o processo de aprendizagem social.

### 2.2.3.

#### O Human Centred Design toolkit

O *Human Centred Design toolkit* de IDEO é apresentado aqui por ser representativo de várias publicações produzidas por empresas, consultorias e grupos de pesquisa que visam ajudar, fornecer as ferramentas e o processo para agir no âmbito social e promover melhor qualidade de vida às pessoas desfavorecidas através de manuais contendo um conjunto de técnicas e ferramentas. Entre eles são lembrados, em primeiro lugar, o *Collective action toolkit (CAT)*<sup>21</sup>; o *Social design Methods Menu*<sup>22</sup>; bem como o *SILK Method Deck*, i *NHS EBD*, e *Arup's Drivers of Change cards*.

IDEO é uma empresa internacional de Design que vem usando há anos a abordagem de *Human Centred Design* para promover a inovação e o crescimento de organizações públicas e privadas. Recentemente, a partir da experiência adquirida, desenvolveu o *Human Centred Design Toolkit*, um conjunto de ferramentas destinado à ONGs e empresas sociais que operam em países do Sul do Mundo para a melhoria

<sup>21</sup> O *Collective action toolkit (CAT)* realizado pela Frog Design está disponível em código aberto no seu site. Criado “para ajudar grupos de pessoas a gerar uma mudança positiva na sua comunidade” é um “recurso para quem queira gerar uma mudança” (FROG,2013, tradução nossa). Eis a sua descrição: “CAT não é uma estrutura rígida para resolver problemas. Foi projetado para ser flexível e acessível, com um mapa de ações e atividades divididas em seis categorias, desde criar um grupo, até imaginar novas ideias ou planejar mudanças. O kit de ferramentas desafia os grupos a aprofundar as discussões, esclarecer os objetivos em comum baseados no que aprenderam através do processo de *problem solving*. O resultado é uma abordagem holística para ajudar os grupos a enfrentar as questões na sua comunidade.” (FABRICANT, 2012, tradução nossa)

<sup>22</sup> The *Social Design Methods Menu* realizado por Lucy Kimbell e Joe Julier está disponível no site da mesma autora. Trata-se de uma introdução e um manual “para quem está procurando uma nova forma de enfrentar questões sociais e políticas, tais como cuidar dos idosos, reduzir o desemprego entre os jovens” (KIMBELL; JULIER, 2012, tradução nossa). Os autores dizem que se diferencia dos outros manuais em circulação por estar consciente de que os métodos mudam toda vez que são aplicados; porque junta ideias do design, da administração, das ciências sociais e porque coloca ênfase no trabalho de mudança não visível.

das condições de vida das pessoas na base da pirâmide. Em sua versão digital *open source* é apresentado como segue:

Durante anos, as empresas têm usado o *human-centred design* para desenvolver soluções inovadoras. Por que não aplicar a mesma abordagem para enfrentar os desafios do mundo *no profit*? [...] IDEO desenvolveu o conjunto de ferramentas HCD para ajudar voluntários e agentes internacionais a compreender de novas maneiras as necessidades das comunidades e a encontrar soluções que respondam de jeito inovador, fornecendo soluções que considerem também a sustentabilidade econômica. O conjunto de ferramentas HCD foi projetado especificamente para ONGs e empresas sociais que trabalham com comunidades carentes na África, Ásia e América Latina. O conjunto de ferramentas é gratuito, disponível para download e orienta o usuário através do processo de *human-centred design*, dando suporte a atividades como construir habilidades de escuta, conduzir oficinas e implementar ideias. (IDEO, 2009, tradução nossa)

O *Human Centred Design Toolkit* apresenta-se na forma de um manual para ser usado por uma pessoa interessada em promover e orientar um processo compartilhado de inovação dentro de uma ONG. Este indivíduo pode ser um membro da organização ou uma pessoa de fora, como um designer. IDEO argumenta que usando o conjunto de ferramentas é possível promover o acesso a uma nova região, a adaptação de tecnologia, o entendimento das necessidades dos usuários e o desenvolvimento de novas metodologias para monitorar a mudança gerada.

Desenvolvido na sua primeira versão em 2009, obteve grande sucesso entre os designers interessados em atuar no terceiro setor. Após um ano a comunidade de usuário contava com mais de 27.000 membros. Até junho de 2013 a ferramenta tinha sido baixada na versão digital (conforme informação no site) mais de 74.000 vezes. Em abril de 2012 foi adicionado ao manual o HCD Connect:

...uma plataforma onde as pessoas que usam o conjunto de ferramentas HCD ou *human-centred design* no âmbito social, podem compartilhar suas experiências, fazer perguntas, e se conectar com outros que trabalham em áreas parecidas ou que sofrem por questões semelhantes. (mensagem pessoal, tradução nossa)<sup>23</sup>

### **2.2.3.1. As características**

O *HCD toolkit* é um manual que guia o leitor no desenvolvimento de um processo de inovação. Para fazê-lo, explica as suas dinâmicas, descreve as diferentes fases e as atividades que as compõem. Cada atividade é tratada em detalhe e muitas

<sup>23</sup> IDEO.org, **Announcing the Launch of HCD Connect** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <info@ideo.org> em 18 abr. 2012.

vezes são fornecidas recomendações para a sua implementação e ferramentas que facilitem as operações. No manual são constantemente fornecidas orientações no que a quantidade de tempo necessário, o contexto físico onde agir e sobre a tipologia e quantidade de participantes.

O processo apresentado e as ferramentas fornecidas se baseiam em dois conceitos-chave: a importância de gerar empatia com o grupo social com o qual se interage e a crença de que as pessoas sejam criativas, especialistas em relação à sua própria situação e as únicas capazes de definir as soluções mais adequadas e corretas. Essas características, como vimos, estão também na base do PD e do *Design for Social Innovation*.

Não há indicações sobre como promover a participação dos destinatários do projeto, mas existem algumas dicas sobre como facilitar a aceitação do designer e obter mais informações. O manual propõe e apresenta um conjunto de ferramentas de Design, incluindo as mais adequadas para facilitar o diálogo (por exemplo, o *brainstorming*), a compreensão e explicitação dos conceitos por meio da representação gráfica.

O processo proposto não prevê necessariamente a participação do usuário no momento criativo, mas sim que o projeto esteja baseado na empatia desenvolvida. O caminho proposto considera sempre questões como recursos econômicos limitados, baixo custo de investimento e sustentabilidade econômica.

São propostos quatro cenários de uso do conjunto de ferramentas: dois preveem um intervalo de tempo limitado para entender o contexto, enquanto os outros dois propõem usá-lo para promover motivação e definir objetivos concretos na ONG, em um intervalo de tempo indeterminado. Nos primeiros dois casos, propõe-se o desenvolvimento de um projeto de Design na sua totalidade: o primeiro cenário prevê uma imersão de uma semana no contexto para compreender o problema estratégico<sup>24</sup> identificado para, em seguida, passar-se à fase de geração de ideias, protótipos e planejamento; o segundo cenário supõe um mergulho que pode durar desde várias semanas até vários meses e permite uma maior profundidade e nuances na construção das teorias sobre um problema complexo.

Em geral, embora haja exceções, emerge uma visão clara do participante local como de uma figura passiva no processo de elaboração de ideias, uma fonte de informação.

---

<sup>24</sup> A questão a ser enfrentada é assim definida pelo manual, uma forma de ressaltar a sua relação com os conceitos de *Design Thinking* e *Design Strategy*.

#### 2.2.4. Interpretação e implementação do debate

Os conceitos propostos pelo debate no passado e no presente tiveram repercussões diferentes nas três práticas apresentadas na seção anterior.

No PD, o debate é muito presente na sua forma original. Nele, o designer se concentra na resolução de problemas específicos que afetam o grupo em questão. A resolução de questões pontuais e o envolvimento do usuário permitem contribuir para a criação de uma sociedade mais sustentável. O Design, no entanto, não é proposto como uma ferramenta para a resolução de questões amplas e transversais. O conceito de **local** está fortemente presente: o problema diz respeito à um grupo identificado, é contextual, seja no que concerne à natureza do assunto, seja na solução desenvolvida **no** e **para** o local. Não há menção à Inovação Social ou à identificação, melhoria e reaplicação de inovações e soluções desenvolvidas anteriormente pela população. Contudo, o saber e a participação desta última são considerados essenciais. O designer se ocupa em gerar uma nova solução com um grupo identificado muito específico, que tem que se comprometer a cooperar. Deve promover, organizar e coordenar este processo.

O *Design for Social Innovation* nasce dentro do debate contemporâneo e se articula a partir dos conceitos de Inovação Social, mudanças sistêmicas, comunidades criativas e do papel do designer na identificação de soluções promissoras, melhorá-las e reaplicá-las. Distingue-se do passado, uma vez que afirma a existência da solução já dentro da realidade existente. Reflete a ideia atual de que o Design pode promover melhoria e reorganização da sociedade como um todo, através da utilização da estratégia de Design; ao mesmo tempo, não trata da necessidade de resolver os problemas causados pela própria disciplina, ou de atuar para segmentos específicos da população como pobres e idosos. Contudo pode ser dirigido e se revelar útil neste contexto. A participação e empoderamento do usuário, que faz parte de falas mais e menos recentes, está muito presente.

O *HCD toolkit*, apesar de ter sido criado recentemente, assim como o *Design for Social Innovation*, reflete principalmente, o debate passado: a melhoria das condições de vida, local, comunidade. Deve ser aplicado em um lugar específico com o objetivo de promover o bem estar de um grupo. No que tange a um dos principais conceitos

discutidos pela disciplina, o usuário está presente, é importante, e o seu saber é valorizado, mas ele não será necessariamente envolvido de forma ativa.

O que foi até aqui apresentado mostra como o interesse pela sociedade se manifesta no âmbito do Design de formas diferentes. Os conceitos de local, comunidade e participação parecem ser essenciais para este tipo de aplicação, embora possam ser aplicados com diferentes níveis e modalidades. A ideia de reaplicar Inovação Social introduz, por exemplo, a possibilidade de uma transposição do local. Em todos os casos, os conceitos de democracia e poder parecem não ser tratados explicitamente e continuam a constituir mais uma questão teórica.

### **2.3.**

#### **O debate no nível local: a experiência do DAD da PUC-Rio**

Se até agora foram tratados a origem, a evolução do interesse do Design em contribuir para o bem-estar social e os principais conceitos propostos, aprofundando as formas como foram interpretados e aplicados por algumas das práticas mais populares de hoje, esta seção destina-se a aprofundar como este debate foi tratado no nível local. O conhecimento produzido localmente pode, de fato, ser relevante para se entender como um designer pode atuar em situações de exclusão locais para promover a melhoria das condições de vida. Será, portanto, apresentada a experiência do DAD da PUC-Rio, departamento universitário local que apresenta uma tradição de atuação no âmbito social. Como lida com o debate sobre o papel e interação do Design com a sociedade? Como se posiciona com relação ao papel do Design em processos de transformação social, foco da presente tese? Como se situa nos processos de transformação urbana que atualmente envolvem o contexto no qual está inserido? Como desenvolve e integra tudo isso nas suas atividades atuais e no passado? A estas perguntas pretende-se responder aqui. A repercussão, posição e interpretação local do debate pelo DAD da PUC-Rio foi investigada através de um aprofundamento da metodologia educacional do *Design em Parceria*, a qual representa uma especificidade do curso de Design da instituição, e das suas diferentes interpretações e aplicações no departamento. As principais referências utilizadas foram a experiência pessoal da pesquisadora, através da observação e participação em algumas atividades, uma revisão da literatura e algumas entrevistas realizadas com professores e alunos participantes das várias atividades.

### 2.3.1.

#### A metodologia educacional do *Design em Parceria*: definição e origens

Ao longo do doutorado em várias ocasiões surgiram oportunidades de aprofundar o **Design em Parceria**<sup>25</sup> que não fazia parte das experiências conhecidas até o início do doutorado, porque prática local e pouco divulgada internacionalmente. Trata-se de uma metodologia de ensino desenvolvida no curso de Design do **Departamento de Artes & Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro** que, nos últimos trinta anos, tem sido aplicada nas disciplinas de projeto. Na forma na qual é aplicada na primeira disciplina de projeto, é uma metodologia de ensino que incentiva nos alunos uma abordagem para ao processo de Design onde é central a relação com o usuário no desenvolvimento e sucesso do projeto e o interesse em projetar para e com grupos sociais da realidade circundante. A professora Renata Mattos Eyer Araujo (2013) a define como:

...o que a metodologia tem como essência, se é que eu posso falar assim. Eu acho que posso. É um processo de envolvimento, de relação do designer com um grupo ou uma pessoa. É a partir desta convivência, desse envolvimento, que se dá atitude projetual. Então assim, é um processo de construção coletiva da forma. Então é um processo participativo, é um processo colaborativo, é um processo cooperativo, é uma co-autoria, todos esses nomes, tudo isso de alguma maneira. (comunicação verbal)

O Design em Parceria teve origem na década de 1980 sob a influência de uma palestra apresentada por Papanek em 1978 na instituição e também a partir da relevância das questões sociais e ambientais no nível internacional (comunicação verbal)<sup>26,27</sup>. Até aquela época, entre 1972 e 1982, o currículo de ensino adotado era semelhante ao da ESDI que havia incorporado alguns princípios da Bauhaus. Em 1982 os professores Ripper e Branco, que foram os seus pioneiros, propuseram aos estudantes projetos voltados para a área social, numa tentativa de remediar a situação

<sup>25</sup> *Design em Parceria* é o nome atual da metodologia. Ao longo dos anos foram atribuídos nomes diferentes: o primeiro era, por exemplo, *Design Social*. A professora Renata Mattos Eyer Araujo, na entrevista concedida diz: “[...] inicialmente se chamava Design Social. E aí a gente foi entendendo que tinha um intercessor, que tinha um interlocutor. Hoje a gente chama essa pessoa com quem os alunos trabalham de **parceiro** e a gente chama essa metodologia de **Design em Parceria**.” (ARAÚJO, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 9/7/2013).

<sup>26</sup> Informação fornecida por Alfredo Jefferson de Oliveira em uma orientação, Rio de Janeiro, 3/10/2013.

<sup>27</sup> Importante lembrar o contexto no qual aconteceu esta mudança interna da PUC-Rio. Naquele período eram implementadas no Brasil experiências que se baseavam no conceito de **Tecnologia Apropriada** para promover o desenvolvimento de comunidades rurais. Entre elas pode-se citar, por exemplo, o **Projeto JURAMENTO. Prática de Implantação e Disseminação de Tecnologias Apropriadas ao Meio Rural 1983-1984** (CETEC, 1985).

em que o público específico e as suas necessidades eram apenas imaginadas na sala de aula. O objetivo era superar uma abstração do mundo real que gerava resultados contraditórios (RIPPER, 1990 apud COUTO, 1991), especialmente em um departamento pertencente à área das Ciências Humanas, como o Departamento de Artes & Design. Entre as diferentes experiências realizadas estava o que mais tarde se tornou o **Design em Parceria** (comunicação verbal)<sup>28</sup>, uma metodologia que, ao longo dos anos, vem sendo incorporada em algumas das disciplinas de projeto do curso e desenvolvida por diferentes professores e pesquisadores<sup>29</sup>.

### 2.3.2. **As características do *Design em Parceria***

Os principais aspectos do **Design em Parceria** foram investigados através da dissertação de Mestrado em Educação de Rita Maria de Souza Couto intitulada “O ensino da disciplina de Projeto Básico sob o enfoque do Design Social” (1991), a dissertação de Mestrado em Design de Flavia Nizia da Fonseca Ribeiro “Práticas Pedagógicas em Cursos de Graduação em Design: um estudo de caso” (2002), e também através de entrevista com a professora Renata Mattos Eyer de Araujo, além da observação das aulas por ela ministradas **DSG1001** (primeiro semestre de 2013).

Um dos elementos localmente inovadores desta metodologia foi a introdução, no processo de projeto e ensino, da lógica do usuário no lugar da lógica dos meios de produção. Promoveu-se, na verdade, a participação efetiva de representantes da população identificada, ou seja, dos futuros usuários, em todas as etapas (RIPPER, 1990 apud COUTO, 1991). É por esta razão, de acordo com Branco (1987), que o produto final é resultado de um trabalho interativo entre o designer e o usuário, que se dá através da participação contínua dos indivíduos e da expressão dos seus desejos. Característica esta que se manteve constante ao longo os anos. Mais de vinte anos depois a professora Renata Araujo faria a mesma afirmação: “a partir dessa relação de convivência e a partir desse encontro é que o projeto vai se dar” (comunicação verbal)<sup>30</sup>, voltando também a atenção para como o resultado é a

<sup>28</sup> Informação fornecida por Alfredo Jefferson de Oliveira em uma orientação. Rio de Janeiro, 3/10/2013.

<sup>29</sup> De fato, ressalta-se aqui que embora esta expressão seja utilizada sobretudo para falar da metodologia aplicada na primeira disciplina de projeto, é por alguns utilizada para falar mais em geral também de outras experiências desenvolvidas no departamento.

<sup>30</sup> Araujo, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 9/7/2013.

expressão de desejos, interesses e capacidades do designer, bem como do grupo ou sujeito escolhido:

[...] o que acontece: você tem uma pessoa, um grupo que tem um saber próprio, que tem um conhecimento próprio, que tem intenções e objetivos e metas próprias, características e qualidades próprias; e o designer então vai se envolver, se misturar ou se associando com esse grupo para que juntos identifiquem uma situação para ser trabalhada. Assim, essa situação não é nunca, na minha opinião, como ela é fruto de uma convivência, ela não sai nunca só da cabeça do designer, nem só da cabeça desse grupo. (comunicação verbal)<sup>31</sup>

A participação do usuário, a sua opinião, sugestões e interações são cruciais para fazer perceber as escolhas como próprias e não impostas (COUTO, 1991) e no garantir o sucesso e a utilização do resultado. O processo de descoberta e de construção coletiva é possibilitado pela atitude experimental da metodologia: uma série de experimentos são desenvolvidos a partir de dúvidas, perguntas, questões que surgem ao longo da convivência (comunicação verbal)<sup>32</sup>.

No que diz respeito à formação do aluno, esta modalidade de projeto permite e visa dissolver os preconceitos relacionados à profissão de designer por parte dos estudantes no início do curso de Design (comunicação verbal)<sup>33</sup>. Além disso, promove, de acordo com Araujo<sup>34</sup>, um comportamento de humildade e a capacidade de lidar com projetos de Design com uma atitude curiosa e sem certezas pré-determinadas. Os alunos adquirem a capacidade de reconhecer o outro e a si mesmos em suas diferenças. Esta característica é, como diz Araujo, extremamente importante:

[...] talvez o próximo nome, como disse um amigo meu outro dia, professor André Córtes, seja esse: não um Design em Parceria, um Design para a Paz. O que é isso? Eu venho como eu sou, do meu jeito, com a minha bagagem, com os meus conhecimentos, você vem do seu jeito, com as suas bagagens, e a gente, juntos, queremos ir para algum lugar. (comunicação verbal)<sup>35</sup>

Assim se estimula o compromisso social do designer, que deve estar interessado em compreender as novas dinâmicas porque as estruturas de significado das pessoas envolvidas são muito diferentes (COUTO, 1991).

<sup>31</sup> Araujo, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 9/7/2013.

<sup>32</sup> Informação fornecida por Renata Mattos Eyer de Araujo na entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, em 9/7/2013.

<sup>33</sup> Idem.

<sup>34</sup> Informação fornecida por Renata Mattos Eyer de Araujo na entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 9/7/2013. Na mesma entrevista, diz também: “Tem um exercício muito grande também de humildade para você não ter certezas, e sim ter questionamentos e dúvidas que você vai respondendo a partir da convivência e da troca, [...] mas eu não me torno o meu parceiro, eu sou capaz de reconhecer ele. Ele é um outro”.

<sup>35</sup> Araujo, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 9/7/2013.

Finalmente, o usuário pode ser qualquer lugar ou grupo de pessoas, embora normalmente o objeto deste tipo de Design social sejam os setores da sociedade não considerados pelo sistema convencional de produção. Trata-se de associações de bairro, instituições de caridade e de pesquisa, postos de saúde, museus, escolas, etc. (RIPPER, 1990 apud COUTO, 1991). De acordo com Ripper (idem), o âmbito acadêmico é o melhor para um projeto deste tipo, pois permite que o designer atue sem a pressão do mercado e da indústria. Os temas são então autênticos e as soluções de acordo com as necessidades e preocupações da população (RIPPER, 1989 apud COUTO, 1991).

Segundo Couto (1991) em síntese, a prática pode ser definida como:

Uma atitude de projeto que tem por objetivo o desenvolvimento de trabalhos a partir de uma realidade social, dentro de um contexto definido, o que facilita a identificação de valores culturais. A prática do Design Social tem como característica a participação efetiva do indivíduo ou grupo social com o qual se projeta, em praticamente todas as etapas do processo de produção de objetos. A interação entre o designer e o grupo social permite um maior entendimento do contexto social e garante a abordagem de um problema identificado e definido pelo próprio grupo. Esta prática favorece a geração de soluções apropriadas que estarão sempre em consonância com os anseios e as necessidades da população envolvida. Permite a construção de objetos que ganharão a aceitação do grupo. O modo de atuação do Design Social encontra seu mais fértil campo em entidades receptivas à colaboração externa e ao trabalho participante. (p. 19)

Pode-se identificar, além disso, uma grande semelhança entre a pesquisa participativa<sup>36</sup> e o Design em Parceria:

A prática do Design Social propõe um tipo de interação com o grupo social nos moldes de uma pesquisa participante. Neste tipo de intervenção, como assinala Demo (1985), é fundamental definir em que consiste a participação, a interação com o grupo social, para não se deixar levar por um discurso superficial. (ibidem, p. 58)

Participação e interação são elementos inovadores, seja do Design em Parceria seja das estratégias de pesquisa participativas. Essas duas características têm o grande mérito de levar o designer a se relacionar com questões e com uma abordagem diferente.

### 2.3.3.

#### **Aplicação atual do *Design em Parceria* na disciplina *DSG1001***

O Design em Parceria é atualmente aplicado nas duas primeiras disciplinas de projeto do curso: **DSG1001, Projeto Básico – Conceito e Contexto** e **DSG1002,**

<sup>36</sup> A este paradigma de pesquisa pertence também a *Pesquisa-Ação*.

**Projeto Básico – Planejamento.** A aplicação, no entanto, apresenta-se de forma diferente em cada uma delas: “a abordagem obrigatória no projeto DSG1001 é a do Design em Parceria com um parceiro específico, enquanto no projeto DSG1002 o Design em Parceria é opcional, de acordo com os professores, mas influente”. (CARVALHO, 2012, p. 57)

Devido a sua principal aplicação na primeira disciplina de projeto, é aqui apresentada na forma em que nela é aplicada. Estas informações foram retiradas de uma entrevista com a professora Renata Araujo, da observação da disciplina e das fontes bibliográficas acima listadas. À bibliografia foram associadas outras duas fontes, com o intuito de verificar as diferenças na aplicação entre o passado, descrito nas fontes bibliográficas, e o presente.

Atualmente, são previstas três fases:

- a **fase de análise**, que inclui (COUTO, 1991): um primeiro momento de escolha e descrição inicial do contexto de desenvolvimento do projeto; a caracterização da situação de projeto que deve estar relacionada com uma necessidade, desejo ou dificuldade de uma pessoa ou de um grupo<sup>37</sup>; a definição dos objetivos do projeto. Para identificar a situação específica é necessária a compreensão da população envolvida, dos seus códigos comunicativos, das suas peculiaridades;
- a **fase de síntese** (COUTO, 1991): ou seja, a fase de desenvolvimento da forma e função do produto, prevê a geração de hipóteses de solução do problema e a identificação, a partir da experimentação dessas hipótese com o grupo envolvido, de uma oportunidade específica a partir da qual são geradas alternativas;
- a **fase de realização do produto** (COUTO, 1991): geração de alternativas mais específicas junto com o grupo estudado; construção de modelos a fim de compreender, se for viável; experimentação.

Detalhando melhor o processo atual, a partir do que foi observado pessoalmente, em primeiro lugar, os alunos escolhem livremente um tema sobre o qual gostariam de desenvolver um projeto.

---

<sup>37</sup> Observa-se atualmente que vários professores preferem falar de identificar “forças, potenciais e o que está acontecendo” para ressaltar que os alunos não têm que procurar o que está faltando.

Em primeiro lugar, os alunos escolhem livremente um local ou grupo de pessoas sobre o qual desenvolver um projeto<sup>38</sup>. Eles são solicitados, de fato, a sair do ambiente universitário e procurar um lugar onde alguém esteja desenvolvendo atividade, de preferência com um grupo, e que esta atividade ocorra independentemente da presença do aluno. Como constatado na observação e na entrevista com a professora Renata Araujo, com o passar do tempo, a fim de facilitar a experiência do aluno, as características deste grupo e das atividades foram sendo mais bem especificadas. Esta escolha depende também da inserção atual na disciplina de projeto do primeiro período, ou seja, com estudantes totalmente inexperientes.

Especificamente, pede-se que a atividade seja realizada por uma pessoa no seu próprio ambiente de trabalho com um grupo de pessoas; que esta pessoa tenha autonomia e autoridade no que está fazendo; que as atividades aconteçam pelo menos duas vezes por semana, pois isso permite dar um ritmo ao trabalho e ter tempo suficiente para desenvolver a empatia, elemento que está na base de um trabalho de construção coletiva; que seja um lugar ou atividade não conhecida pelo aluno, pois isso favorece a observação (comunicação verbal)<sup>39</sup>. Os alunos devem identificar cinco possibilidades deste tipo, estabelecer um primeiro contato e só depois escolher qual será a situação tema do projeto. Esta possibilidade de escolha tem a finalidade de permitir a identificação do lugar onde os alunos se sentem mais envolvidos, uma vez que o envolvimento, a capacidade de se integrar no grupo, de se comunicar e experimentar, são fundamentais (comunicação verbal)<sup>40</sup>. Sucessivamente, em um primeiro momento, será feita a observação e coleta de dados através da representação visual da situação frequentada e de anotações verbais dos momentos-chave e das expressões mais comuns proferidas pelo sujeito.

Segue-se o “jogo de palavras”, ferramenta desenvolvida no âmbito da disciplina ao longo dos anos, que permite definir junto ao parceiro a situação de projeto. Assim, tem início uma nova fase de coleta sistemática de dados junto ao grupo social, e de aprofundamento de disciplinas relevantes para a resolução do problema que permitem aos alunos desenvolver as primeiras ideias de solução (COUTO, 1993). Pede-se neste momento que em cada encontro apresentem a seus parceiros de

---

<sup>38</sup> Informação fornecida por Renata Mattos Eyer de Araujo na entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, no Rio de Janeiro, em 9/7/2013.

<sup>39</sup> Idem.

<sup>40</sup> Informação fornecida por Renata Mattos Eyer de Araujo e por André Cortes, professores da disciplina DSG1001, durante aula na PUC-Rio em 5 de março 2013, na forma de explicação sobre os elementos mais importantes do projeto.

projeto muitos e diferentes experimentos conectados à situação de projeto que juntos encontraram. A solução mais viável é, então, selecionada através da experimentação contínua, da comparação e a partir dos conhecimentos técnicos, do custo, do tempo de realização, dos materiais, etc. O processo culmina com a experimentação e a realização.

Os parâmetros para a construção do objeto nascem da observação, participação e interação do designer com o grupo social. Da mesma forma, a avaliação das escolhas e a verificação da eficácia se dão por meio da interação com o grupo (CARVALHO, 2012).

Neste processo, os alunos são acompanhados ao longo das aulas através de orientações coletivas, o debate com os colegas e algumas ferramentas de trabalho. Estas últimas, como mencionado anteriormente, são principalmente: o desenho, inicialmente usado para representar tudo o que é observado, atividade que permite sintetizar as informações e ter uma visão externa da situação; o jogo de palavras, por meio do qual começa o processo de troca com o parceiro; os experimentos e aulas de observação participante.

#### **2.3.4.**

#### **A vitalidade do debate no DAD: impacto, desdobramentos e evoluções do *Design em Parceria***

Como mencionado anteriormente, a metodologia do **Design em Parceria** é uma especificidade do **Departamento de Artes & Design** da PUC-Rio. Na forma em que foi aqui apresentada, é aplicada na primeira e em parte também na segunda disciplina de projeto, uma escolha que tem variado ao longo dos anos. Isto deu ensejo à pergunta de como e se, sendo uma peculiaridade deste curso, se reflete nele e em outras ações. Observou-se que atualmente o interesse em problemas reais, para interação com a sociedade não é limitado apenas à **DSG1001** e a algumas turmas da **DSG1002**; muitas vezes é usado ao se referir a outras disciplinas e atividades do departamento. Por isso, outras perguntas surgiram: o **Design em Parceria** representa mais em geral um posicionamento do departamento com respeito à relação do Design com a sociedade e com o território ao seu redor? Ou é, sobretudo, uma ferramenta de ensino que visa à construção de algumas competências projetuais?

Tentou-se explorar essas questões através de algumas experiências observadas no departamento<sup>41</sup>, além das entrevistas com a professora Renata Araujo, com o professor Guilherme Toledo, que ministra a quarta disciplina de projeto, e com duas estudantes que concluíram recentemente o curso. O que será apresentado a seguir não é exaustivo do assunto, mas uma tentativa de ter uma visão mais ampla da questão.

Além da observação de um período da disciplina **DSG1001**, foi feita observação também da disciplina de projeto **DSG1002** que não envolve a aplicação direta do método original. Esta observação ocorreu no primeiro semestre de 2012, na turma coordenada pelas professoras Flavia Nizia da Fonseca Ribeiro e Joy Helena Worms Till. Naquela época, os alunos tinham a tarefa de desenvolver um projeto para o governo de São Tomé e Príncipe por meio de uma parceria com a UNICEF (*The United Nations Children's Fund*). A solicitação não era, neste caso, para identificar e interagir diretamente com um grupo específico do lugar e desenvolver juntos passo a passo, o resultado final. Embora isto não excluísse a importância de uma investigação aprofundada, a coleta de informações através da internet, se possível com a população do lugar, etc.

Ao mesmo tempo, foram coletadas algumas informações relacionadas aos projetos realizados na disciplina **DSG1004** no 1º e 2º período de 2012 e no 1º período de 2013, através de entrevista com o professor Guilherme Toledo e da participação em uma das atividades desenvolvidas no 1º período de 2012, a saber, o encontro nacional do projeto *Dream:In*. Deste projeto também participaram alunos de alguns cursos de graduação em Design do Brasil durante os primeiros seis meses de 2012 (no caso do DAD da PUC-Rio, este foi o caso da quarta disciplina de projeto).

O projeto *Dream:In*<sup>42</sup> prevê o desenvolvimento de soluções capazes de dar origem à uma nova realidade que responda aos sonhos das pessoas comuns através de uma metodologia composta por três etapas: sonhar, acreditar, realizar. No início, são coletados os sonhos das pessoas em um período de tempo curto e através de algumas ferramentas específicas; e, posteriormente, um grupo de pessoas de diferentes formações se reúne para observar os dados coletados e gerar

---

<sup>41</sup> Especificamente **DSG1001**, **DSG1002** e a participação na fase final do projeto *Dream:In* (que será apresentado mais adiante) aplicado na **DSG1004**.

<sup>42</sup> Ver, para maiores informações sobre o projeto *Dream:In Brasil* em: <http://www.dreamin.com.br>.

oportunidades; finalmente, há a realização por parte de empreendedores e financiadores de algumas ideias geradas na etapa anterior.

No que concerne ao caso da disciplina **DSG1004** da PUC-Rio, os professores tentaram conciliar esta abordagem com o departamento<sup>43</sup>. Havia, com efeito, uma diferença fundamental entre as duas: enquanto a abordagem *Dream:In* desenvolve uma síntese geral a partir de uma pesquisa de base, a abordagem do departamento envolve identificar, a partir da pesquisa, oportunidades únicas (comunicação verbal)<sup>44</sup>. Este projeto foi aplicado apenas por um período. Em seguida, no segundo período de 2012, no âmbito desta disciplina foram desenvolvidos projetos em colaboração com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em algumas favelas pacificadas da cidade. Nelas, os alunos tinham que identificar um **empreendedor**<sup>45</sup> e desenvolver um projeto com ele. Também neste caso, a atividade não foi repetida no período seguinte. De fato, no primeiro semestre de 2013 foi desenvolvido o projeto **Empreendedor de Rua** em que os alunos tinham que encontrar na rua, sem limitação geográfica, um empreendedor:

O tema desse semestre que acabou agora foi o Empreendedor de Rua porque o corte do 1004 (...) a gente descobriu um feeling muito rico em cima de empreendedores porque ele está engajado numa ação, e ele está gerando valor onde ele está inserido. E isso permite que a gente coloque, que a gente contribua com oportunidades de projetos. E a gente foi para empreendedor de rua, que é uma definição bem ampla. Mas é que o espaço físico em que essa pessoa estaria inserido seria a rua, o que coloca a grande maioria dos interlocutores possíveis na categoria. A gente tinha antes de você ter o mínimo de diferença de realidade, que foi o que aconteceu. A gente teve bons projetos nesse semestre. A gente teve apresentação ontem e agora a gente já vai dar as notas; e depois a gente deve selecionar os melhores para poder expor, colocar para fora. Devemos continuar nessa linha semestre que vem. (comunicação verbal)<sup>46</sup>

Toledo afirma que todas estas aplicações e experimentações acontecem porque no departamento é muito forte a metodologia do **Design em Parceria** que, embora seja aplicada de diferentes maneiras, é sempre baseada no UCD:

<sup>43</sup> Nesta entrevista Toledo declara: “A gente fez uma fusão. O *Dream:In* já trazia uma proposta de metodologia, então a gente tentou chegar num meio termo. Assim, como é que a gente consegue conciliar aquilo que o *Dream:In* propõe, com aquilo que a gente faz?” (TOLEDO, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 4/7/2013).

<sup>44</sup> “No Design Social a gente desenvolve uma maneira de ver as coisas que não é tão generalista. Não é tanto tentar pegar uma soma das coisas, mas é uma coisa mais de você poder identificar oportunidades que são únicas.” (idem).

<sup>45</sup> Na mesma entrevista, Toledo esclarece o sentido dado à palavra **empreendedor**: “No 1004 a gente usa uma definição de empreendedor um pouco mais ampla que as definições tradicionais, e até um pouco diferente da do SEBRAE. Porque aí a gente considera como empreendedor qualquer pessoa que gere algum tipo de valor na comunidade onde a gente está inserido, seja esse valor financeiro, simbólico, de infraestrutura ou social” (idem).

<sup>46</sup> Toledo, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 4/7/2013.

A PUC tem muito forte essa metodologia do Design Social que hoje é chamado de vários nomes diferentes, como, por exemplo, Design em Parceria, e tem algumas distinções até dentro do que os professores daqui fazem. E aí você tem distinções dentro da metodologia, todas elas remetendo muito a metodologias de design centrado no usuário. (comunicação verbal)<sup>47</sup>

Observa-se aqui uma forma diferente de entender a metodologia e os seus desdobramentos, significativa de uma constante evolução interna do departamento.

Em geral, sempre de acordo com Toledo, o objetivo das diferentes práticas de Design Social da PUC-Rio, assim chamado por ele, é o encontro interpessoal, ou seja, trabalhar com as pessoas e com o outro, compreender o seu ponto de vista:

Para entender o que é o Design Social como ele foi pensado aqui na PUC. Mas assim, uma das questões desse nome (...) Muita gente achou que era Design assistencialista ou Design para a sociedade. Mas o social aqui nessa metodologia está falando do Design, do encontro de pessoas mesmo. Quer dizer, o social é você trabalhar com o outro, e trabalhar com o usuário, que é muito parecido com que está sendo chamado de designer centrado no usuário. (comunicação verbal)<sup>48</sup>

Interessante lembrar que esta característica surgiu também quando foi observada a disciplina **DSG1001**.

A professora Renata Araujo, na entrevista sobre a aplicação da metodologia no curso, diz que o departamento acredita neste tipo de trabalho e é por isso que ainda é aplicado. Todos os alunos são solicitados a fazer esta disciplina de projeto, mesmo no início do curso (comunicação verbal)<sup>49</sup>. Segundo ela, no entanto, dentro do departamento nem todos conhecem aprofundadamente a metodologia na sua forma originária, embora concordem sobre a sua aplicação a partir dos resultados obtidos.

Ainda de acordo com Araujo, esta metodologia vem perdendo ao longo do tempo espaço no departamento, sendo atualmente aplicada em apenas duas das oito disciplinas de projeto. Desta maneira, faz sentido apresentar aqui o pensamento de duas ex-alunas que concluíram recentemente sua graduação em Design na PUC-Rio. Elas foram entrevistadas com o objetivo de investigar, pelo menos em parte, como os conceitos expressos pelos professores Araujo e Toledo são recebidos e interpretados pelos alunos. Roberta Guison e Carolina Seco, recentemente formadas em Design pela PUC-Rio, gostaram da metodologia, mas argumentam que, por um lado, a maioria dos alunos não aprecia este tipo de projeto e, pelo outro, aqueles que o apreciam e querem aplicá-lo em outras disciplinas encontram muitos obstáculos no departamento. Nas palavras de Roberta:

<sup>47</sup> Toledo, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 4/7/2013.

<sup>48</sup> Idem.

<sup>49</sup> Araujo, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 9/7/2013.

Eu pelo menos tive grande dificuldade assim em conseguir levar isso adiante, por ser assim desvalorizado mesmo, sabe, de não ter seu valor percebido [...] Acho que tem espaços, se você quiser botar isso dentro do seu curso, você vai conseguir, se você lutar por isso, você consegue, mas há uma resistência e eu não entendo o porquê. (comunicação verbal)<sup>50</sup>

Finalmente, uma vez que o departamento está exigindo dos alunos, pelo menos na primeira e quarta disciplina de projeto, que interajam com o contexto do entorno, perguntou-se qual o papel que desempenha no desenvolvimento desse tipo de experiência. Segundo Toledo, o papel do departamento neste tipo de projeto não é o de criar as condições para a sua implementação no território específico, já que são os próprios estudantes que o acessam e atuam nele. Em lugar disto, nas disciplinas são fornecidas ferramentas, apresentadas pessoas com experiência na área, etc. Uma exceção foi o caso dos projetos desenvolvidos nas favelas cariocas, onde o departamento entrou em contato com o SEBRAE e acompanhou os estudantes no acesso ao território. Isso porque, segundo Toledo, tratava-se de uma área que por muito tempo foi de difícil acesso, seja oficialmente ou informalmente.

O que foi visto até agora, do DAD da PUC-Rio, é a manifestação de uma cultura organizacional que visa promover o interesse dos alunos em atuar para o bem-estar da sociedade e fornecer as ferramentas para fazê-lo. **Design em Parceria**, **Dream:In**, parceria com a UNICEF, etc., são diferentes maneiras de explorar e experimentar este tipo de ação. Tomados em conjunto, proporcionam ao aluno uma visão geral de técnicas, abordagens, ferramentas, situações possíveis. Finalmente, com relação a sua relação com o contexto no qual está inserido, caracteriza-se por um impacto indireto e futuro pelos designers que está formando, mais do que direto e atual.

Este capítulo mostra como a participação do usuário no processo de projeção, a presença do designer no contexto específico e a colaboração com os atores locais são elementos-chave para um Design interessado em promover inovações capazes de produzir melhorias sociais duradouras e empoderar a sociedade neste processo. Ou seja, está interessado em promover Inovação Social. A participação permite redistribuição de poder, apropriação do resultado e transformações sociais. Conforme apresentado na introdução, no início do doutorado queria-se promover uma ação de Design em contextos que sofrem por

<sup>50</sup> Guison e Seco, entrevista concedida a Chiara Del Gaudio, Rio de Janeiro, 27/6/2013.

inúmeros problemas para melhorar as suas condições de vida. A partir do que foi visto concentrou-se a própria ação sobre experiências de Design participativas, desenvolvidas localmente e capazes de gerar uma inovação duradoura e capaz de ser implementada pela comunidade local e trazer benefícios para a mesma. Insere-se assim no âmbito de processos participativos e colaborativos, que se propõem a promover a inovação local dentro de uma comunidade.

Além disso, o que foi visto e aprofundado através da experiência do DAD da PUC-Rio permitiu compreender a importância de uma convivência profunda com as partes interessadas. Permitiu também responder à pergunta que surgiu após a delimitação do tema: como o designer pode desenvolver experiências participativas que utilizam a estratégia de Design para promover Inovação Social? Uma abordagem que permita a convivência real no contexto, compreender e compartilhar as ações e colaborar com especialistas locais. É a partir disso que foi desenvolvida a pesquisa de campo apresentada no próximo capítulo.