



Daniel Vassallo Castro

**Design e experiências interculturais:
um estudo a partir da rede colaborativa *Brother Carioca***

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Design da PUC-Rio como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre em Design.

Orientadora: Prof^a Luiza Novaes

Rio de Janeiro
Junho de 2020



Daniel Vassallo Castro

**Design e experiências interculturais:
um estudo a partir da rede colaborativa *Brother Carioca***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Design. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profª Luiza Novaes

Orientadora

Departamento de Artes e Design - PUC-Rio

Profª Jackeline Lima Farbiarz

Departamento de Artes e Design – PUC-Rio

Profª Livia Maria De Freitas Reis Teixeira

Universidade Federal Fluminense – UFF

Profa. Monah Winograd

Coordenadora Setorial do Centro de Teologia e

Ciências Humanas - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 09 de junho de 2020

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e da orientadora.

Daniel Vassallo Castro

Graduou-se em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro em 2003. Participou de projeto de iniciação científica - PIBIC/Capes/CNPq entre 2000 e 2001. Coursou a pós-graduação *lato sensu* em Turismo: Economia, Gestão e Cultura, pelo Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro em 2011. Trabalha na Coordenação Central de Cooperação Internacional – CCCI, PUC-Rio, desde 2001. Atualmente desempenha a função de Assessor para Alunos de Programas de Intercâmbio de Curta Duração. Seus principais interesses de pesquisa são as relações entre Design, Cultura e tecnologia.

Ficha Catalográfica

Castro, Daniel Vassallo

Design e experiências interculturais : um estudo a partir da rede colaborativa Brother Carioca / Daniel Vassallo Castro ; orientadora: Luiza Novaes. – 2020.

187 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)—Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2020.

Inclui bibliografia

1. Artes e Design – Teses. 2. Design de serviços. 3. Experiências interculturais. 4. Tecnologias digitais. I. Novaes, Luiza. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. III. Título.

CDD: 700

Agradecimentos

À professora Dra. Luiza Novaes, orientadora dedicada, por toda disponibilidade, entusiasmo, ensinamentos e generosidade.

À Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, e sua Vice-Reitoria Acadêmica, que me proporcionaram a bolsa de isenção, sem a qual este trabalho não poderia ter sido realizado.

À professora Dra. Angela Paiva e ao professor Dr. Ricardo Alencar por me apoiarem a cursar o mestrado, por compreenderem minhas necessidades de estudo, e pelos conhecimentos compartilhados.

À minha esposa pela amizade, confiança, incentivo e apoio incondicional em todos os momentos.

À minha família, por todo o suporte e compreensão pelo tempo em que precisei me dedicar à pesquisa.

Ao Arthur e ao Lucas, pela alegria, inspiração e por me motivarem a ser sempre uma pessoa melhor e a nunca desistir.

Aos docentes membros da banca examinadora.

Aos professores e funcionários do Departamento de Artes e Design, pela atenção, pelos ensinamentos e ajuda.

Aos meus colegas de curso e do Grupo de Estudo EAI, pela troca de ideias e experiências.

A todas as pessoas envolvidas na pesquisa, em especial aos integrantes da rede *Brother Carioca*, pela disposição em participar das pesquisas e atividades propostas. Obrigado pelas contribuições. Os depoimentos e informações coletadas foram fundamentais para o desenvolvimento das reflexões aqui presentes.

Aos amigos da CCCI pelo apoio e solidariedade durante toda a trajetória.

Obrigado a todos que se envolveram diretamente ou indiretamente, de forma consciente ou inconsciente, nesse processo.

“O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001”

Resumo

Castro, Daniel Vassallo; Novaes, Luiza. **Design e experiências interculturais: um estudo a partir da rede colaborativa *Brother Carioca***. Rio de Janeiro, 2020. 187p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Favorecidas pelos avanços tecnológicos digitais, as universidades que buscam excelência estão investindo cada vez mais em redes de cooperação, na internacionalização do ensino, e em programas de mobilidade internacional, como uma forma de produzir conhecimento. Esta dissertação se propõe a estudar o tema das trocas culturais entre estudantes de intercâmbio internacional oportunizadas por tecnologias digitais e tem como questão: como o Design pode facilitar experiências interculturais entre estudantes de intercâmbio internacional por meio de tecnologias digitais? Nesse contexto, é trazido como objeto de estudo o projeto *Brother Carioca*, uma iniciativa que se forma na PUC-Rio, e que tem como propósito ajudar no processo de adaptação e integração dos alunos internacionais e nacionais da universidade em situação de intercâmbio e fomentar trocas culturais. A pesquisa adotou metodologia descritiva, com abordagem qualitativa. Após uma revisão de literatura: Design de Serviços, práticas interculturais, Geração Z e impactos da convergência das mídias na sociedade contemporânea, ponderações foram elaboradas e uma pesquisa de campo realizada junto aos integrantes do projeto *Brother Carioca*. Essa pesquisa forneceu subsídios para a elaboração de um experimento piloto, uma dinâmica capaz de proporcionar experiências interculturais entre os membros dessa rede, num ambiente digital. A articulação entre os conceitos teóricos observados nessa dissertação e a análise do experimento proposto tem relevância para as discussões sobre as possibilidades de contribuição do Design para a sociedade, e para a formação de indivíduos mais aptos a lidar com a complexidade do mundo em que vivemos, onde os encontros culturais acontecem em profusão, e no qual as interações sociais realizam-se cada vez mais mediadas por tecnologias digitais. As considerações finais da pesquisa indicam que o Design pode atuar de muitas formas para facilitar experiências interculturais entre estudantes de intercâmbio internacional por meio de tecnologias digitais, e que esse é um campo fértil que se abre para futuras investigações.

Palavras-chave:

Design de serviços; experiências interculturais; tecnologias digitais.

Abstract

Castro, Daniel Vassallo; Novaes, Luiza (Advisor). **Design and cross-cultural experiences: a study about the Brother Carioca collaborative network.** Rio de Janeiro, 2020. 187p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Favored by digital technological advances, universities that pursue academic excellence are increasingly investing in cooperation networks, in the internationalization of education, and in international mobility programs, as a distinguished way to produce knowledge. This research is dedicated to the study of cross-cultural exchanges among international exchange students, made available by digital technologies and was guided by the question: how can Design facilitate cross-cultural experiences among international exchange students through the use of digital technologies? In this context, it is brought as the object of this study the project Brother Carioca, an initiative that emerged at PUC-Rio, which aims to assist in the process of adaptation and integration of international and local students that are going through a period of academic exchange, and foster cultural exchanges. The research adopted a descriptive methodology, with a qualitative approach. After a literature review on Service Design, intercultural practices, Generation Z and the impacts of media convergence on contemporary society, considerations were made and a field survey was carried out with the members of the Brother Carioca project. This research offered data that grounded the elaboration of a pilot experiment, a dynamics thought to provide intercultural experiences to the members of this network, in a digital environment. The articulation between the theoretical concepts addressed in this dissertation and the analysis of experiment conducted has relevance in the realm of discussions about the possibilities of Design's contribution to society, and for the formation of individuals better prepared to deal with the complexity of the world in which we live, where cultural encounters take place in profusion, and in which social interactions are increasingly mediated by digital technologies. Final considerations of the research indicate that Design can act in many ways to facilitate intercultural experiences among international exchange students through digital technologies, and that this is a fertile field that opens up for further investigations.

Keywords

Service Design; cross-cultural experiences; digital technologies.

Sumário

1 . Introdução	13
2 . Questões culturais	25
2.1. Considerações sobre cultura e interações culturais	25
2.2. Modelos de Categorização de Cultura	35
2.2.1. As Contribuições de Edward T. Hall	35
2.2.2. Dimensões culturais em Hofstede & Hofstede	38
2.2.3. Categorização cultural em Lewis	42
2.3. Reflexões sobre a sociedade digital e a Geração Z	45
3 . Design na sociedade contemporânea	61
3.1. Design, problemas complexos e interdisciplinaridade	61
3.2. Dimensões culturais no Design	73
3.3. Design de Serviços no campo intercultural	84
4 . Cooperação Internacional na PUC-Rio e experiências interculturais	107
4.1. Cooperação Internacional na PUC-Rio – origem e pioneirismo	107
4.2. Cooperação Internacional na PUC-Rio – um case de sucesso	112
4.3. Iniciativas para facilitar experiências interculturais na PUC-Rio	118
5 . Estudo da rede <i>Brother Carioca</i> e Experiência-Piloto	123
5.1. Estudo da rede Brother Carioca	123
5.2. Dinâmica de uma experiência-piloto	140
5.3. Resultados do experimento e conclusões parciais	147
6 . Considerações finais e desdobramentos da pesquisa	153
7 . Referências Bibliográficas	163

Apêndice 1 – Roteiro semiestruturado para entrevista com representantes do núcleo da rede Brother Carioca	171
Apêndice 2 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	173
Apêndice 3 – Questionário-pesquisa aplicado a alunos internacionais	175
Apêndice 4 – Questionário-Pesquisa exploratória aplicado a alunos Brasileiros	181

Lista de Figuras

Figura 1: Tipos de cultura: o modelo de Lewis	44
Figura 2: Alone	57
Figura 3: Seja marginal, seja herói. Rico Lins (2005)	76
Figura 4: Bandeira-Poema. Hélio Oiticica (1968)	76
Figura 5: O Rio é um refém carregando um litrão de cerva. Airá O Crespo (2019)	79
Figura 6: Refém sai de sequestro com cerveja (2019)	79
Figura 7: Hoje tem gol do Gabigol	82
Figura 8: Michel Temer solto	82
Figura 9: Cachorro fofinho	82
Figura 10: Mick Jagger - Asociación del Fútbol Argentino	83
Figura 11: Mick Jagger - Brasil x Alemanha, Copa do mundo Fifa de futebol 2014	83
Figura 12: Mick Jagger - Liverpool Football Club	83
Figura 13: Hierarquia das Necessidades Humanas (MASLOW, 1970)	87
Figura 14: Hierarquia das Necessidades dos Usuários (JORDAN, 2000)	87
Figura 15: O papel do designer de interação na compreensão da experiência	103
Figura 16: Organograma da Vice-Reitoria para Assuntos Acadêmicos/PUC-Rio	111
Figura 17: <i>Brother Carioca</i> - estrutura organizacional	126
Figura 18: Logo <i>Brother Carioca</i> (versão original)	129
Figura 19: Logo <i>Brother Carioca</i> (versão atual)	129
Figura 20: Acervo de Memórias 2019.2	145

Lista de tabelas

Tabela 1: 10 parâmetros dos Wicked-Problems	66
Tabela 2: Seja marginal, seja herói - traduções	77
Tabela 3: Evolução da mobilidade internacional (intercâmbio) na PUC-Rio.....	116

Lista de quadros

Quadro 1: Definições de competência intercultural	33
Quadro 2: Teoria transdisciplinar do design	71

Lista de abreviaturas

BC – *Brother Carioca*

“*Brother*” – *Brother Carioca*

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CI – Coordenação de Internacionalização

CCII – Coordenação de Cooperação Internacional

CCCI – Coordenação Central de Cooperação Internacional

PUC-Rio – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

WP – *Wicked Problem*

1. Introdução

As inovações tecnológicas das últimas décadas vêm transformando radicalmente a sociedade e o nosso modo de viver. Conforme o sociólogo Manuel Castells (1999) defende, estamos atravessando um desses raros intervalos da história, cuja característica é a transformação de nossa "cultura material" para um novo paradigma tecnológico, que se organiza em torno da tecnologia da informação. Para o autor, diferentemente de qualquer outra revolução pela qual os seres humanos passaram, o cerne desta transformação refere-se às tecnologias da informação, processamento e comunicação.

Entretanto, desde 1995, Negroponte já afirmava que estávamos vivendo em um mundo que havia se tornado digital. Neste novo mundo, as tecnologias digitais facilitam a organização das pessoas em comunidades, redes, e *clusters* virtuais, para os mais variados fins, e à procura de soluções para os mais diferentes problemas, reestruturando assim as relações sociais e produzindo novas formas de interação. Conforme evidenciado por Castells (1999), se o conhecimento já era um dos principais insumos para a geração de riqueza e bem estar social, na sociedade em rede o processamento e a transmissão da informação tornam-se fontes fundamentais de produtividade, trazendo consequências para todos os setores da sociedade.

Neste âmbito, uma questão que se apresenta é como preparar os jovens que passam pelas universidades para a complexidade da vida contemporânea. Essa discussão é essencialmente estratégica para o desenvolvimento de uma nação, conforme examina o professor Carlos H. de Brito Cruz (2000):

A capacidade de uma nação de gerar conhecimento e converter conhecimento em riqueza e desenvolvimento social depende da ação de alguns agentes institucionais geradores e aplicadores de conhecimento. Os principais agentes que compõem um sistema nacional de geração e apropriação de conhecimento são empresas, universidades e o governo. (BRITO CRUZ, 2000, p.5)

Portanto, como parte essencial dessa tríade de geração e apropriação de conhecimento, verifica-se, assim, o importante papel das universidades em propiciar a formação de jovens qualificados tanto para o mercado de trabalho, como para o meio acadêmico, quanto para colaborar positivamente para uma sociedade mais justa e

sustentável. Formar cidadãos aptos a atuar de forma consciente e crítica, verdadeiros agentes de transformação e mudança, profissionais criativos e questionadores. Empreendedores capazes de se relacionar com diferentes culturas.

Neste cenário, as universidades têm buscado uma maior aproximação com a sociedade, estimulando os mais variados debates, revelando problemas e contradições sociais, proporcionando assim uma extensa reflexão sobre o mundo em que vivemos, no reconhecimento de oportunidades e situações que possam ser estudadas à luz dos conhecimentos desenvolvidos na academia e no oferecimento de respostas práticas para a sociedade. Percebe-se ainda que as universidades que buscam excelência estão cada vez mais investindo na produção de ciência e na geração de conhecimento através do desenvolvimento de pesquisas multi, inter e transdisciplinares, que são favorecidas pelos avanços tecnológicos, pela formação de redes nacionais e internacionais, e no constante intercâmbio de conhecimento entre centros de pesquisas espalhados pelo mundo.

Dessa forma, os programas de cooperação e mobilidade internacional vêm adquirindo grande relevância, representando, vantagem competitiva e abrindo espaço para o crescente compromisso e necessidade de internacionalização das universidades. Neste sentido, demonstrando claramente o compromisso em estimular o intercâmbio de saberes e a busca por uma construção de conhecimento que ultrapasse qualquer fronteira geográfica ou cultural, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio, a internacionalização do ensino e o intercâmbio entre culturas e saberes estão presentes em sua declaração de missão¹ e se efetivam através da Coordenação Central de Cooperação Internacional – CCCI.

A CCCI é o órgão da PUC-Rio responsável pela internacionalização da universidade. Encarregada pelo estabelecimento e a manutenção de convênios de cooperação com instituições de ensino internacional, incluindo o desenvolvimento de parcerias para pesquisas e organização ou participação de pesquisadores da universidade em eventos científicos internacionais. Atualmente, a cada ano cerca de 1300 estudantes participam de programas de intercâmbio internacional – em diversas

¹ Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Missão e Marco referencial. Disponível em: <http://www.puc-rio.br/sobrepuc/historia/#>. Consulta realizada em 03/10/2018.

modalidades – sob a responsabilidade desta Coordenação. Trata-se de um grande número de alunos, principalmente quando considerado ao longo de todos os anos de funcionamento da CCCI. Um público diverso, com diferentes bagagens culturais e acadêmicas, e que, apesar de partilharem de uma mesma vivência, experimentam distintas e singulares experiências interculturais, que merecem um olhar mais atento quanto a suas necessidades específicas. São estudantes universitários que, em sua grande maioria, nasceram no fim dos anos 1990 e que são genericamente conhecidos por serem nativos digitais ou “Geração Z”.

A CCCI está ciente dessa situação e empreende diversos esforços para promover a integração entre os alunos de intercâmbio internacional e os alunos locais da universidade, e para maximizar suas experiências durante o período de intercâmbio. Entretanto, é possível perceber que essas empreitadas esbarram em diversas limitações, e por isso atendem apenas parcialmente aos seus objetivos.

Diante desse cenário, uma iniciativa conhecida como *Brother Carioca* encontrou terreno fértil para contribuir com as ações promovidas pela CCCI e para desenvolver atividades com o objetivo de facilitar a adaptação e a integração entre os alunos internacionais e os alunos locais da universidade e fomentar trocas culturais. Organizada em uma estrutura de rede, e pensada a partir dos próprios alunos da instituição, portanto, independente da CCCI, mas contando com o seu reconhecimento, incentivo e apoio, esse projeto colaborativo e voluntário foi potencializado. Vale ressaltar que uma característica da rede é utilizar tecnologias digitais, em nível virtual e real, para atingir seus objetivos.

A **problemática desta pesquisa** reside, contudo, no fato de que embora a rede *Brother Carioca* se apresente como uma excelente oportunidade para complementar e contribuir com as iniciativas da CCCI, e vice-versa, as tecnologias digitais parecem ainda estar sendo subutilizadas nesse contexto, uma vez que elas vêm sendo empregadas apenas para conectar os membros da rede e para promover as atividades propostas (que acontecem em nível real). Dessa forma, percebe-se que existe a oportunidade de se aprimorar e potencializar o uso das tecnologias digitais para desenvolver, fundamentar, promover experiências interculturais, e aprofundá-las, tanto em nível digital (virtual) quanto real.

A riqueza desse assunto de pesquisa e a relevância dessas questões foram identificadas, e **esta dissertação abordou o tema** das trocas culturais entre estudantes de intercâmbio internacional facilitadas por tecnologias digitais.

A fim de oportunizar a presente investigação, **o objeto de pesquisa desta dissertação** é a rede colaborativa *Brother Carioca*, que se forma na PUC-Rio, e que tem como objetivo ajudar no processo de adaptação e integração dos alunos internacionais e nacionais da universidade em situação de intercâmbio e fomentar trocas culturais.

A partir dessas ponderações, **as questões tratadas nessa pesquisa foram:** “Como o Design pode facilitar experiências interculturais entre estudantes de intercâmbio internacional?” e “Como preparar os jovens que passam pelas universidades para a complexidade da vida contemporânea?”

A partir das questões apresentadas, a pesquisa partiu da **hipótese** de que o Design, por sua natureza interdisciplinar, métodos e práticas centrados em processos, experiências, contextos de uso e interação, é capaz de pensar essas questões de maneira expandida e contribuir para a otimização do uso das tecnologias digitais pelo projeto *Brother Carioca*, a fim de que elas não sejam utilizadas apenas para a comunicação entre os membros da rede, mas possam, também, atingir o objetivo de promover experiências interculturais significativas e preparar os alunos para a complexidade da vida contemporânea.

Assim, a pesquisa busca unir os esforços da Coordenação Central de Cooperação Internacional da PUC-Rio, aos do projeto *Brother Carioca*, para facilitar experiências interculturais para os alunos de intercâmbio internacional da universidade, ampliando a discussão sobre as possibilidades de contribuição do Design para a sociedade e verificando o uso de tecnologias digitais para proporcionar trocas interculturais.

Dessa forma, colabora com a formação de indivíduos mais aptos a lidar com a complexidade do mundo em que vivemos, onde os encontros culturais acontecem em profusão, e no qual as interações sociais realizam-se cada vez mais mediadas por tecnologias digitais – independente da idade ou geração.

Compartilhar os desafios que a CCCI e a PUC-Rio enfrentam nessa temática contribui com os esforços de outras instituições de ensino comprometidas com os seus próprios processos de internacionalização. Corrobora, também, com o entendimento de que essas iniciativas trazem benefícios para toda a comunidade docente, discente, e inclusive para aqueles estudantes que não têm os meios de participar de um programa de intercâmbio internacional, mas que se beneficiam da presença de um aluno internacional em sala de aula e na convivência no campus universitário.

Considerando que as relações interpessoais são centrais para o Design de Serviço, esta pesquisa justifica sua relevância por aprofundar as discussões sobre relações interculturais para o campo do Design.

Através do emprego de metodologias de pesquisa científica, e utilizando uma abordagem centrada nos membros da rede *Brother Carioca*, foi possível comprovar como determinadas situações – complexas – apresentam características subjetivas e intangíveis, e requerem abordagens criativas. Estas situações exigem a análise de condições específicas e a prototipagem de soluções personalizadas, processos inerentes ao campo do Design, e que proporcionaram, neste trabalho, considerações sobre o papel do Design em experiências interculturais.

Ao explicitar os processos pelos quais os problemas foram descobertos e abordados, e através das observações críticas desenvolvidas nessa investigação, a oportunidade de uma reflexão sobre o sentido estratégico do Design, e sua relevância para as pessoas e para que transformações positivas possam acontecer em nossa sociedade, fica evidente.

Os procedimentos de pesquisa adotados, bem fundamentados, tratados com método, análise sistemática e rigor científico, desta dissertação contribuem para futuras pesquisas sobre o tema das relações interculturais para o campo do Design.

A minha motivação e interesse pelo aprofundamento desse tema está relacionado ao fato de trabalhar, desde 1999, quando eu ainda era aluno de graduação do curso de Administração de Empresas, na Coordenação Central de Cooperação Internacional (CCCI), PUC-Rio. De fato, o tema experiências interculturais está fortemente presente em minha vida há cerca de 20 anos. Ainda na graduação tive a

oportunidade de desenvolver nas disciplinas de estágio supervisionado, em 2002 e 2003, os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC): “Intercâmbio Universitário, Vantagem Competitiva - Excelência Acadêmica”, supervisionado pelo professor Marcelo Cabús Klotzle, e “Intercâmbio Universitário - Ultrapassando Barreiras”, orientado pelo professor Paulo César Motta.

Atualmente, exerço a função de Assessor de Intercâmbio para programas de Curta Duração, na CCCI. Entretanto, acompanhando o crescimento do Departamento, desempenhei diferentes funções, incluindo a coordenação de alunos internacionais que a universidade recebe, e a coordenação de alunos da PUC que participam de programas de intercâmbio no exterior.

Em muitas oportunidades represento a universidade em congressos, feiras e eventos internacionais. A trabalho ou a turismo, tive a oportunidade de visitar muitos países na América do Sul, na América do Norte, na Europa, e alguns países não tão culturalmente familiares como a China e a Índia.

Durante a minha graduação em Administração tive a oportunidade de participar de um programa de mobilidade internacional na Universidade de Alberta, Canadá. Em 2008 participei de um intercâmbio de curta duração em Santiago de Compostela, Espanha, com o objetivo de aprimorar meus conhecimentos do idioma Espanhol e ter contato com diferentes culturas. Foram experiências extraordinárias que ampliaram meus horizontes e me permitiram reconhecer a diversidade e o potencial intercultural que existe em um ambiente universitário.

Através do contato e da observação de como culturas distintas interagem entre si, me tornei mais consciente quanto a diferenças culturais e sociais, e desenvolvi a capacidade de lidar com diferentes tipos de pessoas e culturas. Portanto, naturalmente, as minhas preocupações e os meus interesses em instigar reflexões e discussões sobre as relações interpessoais na dimensão cultural estão presentes nesta dissertação.

Em vista disso, entende-se que a oportunidade que se apresenta através da CCCI e da rede *Brother Carioca* para aprofundar os estudos sobre experiências interculturais, e a aplicação de metodologias do campo do Design para otimizar essas

interações, contribuem para a construção de uma sociedade mais colaborativa, justa e sustentável.

O objetivo central desta dissertação é, portanto, facilitar e promover experiências interculturais entre estudantes de intercâmbio acadêmico internacional da PUC-Rio, participantes da rede *Brother Carioca*, por meio de tecnologias digitais. Neste sentido, três objetivos específicos e quatro objetivos operacionais foram delineados:

Objetivos específicos:

- Examinar as competências do design na sociedade contemporânea;
- Conhecer práticas do Design no campo intercultural;
- Discutir o uso de tecnologias na sociedade contemporânea

Objetivos operacionais:

- Fazer uma revisão de literatura sobre: Design como facilitador de relações; experiências interculturais; complexidade da sociedade contemporânea; geração Z;
- Levantar e avaliar as ações promovidas pela rede *Brother Carioca*;
- Identificar as tecnologias digitais e mídias “eleitas” ou “preferidas” pelos membros da rede *Brother Carioca*;
- Propor um experimento piloto, uma dinâmica cultural, para um grupo de membros da rede *Brother Carioca*.

A fim de atender aos objetivos do presente estudo, **adotamos uma metodologia de pesquisa** descritiva, com abordagem qualitativa. Esse tipo de pesquisa se mostrou adequado porque, conforme Gil (2008) observa:

(as pesquisas descritivas) têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. [...] Tais como o questionário e a observação sistemática. [...] Entre as pesquisas descritivas, destacam-se ainda aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental, etc.

[...] Também são pesquisas descritivas aquelas que têm por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população e que visam descobrir a existência de associações entre variáveis. (GIL, 2008, p.28)

A primeira etapa metodológica, dedutiva, consistiu em uma revisão da literatura, através de uma base de documentação indireta, a respeito de: 1) Design e o campo do Design de Serviços; 2) Cultura e conceitos e práticas interculturais, e os impactos da convergência das mídias na nossa sociedade; e 3) Esforços de internacionalização empreendidos pela PUC-Rio e pela Coordenação Central de Cooperação internacional da PUC-Rio. O objetivo desta etapa foi examinar conceitos e definições pertinentes à pesquisa, entender como se relacionam, e reconhecer práticas do Design no campo intercultural.

Já na segunda etapa metodológica, pesquisa de campo, o objetivo foi estudar a rede *Brother Carioca*, identificar as mídias digitais mais utilizadas ou “eleitas” pelos membros dessa rede, analisar de forma sistemática as ações promovidas por eles, e assim verificar a experiência dos participantes nesse contexto.

Os objetivos desta segunda etapa metodológica foram atingidos por meio de: 1) fontes secundárias – *websites* e redes sociais digitais; e 2) Através de fontes primárias – entrevistas e aplicação de questionários (pesquisas do tipo qualitativa) – permitindo assim a exploração em profundidade do tema. As pesquisas realizadas junto as fontes primárias foram realizadas em duas etapas, conforme descrito a seguir:

Etapla 2.1: Foram realizadas entrevistas individuais em profundidade, por meio de um roteiro semiestruturado, com os membros do núcleo da rede *Brother Carioca*. Conforme Prodanov (2013) explica, uma vez que não há uma rigidez de roteiro, a vantagem desse tipo de entrevista está no fato de que tanto o pesquisador quanto os entrevistados têm mais liberdade para conduzir a entrevista em qualquer direção, e explorar mais amplamente algumas questões.

Etapla 2.2: Alguns alunos internacionais, participantes de programas de mobilidade internacional na PUC-Rio, foram convidados a responder a um questionário sobre as ações promovidas com o intuito de facilitar o processo de adaptação e integração na instituição. Com o mesmo objetivo, alguns alunos da PUC-

Rio que estavam estudando em instituições internacionais, através do programa de intercâmbio da CCCI, também responderam a um questionário sobre as ações promovidas pelas suas instituições de destino.

Nesse sentido, os dois questionários foram elaborados com perguntas abertas e fechadas, e questões de múltipla escolha que possibilitassem respostas escalonadas. Consequentemente, permitiram a abordagem de diferentes temas e alguns com maior profundidade, de acordo com a sua relevância para a pesquisa. Considerando que os alunos da PUC-Rio que participaram dessa pesquisa estavam em outros países, para facilitar e reduzir os custos operacionais dessa ação metodológica, foi utilizada uma plataforma de pesquisas no ambiente digital.

Gil (2008) observa que as vantagens desse método residem na possibilidade de “atingir um grande número de pessoas, mesmo que estejam dispersas numa área geográfica muito extensa; [...] garante o anonimato das respostas” (GIL, 2008, p.122) e oferece a possibilidade das pessoas o responderem quando e onde julgarem mais conveniente.

A terceira etapa metodológica consistiu na elaboração de um experimento piloto, desenvolvido com base nas informações obtidas nas etapas anteriores, e que teve por objetivo: 1) Oportunizar uma dinâmica num ambiente digital capaz de proporcionar experiências interculturais entre os membros da rede *Brother Carioca*; e 2) Possibilitar a coleta e análise de dados para posterior validação. Os resultados desse experimento, inclusive suas restrições, são apresentados e discutidos.

A pesquisa buscou **suporte teórico** através da articulação de conceitos desenvolvidos por autores do campo do Design, da Cultura e do interculturalismo. Também foi relevante trazer autores que trabalham questões relacionadas à sociedade em redes, às mídias digitais, e que discutem os impactos das novas tecnologias nas relações sociais.

A dissertação partiu da premissa de que o design é essencialmente uma atividade de criação fruto de um processo projetual. Essa pesquisa se apropria, também, da ideia que o trabalho do designer é compreender o contexto de vida das pessoas e criar soluções adequadas e integradas a esses contextos, pautadas no respeito às pessoas e suas culturas, conforme observa Coelho (2008).

A dissertação se apoia, também, em autores como Rittel e Webber (1973) e Buchanan (1992) dentre outros, que observam que o campo do Design possui habilidades para tratar de uma classe particular de problemas, caracterizada por problemas complexos, que lidam com a incerteza, múltiplas dimensões e implicações, e problemas de difícil enunciação ou mal estruturados (*wicked problems*), para tratar da problemática apresentada e dos objetivos dessa pesquisa.

Além desses autores, a dissertação procura suporte em designers cujas pesquisas e atuações estão relacionadas ao Design de Serviços, e que advogam sobre a ampliação das fronteiras de atuação do Design através de uma ênfase não apenas tecnicista e projetual, mas sócio-comportamental, dentre eles, Papanek (1980), Bomfim (1997), Cardoso (2008, 2016), Couto (2017) e Manzini (2017). Procuramos suporte, também, nos estudos desenvolvidos por Forlizzi *et al.* (2000), Jordan (2000) e Norman (2008, 2010) que examinam como as emoções desempenham um papel relevante na interação entre as pessoas e artefatos, produtos e serviços, e determinam a forma como a construção de sentido e de “experiências significativas” ocorre.

Esses autores permitiram discutir o papel do Design na sociedade contemporânea, privilegiando estudos centrados nas pessoas, e buscando compreender como essas abordagens podem facilitar inovações sociais e propiciar uma melhor qualidade de vida.

Sennett (1999 e 2006), Lipovetsky (2004 e 2007), Jenkins (2012), Crary (2014) e Han (2019) forneceram subsídios para tratar de temas relacionados a evolução da tecnologia, sociedade em redes e interações sociais, e para apoiar as discussões sobre a convergência das mídias e a preponderância que os conteúdos visuais assumiram na sociedade contemporânea.

No campo do interculturalismo, a pesquisa procurou suporte nos modelos de categorização de cultura desenvolvidos por Hall (1977, 1983 e 1989), que investiga como o uso do espaço pode afetar as interações culturais, por Hofstede & Hofstede (2005), que desenvolveu o conceito de “dimensões culturais”, e por Lewis (2006), que classifica as culturas nas categorias multiativas, ativo-lineares e reativas, além de fazer uso do conceito de “lentes culturais”, elaborado, por Benedict (1972). Esses conceitos foram úteis para auxiliar na elaboração do experimento proposto.

Quanto à **estrutura desta dissertação**, considerou-se conveniente desenvolvê-la em seis capítulos. Este primeiro, introdutório, que contextualiza a pesquisa, esclarece a questão que a norteia, seus objetivos, e sua relevância. Apresenta os principais autores e conceitos que fundamentaram o seu desenvolvimento, bem como as principais diretrizes metodológicas para a realização da mesma, e algumas reflexões do pesquisador, a partir de sua experiência profissional e pessoal.

No segundo capítulo são apresentados os conceitos de cultura, de experiências culturais e os principais modelos de classificação de cultura. São elaboradas reflexões sobre a Geração Z, os chamados nativos digitais, e discute-se os impactos da convergência das mídias em nossa sociedade.

No terceiro capítulo, uma revisão da literatura a respeito do Design destacando a sua natureza projetual e interdisciplinar é desenvolvida, observando a relevância das dimensões culturais para o campo. Através de alguns exemplos é evidenciada a importância do Design de Serviços e suas possibilidades de contribuição para a sociedade.

No quarto capítulo, é examinada a trajetória de internacionalização da PUC-Rio. São detalhados os esforços da Coordenação Central de Cooperação Internacional para facilitar o processo de adaptação e integração dos alunos que procuram a Universidade para programas de mobilidade internacional.

No quinto capítulo, é apresentado o estudo desenvolvido a cerca da rede *Brother Carioca*, objeto desse estudo. Com base nessas informações, e no referencial teórico pesquisado nas etapas anteriores, uma experiência piloto é proposta, desenvolvida e aplicada, com o objetivo de promover experiências culturais fazendo uso de tecnologias digitais. Ao final desse capítulo discutimos as conclusões desse experimento.

Por fim, no sexto capítulo, são desenvolvidas considerações finais e indicadas algumas perspectivas de desdobramento desta pesquisa. Procuramos articular os conceitos teóricos trabalhados em relação às conclusões obtidas após o experimento proposto, levando em consideração algumas limitações características desse tipo de pesquisa e tempo para a sua execução.

2. Questões culturais

Este capítulo traz algumas reflexões sobre cultura e interculturalismo, que nos ajudam a entender a relevância das dimensões culturais para o campo do Design, e nos levam a acreditar que o Design pode ter uma contribuição significativa em questões relacionadas ao interculturalismo.

Os principais modelos de categorização de cultura, desenvolvidos por pesquisadores desse campo, como Hall (1977, 1983 e 1989), Hofstede & Hofstede (2005) e Lewis (2006) são examinados.

O capítulo tem por objetivo apresentar, também, considerações sobre o público que hoje habita as instituições de ensino superior, composto majoritariamente por estudantes que nasceram no fim dos anos 1990, indivíduos pertencentes à Geração Z. Portanto, do público que se beneficia de forma direta ou indireta dos programas de intercâmbio internacional desenvolvidos pela CCCI/PUC-Rio tratados nesse estudo. Questões referentes às tecnologias digitais e seus impactos na sociedade contemporânea são abordados com foco em aspectos sociais e de subjetividade.

O capítulo fornece, portanto, subsídios para a observação e o desenvolvimento de práticas que promovam experiências interculturais.

2.1. Considerações sobre cultura e interações culturais

Na literatura especializada é possível encontrar numerosas concepções e conceitos de cultura que sugerem diferentes percepções e significados, conforme observa o antropólogo Laraia (2006). A partir da compreensão de que não existe uma definição única a respeito desse termo, no âmbito dessa pesquisa adotaremos a noção de cultura que segue a perspectiva semiótica, conforme proposta pelo pesquisador Clifford Geertz (1989): a cultura, descrita como a totalidade acumulada de padrões culturais, e que está em consonância com a primeira interpretação formal sobre o termo, sintetizada pelo antropólogo britânico Edward Tylor, em 1871, na qual cultura seria “todo comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética” (TYLOR, 1871, *apud* LARAIA, 2006, p.28). Apesar de relativamente

genéricas e demasiadamente abrangentes, essas definições permitem entender a cultura como algo que se transmite e aprende, de geração para geração, através dos mais variados registros, símbolos, objetos e interações humanas. A cultura, portanto, é aqui entendida como o produto de um processo acumulativo e dinâmico, e que, por consequência, se modifica ao longo dos tempos e admite constantes reelaborações. Nesse processo, podemos também citar as importantes contribuições de Mikhail Bakhtin (1929), de diálogo polifônico e pluralidade de formas culturais estendidas a uma pluralidade de discursos na sociedade, e de Roberto da Matta (1978) no seminal “O ofício do etnólogo, ou como ter anthropological blues”, que iniciam o pensamento de Linguagem como ato responsável, que não separa ciência, vida e arte e cultura como regras, procedimentos, códigos.

Segundo o cientista social Milton Bennett (1998), no que se refere aos estudos sobre cultura, é importante observar a diferença entre cultura objetiva e cultura subjetiva. De acordo com o autor, embora a realidade social seja construída por ambas as dimensões, cultura objetiva e subjetiva, a primeira se refere a cultura institucionalizada e a informações estatísticas, fatos históricos e geográficos, econômicos e políticos e a manifestações artísticas em geral (artes, literatura, entre outras). Portanto, uma percepção que favorece fatos a significados. Já a cultura subjetiva diz respeito a aspectos psicológicos e abstratos, que definem um grupo, ou seja, comportamentos, crenças e valores aprendidos e compartilhados nas interações que se desenvolvem no dia-a-dia. Esclarece-se que as reflexões neste estudo serão pautadas pela perspectiva da cultura subjetiva, uma vez que essa dimensão considera aspectos relacionados ao comportamento das pessoas e todo um conjunto de elementos que formam suas bases identitárias, com grande influência nas interações culturais aqui pesquisadas.

A ideia de relativismo cultural, formalizada pelo antropólogo Franz Boas (2004), também se apresenta como uma relevante contribuição para esta pesquisa. Em Boas, fica evidente a importância de que crenças, costumes, rituais, fatos culturais e maneiras de pensar e de enxergar o mundo só podem ser explicados e compreendidos quando relacionados aos seus contextos sociais e histórico-culturais. Incluem-se aí todos os códigos sociais e de convivência, considerações de ordem moral e de juízo

de valor. Conforme observa o antropólogo brasileiro Laraia, “o homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado” (LARAIA, 2006, p.45). O pesquisador José Luiz dos Santos ilustra essas ideias com a seguinte afirmação:

Lendas ou crenças, festas ou jogos, costumes ou tradições, esses fenômenos não dizem nada por si mesmos, eles apenas o dizem enquanto parte de uma cultura, a qual não pode ser entendida sem referência à realidade social de que faz parte, à história de sua sociedade. (SANTOS, 1996, p.47)

A cultura não pode ser dissociada, portanto, da forma como os seres humanos compartilham significados e dão sentido às coisas. É importante lembrar – especialmente para o campo do Design – que o significado é construído na linguagem e por meio dela, conforme ensina o filósofo Merleau-Ponty (2012), e pode ser traduzido na forma da escrita, na fala, através de imagens, objetos, sons, expressões corporais, etc. Através da linguagem todo um conjunto de significados são transmitidos e símbolos são traduzidos em comportamentos. Merleau-Ponty observa que:

A partir do momento em que o homem se serve da linguagem para estabelecer uma relação viva consigo mesmo ou com seus semelhantes, a linguagem não é mais um instrumento, não é mais um meio, ela é uma manifestação, uma revelação do ser íntimo e do elo psíquico que nos une ao mundo e aos nossos semelhantes. (MERLEAU-PONTY, 2012, p.59)

A linguagem, por consequência, possui um papel fundamental ao ser entendida como um complexo sistema de códigos e de representações simbólicas, que traduzem o mundo em significados e representações do coletivo. “Estudar a cultura é, portanto, estudar um código de símbolos partilhados pelos membros dessa cultura” (LARAIA, 2006, p.63). É essencial perceber a importância e a responsabilidade dos profissionais de design em interpretar e traduzir valores culturais e especificidades simbólicas para o desenvolvimento de soluções que respondam de forma adequada às demandas da sociedade. Não há como se desenvolver um bom projeto de design, seja um artefato/objeto ou um serviço, sem que sejam pesquisadas e analisadas referências culturais, sem que sejam consideradas as pessoas envolvidas e seus contextos, sem que sejam observadas, num sentido amplo, particularidades referentes ao seu propósito, sentido, função e uso.

Embora seja uma tarefa relativamente complexa entender a forma como os seres humanos atribuem sentido às coisas, isto é, como a construção do sentido é desenvolvida de forma individual e coletiva na sociedade, este exercício é fundamental para se tentar entender a construção do sujeito e a complexidade que envolve a formação de sua identidade. A partir de Stuart Hall (2006), pesquisador sobre Estudos Culturais, é possível concluir que pertencer a uma mesma cultura, ou compartilhar de uma mesma cultura, é compartilhar e possuir os mesmos padrões de pensamento e de percepções sobre o mundo. É se identificar com conceitos, imagens e ideias, com os mesmos códigos culturais que permitem a interpretação do mundo de forma semelhante, e que por sua vez tornam um grupo particular e distinto de outros grupos e culturas – e lhes dá uma identidade singular.

Diversos pesquisadores observam que a construção de identidade se desenvolve a partir de uma relação de contraste e oposição. Portanto, isso ocorre através de comparações entre indivíduos, grupos e culturas. Conforme constata a antropóloga Benedict (1972), “a cultura é como uma lente através da qual o homem vê o mundo. Homens de culturas diferentes usam lentes diversas e, portanto, têm visões desencontradas das coisas”. (BENEDICT, 1972, *apud* LARAIA, 2006, p.67). Dessa forma, ver o mundo através de sua própria cultura, isto é, considerar o seu grupo étnico ou cultural como referência, implica uma propensão em compreender os acontecimentos e códigos sociais de forma enviesada, e a considerar os seus próprios códigos e cultura como os mais corretos. Segundo Laraia (2006), essa tendência etnocêntrica é um fenômeno universal e se percebe em todas as culturas.

É importante notar que as comparações entre culturas não operam numa posição equivalente. As relações culturais que se estabelecem entre diferentes povos e entre grupos sociais são permeadas por dinâmicas assimétricas de poder. Conforme infere a pesquisadora Barbosa (2006), “os mecanismos de poder e dominação são aspectos fundamentais dessa dinâmica, pois hierarquias econômicas, políticas e simbólicas são constitutivas dessas respectivas atribuições e construções”. (BARBOSA, 2006, p.162). Em relação a essa temática a pesquisadora Vera Candau (2008) conclui que:

As relações culturais não são relações idílicas, não são relações românticas, elas estão construídas na história e, portanto, estão atravessadas por questões de poder, por

relações fortemente hierarquizadas, marcadas pelo preconceito e discriminação de determinados grupos. (CANDAU, 2008, p.23)

Laraia (2006) destaca, também, que aquilo que não é familiar culturalmente é consequentemente percebido como estranho, negativo, imoral, profano, e deduz que “tais crenças contêm o germe do racismo, da intolerância, e, frequentemente, são utilizadas para justificar a violência praticada contra os outros”. (LARAIA, 2006, p.73). Nesse sentido, Candau (2008) observa que:

Os “outros”, os diferentes, muitas vezes estão perto de nós, e mesmo dentro de nós, mas não estamos acostumados a vê-los, ouvi-los, reconhecê-los, valorizá-los e interagir com eles. Na sociedade em que vivemos há uma dinâmica de construção de situações de apatenação social e cultural que confinam os diferentes grupos socioculturais em espaços diferenciados, onde somente os considerados iguais têm acesso. Ao mesmo tempo, multiplicam-se as grades, os muros, as distâncias, não somente físicas, como também afetivas e simbólicas entre pessoas e grupos cujas identidades culturais se diferenciam por questões de pertencimento social, étnico, de gênero, religioso, etc. (CANDAU, 2008, p.31)

Percebe-se que as lentes através das quais o homem vê o mundo, propostas por Benedict (1972), são carregadas por generalizações e pelo uso recorrente de estereótipos para tecer considerações a respeito de outras culturas. Brooks Peterson (2004), pesquisador no campo de Estudos Interculturais, oferece relevante esclarecimento sobre esse tema:

As generalizações são conclusões sobre uma cultura, feitas a partir da observação de um número considerável de elementos de uma determinada sociedade. Já os estereótipos são afirmações parciais sobre uma cultura feitas a partir da observação de apenas um elemento ou de um conjunto limitado de elementos de uma dada sociedade. (PETERSON, 2004, *apud* OLIVEIRA, 2014, p.19)

É fundamental ter a consciência de que todos os povos e culturas são conhecidos por estereótipos, alguns positivos e outros negativos. É importante refletir sobre esses rótulos, tentar relativizá-los e contextualizá-los. Logo, torna-se necessário: (1) Desconstruir e reconstruir olhares sobre características “definitivas” atribuídas a uma cultura e que não permitem uma aproximação aberta e empática à realidade dos “outros”; (2) Procurar se colocar no lugar do outro e exercitar a alteridade. Da mesma forma, generalizações podem identificar traços comuns de determinado grupo e que os diferenciam de outras culturas, mas, de forma alguma,

permitem elaborações mais profundas sobre um indivíduo e a complexidade cultural que de fato dá forma a sua identidade.

Nas sociedades contemporâneas, os contatos e trocas culturais acontecem em profusão e a sobreposição de culturas ocorre em ritmo intenso. A construção de identidades segue em permanente construção e reconstrução. Por consequência, as generalizações, e até mesmo os estereótipos, devem ser constantemente atualizados e, quando usados, devem ser tratados com extrema parcimônia. Conforme lembra Santos (1996), “nada que é cultural pode ser estanque, porque a cultura faz parte de uma realidade onde a mudança é um aspecto fundamental” (SANTOS, 1996, p.47). Ainda segundo o autor, “o fato de que as tradições de uma cultura possam ser identificáveis não quer dizer que não se transformem, que não tenham sua dinâmica” (SANTOS, 1996, p.47). Além disso, indivíduos pertencentes a um mesmo grupo podem apresentar características culturais bastante distintas. Um brasileiro nascido na Bahia e outro nascido em São Paulo possuem muitas semelhanças e, ao mesmo tempo, enormes diferenças culturais; da mesma forma, os descendentes de imigrantes japoneses e os de peruanos nascidos no Brasil também têm semelhanças e diferenças. Esses exemplos ilustram a necessidade de se ter uma visão dinâmica, contextualizada e plural das diferentes identidades culturais que formam o indivíduo contemporâneo.

Nesse sentido, cumpre esclarecer a diferença do que se entende nesta pesquisa pelos termos multicultural e intercultural. A análise dos prefixos de ambos os termos contribui para a compreensão dos seus respectivos significados: conforme definição encontrada nos mais variados dicionários, entre eles o “Dicio – Dicionário online de Português” (2020), o prefixo “multi” é um elemento de composição de palavras que indica muito ou múltiplas vezes. Portanto, o prefixo “multi” não prevê regiões de interseção. Considerando o escopo desta pesquisa, o prefixo “multi”, embora revele a existência de duas ou mais culturas, não prevê situações de interface ou trocas culturais. Já o prefixo “inter” expressa posição intermediária, reciprocidade; entre uma coisa e outra; entre: internacional (entre nações); ao mesmo tempo que: inter-relação (relação mútua). Portanto, pressupõe interação entre duas ou mais culturas.

Para esclarecer a diferença entre multiculturalismo e interculturalismo basta que se imagine, por exemplo, um refeitório de uma empresa de tecnologia no Vale do

Silício, na Califórnia. Indivíduos de diferentes origens e bagagens culturais podem utilizá-lo ao mesmo tempo, com frequência, e esse espaço ser considerado um ambiente multicultural. Entretanto, se não há interação entre as pessoas, consequentemente não há nenhuma possibilidade de interculturalidade.

A pesquisadora Catherine Walsh (2001), referência no campo de Estudos Culturais, propõe que a temática intercultural seja entendida de uma forma mais crítica e ampla. A autora traz reflexões acerca da inserção dessa temática no complexo contexto político-social global. Para a pesquisadora, a interculturalidade é:

- . Um processo dinâmico e permanente de relação, comunicação e aprendizagem entre culturas em condições de respeito, legitimidade mútua, simetria e igualdade.
 - . Um intercâmbio que se constrói entre pessoas, conhecimentos, saberes e práticas culturalmente diferentes, buscando desenvolver um novo sentido entre elas na sua diferença.
 - . Um espaço de negociação e de tradução onde as desigualdades sociais, econômicas e políticas, e as relações e os conflitos de poder da sociedade não são mantidos ocultos e sim reconhecidos e confrontados.
 - . Uma tarefa social e política que interpela o conjunto da sociedade, que parte de práticas e ações sociais concretas e conscientes e tenta criar modos de responsabilidade e solidariedade.
 - . Uma meta a alcançar.
- (WALSH, C. 2001, apud Candau, 2008, p.23)

Essas afirmações propõem um conceito de interculturalidade que não exclui as desigualdades sociais e as diferenças culturais da agenda intercultural. São críticas que evidenciam a assimetria de poder, o etnocentrismo, e as relações de conflito que permeiam as relações sociais. Reflexões que procuram, portanto, destacar a relevância que os intercâmbios entre culturas representam para a sociedade.

Consideramos que as ideias de Walsh estão em consonância com os pensamentos de diversos pesquisadores como, por exemplo, James Banks, Peter McLaren, Stuart Hall e Vera Candau, entre outros. Com base nesses autores, fica claro que o propósito primordial das relações interculturais deve ser o desenvolvimento econômico-social, a construção de um projeto comum de sociedade, e a troca de conhecimentos comprometida com a busca por uma justiça social.

É justamente nessa percepção de desigualdades e na proposta de militância por uma sociedade que seja melhor para se viver, que o interculturalismo, o Design e o ensino-aprendizagem compartilham objetivos. Desde os anos 1970, quando uma

série de estudos relacionados à sustentabilidade começam a ser publicados, e Victor Papanek escreve “*Design for the Real World*”, uma corrente crescente de Designers têm concentrado seus esforços em atender a demandas sociais e em assumir uma postura socialmente responsável. Em relação ao contexto acadêmico, com base nas reflexões propostas pelo pesquisador Perez Gómez (1994; 2001) de que a escola seja entendida como um espaço de cruzamento de culturas, Candau (2008) conclui que:

O responsável definitivo da natureza, sentido e consistência do que os alunos e alunas aprendem na sua vida escolar é este vivo, fluido e complexo cruzamento de culturas que se produz na escola entre as propostas da cultura crítica, que se situa nas disciplinas científicas, artística e filosóficas; as determinações da cultura acadêmica, que se refletem no currículo; as influências da cultura social, constituídas pelos valores hegemônicos do cenário social; as pressões cotidianas da cultura institucional, presente nos papéis, normas, rotinas e ritos próprios da escola como instituição social específica, e as características da cultura experiencial, adquirida por cada aluno através da experiência dos intercâmbios espontâneos com seu entorno. (PEREZ GÓMEZ, 2001, *apud* CANDAU 2008, p.15-16)

Intrinsecamente relacionado a esse contexto, estabelecer uma comunicação competente é central para as relações interculturais. Entende-se comunicação como toda troca de informações de natureza verbal e não verbal, isto é, a fala, a escrita, objetos, linguagem corporal, gestos, emoções, entre outras. Embora este seja um tema relativamente complexo e controverso, nesta pesquisa será adotado o termo competência intercultural em referência à capacidade (ou incapacidade) de comunicação intercultural.

Conforme esclarece Bennett (1998), “o estudo do interculturalismo vem tentando encontrar uma resposta para a seguinte pergunta: como as pessoas entendem umas às outras quando elas não compartilham uma experiência cultural comum?” (BENNETT, 1998, p.1, tradução nossa). Portanto, nota-se uma preocupação entre os pesquisadores da área em buscar formas de facilitar que as mensagens transmitidas entre pessoas com diferentes bagagens culturais sejam satisfatoriamente compreendidas. Naturalmente essa questão está associada à codificação e à decodificação de significados culturais, ao uso correto da linguagem, e ao fato de que para compreender o significado e os símbolos presentes em uma comunicação é necessário conhecer em qual cultura e contexto eles estão inseridos. Assim, uma

comunicação eficiente não se estabelece e interpretações equivocadas podem ocorrer, se os significados não forem conhecidos e compartilhados.

Entende-se que parte dos problemas que surgem num contexto intercultural está relacionado ao não compartilhamento de um mesmo repertório de comunicação cultural e de uma assimetria referente à interpretação de valores e símbolos culturais. Conforme toda comunicação interpessoal, o sucesso (e a falta de sucesso) na comunicação também pode ser explicado pela habilidade interpessoal dos participantes, pelo objetivo da comunicação e, entre outros fatores, pela motivação dos participantes. Bennett (2009) identificou que no contexto intercultural a motivação se mostra extremamente relevante, uma vez que:

Motivação é o ponto de partida para atingir ou desenvolver essa competência intercultural, devemos nos sentir instigados a aprender sobre os outros para, posteriormente, buscarmos o conhecimento necessário que servirá de base para lidar de forma apropriada com eventos culturais incomuns para nós. (BENNETT, 2009, *apud* PARANHOS, 2011, p.32)

Encontra-se a seguir um quadro (quadro 1), adaptado a partir do trabalho desenvolvido pelas pesquisadoras Schmidmeier e Takahashi (2018), que oferece uma síntese de algumas das principais definições sobre o termo competência intercultural encontradas na literatura. A relação entre competência intercultural, o conhecimento de outra cultura e a habilidade de interpretar valores e significados fica evidenciada no quadro:

Quadro 1: Definições de competência intercultural

Definições de competência intercultural	
Definição	Referência/autor
Capacidade de adaptação a outras culturas alicerçada em elementos envolvidos nos processos linguísticos de interação entre os interlocutores.	FANTINI, 2000
Capacidade de interagir eficazmente tanto com pessoas de outras culturas como aquelas da própria cultura. Envolve a consciência de diferentes valores e comportamentos, bem como a habilidade para lidar com eles por meio do não julgamento.	BYRAM e NICHOLS, 2001
Conjunto de conhecimentos e habilidades necessário para interagir com sucesso com pessoas de outros grupos étnicos, religiosos, culturais, nacionais e geográficos.	HAMMER, BENNETT e WISEMAN, 2003

Capacidade de se comunicar de forma eficaz e adequada em situações interculturais com base em conhecimentos, habilidades e atitudes interculturais. Capacidade de mudar o quadro de referência de modo adequado e adaptar o seu comportamento ao contexto cultural. Capacidade de atingir seus objetivos, em algum grau, por meio da interação construtiva em um contexto intercultural.	DEARDORFF, 2004
Gerenciamento da impressão que permite aos membros de diferentes sistemas culturais estarem cientes de sua identidade cultural e das diferenças culturais e interagir eficazmente e de modo adequado com os outros em diversos contextos ao concordar sobre o significado de diversos sistemas de símbolos com o resultado de relações mutuamente satisfatórias.	KUPKA, 2008

Fonte: Autor. Adaptação de definições de competência intercultural (SCHMIDMEIER; TAKAHASHI, 2018)

Observa-se, a partir dessas definições, que competência intercultural é um conjunto de conhecimentos e habilidades relacionados à capacidade do indivíduo de adaptar-se e ajustar-se a um determinado contexto. Portanto, é uma competência que está relacionada a dimensões cognitivas e comportamentais. Ter consciência de sua própria identidade e do padrão cultural no qual se está inserido é fundamental nesse processo. Superar o etnocentrismo e qualquer preconceito é essencial, para que então se possa tentar entender o mundo a partir das perspectivas de outras pessoas.

Consciente das especificidades existentes entre diferentes culturas, um indivíduo é capaz de ter interações mais bem-sucedidas com pessoas de diferentes grupos. Nesse sentido, torna-se fundamental entender que os estudos que buscam identificar traços culturais e categorizar culturas são esforços para, através de generalizações, (1) aprimorar o entendimento sobre uma cultura nacional e seus valores; (2) facilitar a compreensão de particularidades culturais, que seguem evoluindo ao longo do tempo, e se manifestam de forma coletiva através de costumes, crenças e valores; (3) contribuir para que os processos de interação interculturais sejam proveitosos e eficazes, prevenindo mal-entendidos e choques culturais e; em última análise, (4) colaborar com os esforços de interpretação de ações e fatos da história humana. Bennett (1998) defende que as generalizações são necessárias, uma vez que,

Sem qualquer tipo de suposição ou hipótese sobre as diferenças culturais, pode-se cair num individualismo ingênuo, onde se assume que todas as pessoas estão agindo de uma forma completamente única. Ou podemos confiar excessivamente no "senso comum" para direcionar nosso comportamento de comunicação. (BENNETT, 1998, p.4, tradução nossa)

A fim de reunir informações que possam subsidiar profissionais de design interessados em atuar em projetos nessa temática intercultural, considerou-se pertinente examinar alguns modelos de categorização de cultura.

2.2. Modelos de Categorização de Cultura

A seguir, apresentamos três modelos de categorização de cultura, importantes referências no campo dos Estudos Culturais e Interculturais, desenvolvidos por Hall (1977, 1983 e 1989), Hofstede & Hofstede (2005) e Lewis (2006), e suas contribuições para o entendimento e visão sobre cultura.

2.2.1.

As Contribuições de Edward T. Hall

Edward T. Hall foi um dos pioneiros no campo de Estudos Interculturais. Dentre suas diversas contribuições para essa área, Hall observou que a maior parte da comunicação humana se realiza através de formas não verbais e que esses comportamentos variam entre diferentes culturas. Segundo o autor, praticamente tudo o que o homem é e faz está relacionado à experiência do espaço. Hall identifica que:

O sentido humano do espaço é uma síntese de muitos insumos sensoriais: visual, auditivo, sinestésico, olfativo e térmico. Não apenas cada um deles constitui um sistema complexo – como, por exemplo, as dúzias de maneiras diferentes de experimentar visualmente a profundidade – mas todos são modelados e padronizados pela cultura. (HALL, 1977, p.161)

Hall identifica que indivíduos de culturas diferentes habitam mundos sensoriais e perceptivos diferentes. A partir dessas constatações, Hall (1977) desenvolveu o conceito da comunicação proxêmica - neologismo criado pelo autor e que aborda o estudo das distâncias ocultas entre as pessoas e o espaço. Assim, os estudos de Hall se mostram relevantes para essa pesquisa porque procuram compreender como o uso do espaço pode afetar as interações culturais. Isto é, como pessoas de diferentes culturas tendem a se comportar e a reagir em diferentes tipos de espaços culturalmente definidos. De acordo com o autor, “o estudo da cultura, no sentido proxêmico, é, portanto, o estudo do emprego feito pelas pessoas de seu

aparato sensorial, em diferentes estados emocionais, durante diferentes atividades, em diferentes relações e cenários e contextos” (HALL, 1977, p.161).

São apresentados três aspectos subjetivos relacionados à cultura e analisados por Hall que se mostram relevantes, nesta ocasião, por proporcionarem um melhor entendimento sobre as interações culturais: **o tempo, o espaço e o contexto**.

A dimensão temporal

Em estudo acerca do modo como diferentes culturas lidam com o tempo, Hall (1977 e 1983) estabeleceu a distinção entre duas categorias básicas: tempo monocrônico e o tempo policrônico. O tempo monocrônico está associado a culturas cujo tempo é o norteador do estabelecimento de prioridades, à seriedade com que essas culturas encaram seus prazos e compromissos e à organização da vida. Nessas culturas, existe uma tendência a se priorizar o trabalho sobre as relações pessoais e a realização de tarefas de forma ordenada e uma de cada vez. Já as culturas identificadas com o tempo policrônico apresentam uma tendência a executar muitas tarefas simultaneamente, a priorizar relações pessoais. São culturas mais suscetíveis a interrupções e distrações. Há uma maior flexibilidade com relação a planejamentos prévios, horários e compromissos.

A dimensão espacial

De acordo com Hall (1977), todas as pessoas possuem uma bolha de espaço invisível (psicológica) que constitui o seu próprio território e que garante a manutenção de certas distâncias de outras pessoas e objetos – independente do lugar e situação em que estejam. Essa bolha invisível se contrai e se expande de acordo com o nível de distanciamento e proximidade que se estabelece de forma dinâmica entre as pessoas, e é influenciada por preferências pessoais, pelo estado emocional, pela bagagem cultural, diferenças sociais, gênero, sensações térmicas e contextos, entre outros fatores. Essa variação está relacionada tanto ao contato físico, quanto ao uso da linguagem verbal e não verbal. Por exemplo, gestos, abraços, beijos, contato olhos nos olhos, formas de tratamento, intensidade e volume da fala, etc. Hall (1977) conclui que diferentes culturas percebem o espaço pessoal de formas distintas, mas

que todos observam distâncias uniformes nas relações que mantém com os seus semelhantes. A distância escolhida depende, portanto, de aspectos culturais, das relações interpessoais, dos sentimentos e dos objetivos envolvidos em uma determinada situação. Assim, certas atitudes podem ser percebidas como rudes, grosseiras e outras como grandes demonstrações de afeto – com efeitos positivos e negativos.

Hall classificou essas distâncias em quatro categorias: distância íntima, pessoal, social e pública. Cada uma delas relacionada a uma circunstância e objetivo específico. Nesta pesquisa, porém, não se mostra pertinente um aprofundamento em cada um desses aspectos.

A dimensão contextual

A dimensão contextual oferece reflexões sobre a quantidade de informação ou o quanto explícitas as mensagens trocadas entre uma cultura e outra precisam ser para que uma comunicação ocorra de forma eficaz. Nesse sentido, a partir de Hall (1989) pode-se definir contexto como toda informação que está associada a uma comunicação e que, por consequência, está indissociável ao significado desse mesmo evento. Nesse sentido, os elementos que se combinam para produzir um significado se relacionam, são transmitidos e são apropriados, em diferentes medidas, dependendo da cultura.

Hall estuda essa dimensão através da classificação da comunicação em dois níveis, que variam numa escala de alto e baixo contexto (1989). Em suas palavras: “o nível de contexto determina tudo sobre a natureza da comunicação e é a base sobre a qual repousa todo o comportamento subsequente (incluindo o comportamento simbólico)” (HALL, 1989, p.92, tradução nossa). De acordo com o autor (1989), as culturas do mundo podem ser classificadas e comparadas em uma escala de alto contexto e baixo contexto.

A comunicação de alto contexto caracteriza-se por utilizar uma grande quantidade de informações transmitidas por recursos não verbais, gestos, linguagem corporal, expressões faciais, símbolos, imagens, sons, em detrimento de textos e da fala. Esta forma de comunicação exige maior compreensão de códigos culturais e do

compartilhamento de significados implícitos na comunicação. Tipicamente, uma cultura de alto contexto será relacional e coletivista. A comunicação de alto contexto é mais utilizada por indivíduos do Brasil, China, Coreia, Espanha, França, Grécia, Irlanda, Itália, Japão, Portugal, e Oriente Médio, entre outros. As culturas de baixo contexto utilizam essencialmente as palavras para transmitir suas mensagens e tendem a perceber as mensagens no seu sentido literal. A comunicação é direta e explícita. São indivíduos racionais, diretos, metódicos e claros em suas explanações. Por consequência, as comunicações não-verbais são bastante reduzidas. Os indivíduos dessas culturas tendem a não compreender com clareza aspectos não-verbais presentes na comunicação humana. Percebe-se que, de uma forma geral, o uso da comunicação de baixo contexto se faz mais presente por indivíduos da Alemanha, Austrália, Dinamarca, Estados Unidos, Reino Unido, e Suécia, entre outros.

É importante notar que, em muitos casos, uma tentativa de comunicação pode se tornar ineficiente devido a comportamentos verbais e não-verbais inadequados, que são indissociáveis dos aspectos culturais de cada pessoa. Assim, estar ciente desses padrões e tendências pode facilitar uma melhor comunicação entre indivíduos de diferentes culturas.

2.2.2. Dimensões culturais em Hofstede & Hofstede

O holandês Geert Hofstede e seu filho, Gert Hofstede, são importantes referências para os Estudos Culturais. Cultura para eles pode ser definida como uma “programação coletiva da mente” e essa “programação” distingue os membros de um grupo ou categorias de pessoas de outro (HOFSTEDE & HOFSTEDE, 2005, p.4). Embora os pesquisadores reconheçam a existência de padrões culturais que são compartilhados coletivamente, ambos defendem que esses “programas” variam de indivíduo para indivíduo, e isso explica a heterogeneidade encontrada na sociedade, uma vez que todas as pessoas possuem conjuntos distintos de valores, princípios e crenças, que são desenvolvidos ao longo de suas vidas.

Geert Hofstede ofereceu um modelo de categorização de culturas – que anos mais tarde, já em 2005, foi revisto e atualizado em coautoria com seu filho Gert

Hofstede – que é reconhecido pela relevância para qualquer estudo sobre relações interculturais. A partir de parâmetros da Antropologia Social, o modelo de categorização proposto pelos pesquisadores evidencia valores observados em diferentes culturas (Hofstede & Hofstede, 2005). Esses valores, representados através de seis dimensões culturais são: a) Índice de Distância de Poder (*Power Distance Index* – PDI); b) Individualismo versus Coletivismo (*Individualism* – IDV); c) Masculinidade versus Feminilidade (*Masculinity* – MAS); d) Índice de Evasão de Incerteza (*Uncertainty Avoidance Index* – UAI); e) Orientação de Longo Prazo versus curto prazo (*Long Term Orientation* – LTO); f) Indulgência versus Controle (*Indulgence* – IVR). A seguir trazemos uma síntese de cada uma dessas dimensões, elaborada a partir de informações coletadas em Hofstede & Hofstede (2005) e em websites mantidos pelos pesquisadores e disponíveis em: <https://geerthofstede.com/> e <https://www.hofstede-insights.com/>.

a) Índice de Distância de Poder (*Power Distance Index* – PDI)

Nessa categoria, questões relacionadas a igualdade e hierarquia são analisadas. No modelo de Hofstede quanto mais alto o índice de distância do poder, maior a tendência de hierarquização e desigualdade. Essa dimensão está relacionada, também, a aceitação e a expectativa de distribuição desigual do poder na sociedade. Em outras palavras, como os menos favorecidos aceitam e incorporam a distribuição de poder e até que ponto a hierarquia é respeitada em determinadas sociedades. Nessa escala, o Brasil e a França, por exemplo, são identificados como sociedades onde estruturas hierárquicas se mostram mais presentes e onde os indivíduos aceitam relativamente bem as diferenças de poder.

b) Individualismo versus coletivismo (*Individualism* – IDV)

Essa dimensão está relacionada a autonomia, a autossuficiência, e a busca por objetivos individuais em oposição ao coletivismo e ao pertencimento a um grupo maior. Portanto, verifica-se o quanto os membros de uma sociedade colocam seus interesses – ou de seu grupo – em primeiro plano. Numa sociedade individualista, escolhas e decisões individuais ou relacionadas a um

grupo menor são esperadas. No entanto esclarecem os autores, individualismo, não está associado a egoísmo. Nas sociedades coletivas, as relações sociais são percebidas com grande importância e os laços de amizade e de família são priorizados. O Brasil é identificado por ser um país mais coletivista do que individualista. Enquanto a Austrália, EUA e Grã Bretanha são identificadas por serem mais individualistas e orientados para a realização pessoal e a livre expressão.

c) Masculinidade versus Feminilidade (*Masculinity* – MAS)

Essa dimensão está fortemente associada ao estereótipo atribuído aos papéis desempenhados pelos gêneros na sociedade, assim como aos valores e comportamentos que permeiam as relações entre homens e mulheres. Nas sociedades predominantemente masculinas, os indivíduos tendem a ser mais assertivos, competitivos e a valorizar as realizações e o sucesso material. Numa sociedade predominantemente feminina, os papéis e as relações entre os gêneros são mais equilibrados. Nessas sociedades, nota-se uma preferência pela cooperação, uma preocupação com a qualidade de vida e direcionamento para o consenso. Nesse sentido, a sociedade japonesa é percebida como uma das mais “masculinas”. O Brasil está classificado ao centro dessa escala (49 pontos). Portanto, apresentando os dois traços em praticamente a mesma intensidade.

d) Evasão de Incerteza (*Uncertainty Avoidance Index* – UAI)

Essa categoria classifica a tolerância dos indivíduos quanto a incertezas, a ambiguidades, situações desconhecidas e até mesmo caóticas. Abrange, portanto, o comportamento das pessoas em situações de desconforto, situações de risco e estresse nervoso. Essa dimensão não está relacionada a negação a riscos, ou a respeitar regras, está relacionada a ansiedade, a desconfiança diante do desconhecido e a forma de lidar com as mudanças. Nas sociedades com uma forte evasão a incertezas, há uma tendência para a burocracia e os sistemas de controle são valorizados. Brasil, Grécia e Portugal são exemplos de sociedades que demonstram uma grande necessidade de regras e sistemas

jurídicos complexos para estruturar a vida – mesmo que as regras pareçam nunca funcionar ou não sejam exatamente respeitadas. A sensação de segurança é um elemento importante para esses indivíduos. Os pesquisadores concluíram que, nesses países, há uma necessidade emocional – e não necessariamente eficiente – pelo respeito a códigos rígidos e regras. Com 92 pontos no modelo de Hofstede, o Japão também é um dos países que mais evitam incertezas do mundo. Porém, isso geralmente é atribuído ao fato de o Japão estar constantemente ameaçado por desastres naturais. Em linhas gerais, os japoneses aprenderam a se preparar para qualquer situação incerta e, através de muitas gerações, desenvolveram planos de emergência e precauções para desastres naturais e quaisquer aspectos da sociedade. Pode-se dizer que no Japão tudo é feito com o máximo de planejamento e previsibilidade.

e) Orientação de Longo Prazo (*Long Term Orientation – LTO*)

Partindo da percepção de que o mundo está em fluxo constante, essa dimensão analisa como diferentes sociedades se relacionam com o próprio passado e suas tradições, enquanto lidam com os desafios do presente e do futuro. Ou seja, como os objetivos e prioridades são estabelecidos. As culturas orientadas para o longo prazo são representadas com pontuações altas no modelo de Hofstede. Essas sociedades apresentam uma postura pragmática, incentivam a poupança, a educação, e a perseverança. Por outro lado, as culturas orientadas para o curto prazo são mais dependentes dos acontecimentos do passado e do presente, preferem manter tradições e normas já estabelecidas pelo tempo. Os autores deste modelo de categorização rotulam essas sociedades como normativas, enquanto as culturas orientadas para o longo prazo como pragmáticas. Portugal é identificado por ser um país onde as pessoas apresentam um grande respeito pelas tradições, uma tendência relativamente pequena a se planejar para o futuro e foco na obtenção de resultados rápidos. Pode-se dizer que o Brasil, com 44 pontos na escala de Hofstede, está numa posição intermediária nessa análise.

f) Indulgência versus Controle (*Indulgence* – IVR)

Essa dimensão se ocupa da forma como as pessoas controlam (ou não) seus desejos e impulsos e como atribuem valor e sentido a situações relacionadas a desfrutar a vida. As culturas podem ser descritas como indulgentes ou restritas. Em uma cultura indulgente, seguir impulsos, ser perdulário, desfrutar do tempo livre, e dedicar tempo aos amigos e à família é considerado bom. Já nas sociedades restritas, os impulsos tendem a ser fortemente controlados, o lazer e gozar a vida são observados com restrições. A pontuação do Brasil nessa escala é 59, o que define seus indivíduos como relativamente indulgentes. Australianos, Canadenses e Norte Americanos são considerados um pouco mais indulgentes que os brasileiros, marcando 71, 68 e 68 pontos respectivamente nessa escala. Os mexicanos estão entre os mais indulgentes, com 97 pontos.

É importante destacar que todas as dimensões culturais propostas pelo modelo de Hofstede estão inter-relacionadas e, portanto, as análises referentes aos traços culturais de uma determinada sociedade não devem ser conduzidas com base em um único atributo. Nesse sentido, os pesquisadores oferecem em seu website (<https://www.hofstede-insights.com/>) uma análise de seu modelo de dimensões culturais aplicado a 93 países, o que facilita a comparação entre diferentes culturas.

2.2.3.

Categorização cultural em Lewis

Richard D. Lewis é um dos mais importantes linguistas da Grã-Bretanha. Dedicou-se ao estudo de linguística aplicada e antropologia, e Estudos Culturais. Em 1996, Lewis publicou o livro “*When Cultures Collide*”, que se tornou uma referência de como trabalhar e se relacionar com diferentes culturas. Mesmo reconhecendo ser perigoso trabalhar com generalizações, através da análise de traços culturais, o autor foi capaz de desenvolver um modelo de categorização cultural onde as várias centenas de culturas nacionais e regionais do mundo podem ser classificadas em três categorias: multiativas, ativo-lineares e reativas.

As culturas multiativas são aquelas em que os indivíduos se comportam de forma calorosa, emocional, impulsiva e eloquente. Valorizam relações familiares e hierárquicas. Nelas as pessoas valorizam o relacionamento interpessoal e não gostam de deixar conversas inacabadas. São flexíveis e perseguem diferentes objetivos ao mesmo tempo. No entanto, o autor afirma que como característica negativa, esses indivíduos não são pontuais e dão pouca importância ao calendário. Eles planejam suas prioridades de acordo com a importância que cada compromisso assume e “fingem dar atenção a isso, especialmente se um colega de cultura ativo-linear insiste. Esses indivíduos consideram a realidade mais importante que compromissos agendados pelo homem.” (LEWIS, 2006, p.30, tradução do autor). De uma forma geral, os brasileiros e os latinos são os maiores representantes dessa categoria.

Na cultura ativo-linear, encontram-se os indivíduos que apresentam características de planejamento e são altamente organizados. Buscam cadeias de ação e são orientados para tarefas e procuram competência técnica. Prezam por cronogramas e, em prol da eficiência, procuram fazer uma coisa de cada vez e de acordo com um determinado período de tempo. Os fatos são postos antes dos sentimentos e a razão antes da emoção. Alemães e suíços são exemplos dessa classificação.

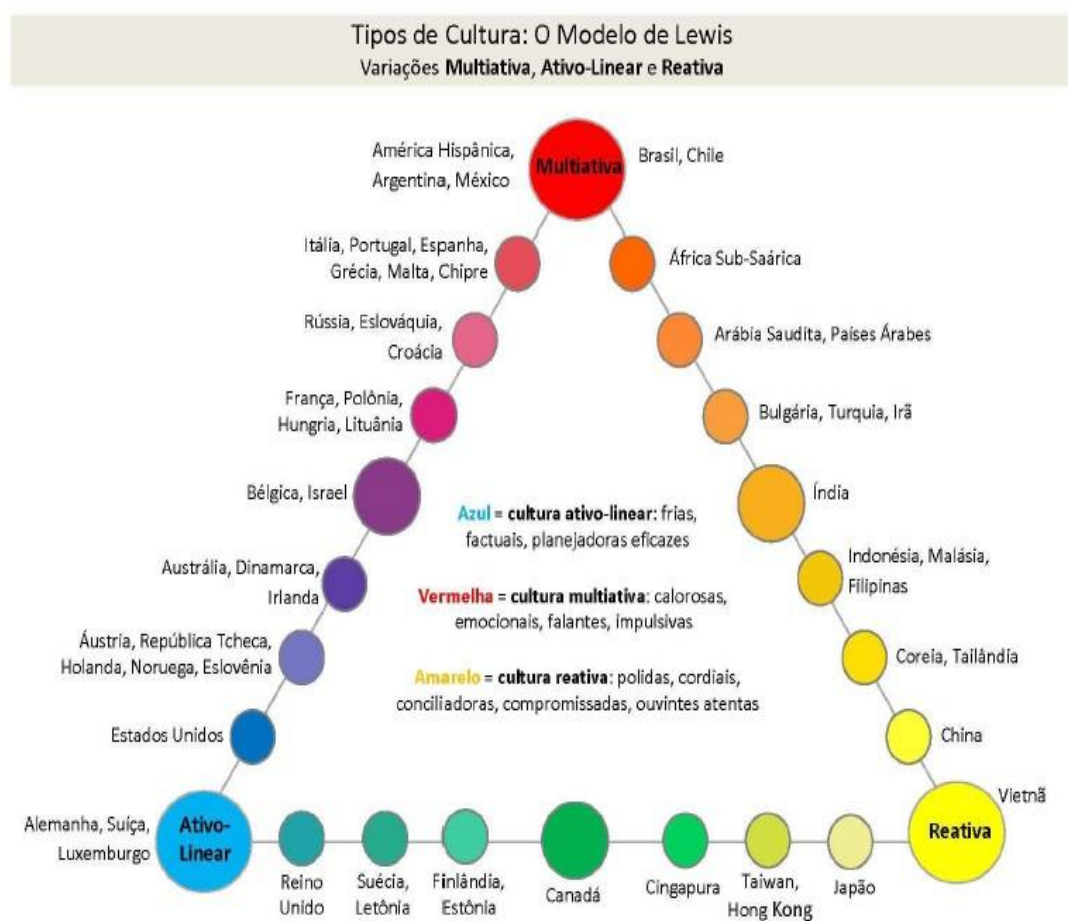
De acordo com o autor (2006, p.31), quando pessoas de uma cultura ativo-linear trabalham em conjunto com pessoas de uma cultura multiativa crises constantes ocorrem a menos que uma parte se adapte à outra - e isso raramente acontece. Por consequência, os dois lados se sentem insatisfeitos.

Os representantes de culturas reativas valorizam o respeito, a cortesia, a solidariedade, o bem comum, a harmonia coletiva, e a proteção da face. O comportamento é extremamente polido. Se baseiam muito na sabedoria e ensinamentos que são passados através das gerações. A linguagem corporal, às vezes sutil, substitui palavras e grandes discursos. Têm capacidade de reagir com racionalidade diante de muita pressão. Lewis (2006, p.35) destaca que os indivíduos dessa cultura são os melhores ouvintes do mundo e raramente, se é que alguma vez, interrompem um orador enquanto uma fala estiver em curso. Um período relativamente longo de silêncio após o orador finalizar a sua fala será feito para

demonstrar respeito pelas observações do orador, que devem ser consideradas sem pressa e com a devida deferência. Japoneses, chineses e vietnamitas encontram-se no extremo dessa classificação.

Com base nessas três classificações, o autor avaliou o perfil de diversas nacionalidades e as inseriu em um diagrama de forma ordenada e clara. Com essa representação, Lewis conseguiu, de uma forma simples, fazer com que todas as culturas estudadas estivessem evidenciadas de forma relativizada umas às outras culturas. O diagrama (figura 1) de Lewis é apresentado a seguir:

Figura 1: Tipos de cultura: o modelo de Lewis



Fonte: LEWIS, 2006, p.46, *apud* PARANHOS 2011, p.35.

É importante notar que a localização do Brasil à direita do vértice do triângulo referente à classificação multiativa indica uma tendência à cultura reativa. Por consequência, os brasileiros podem ser classificados como multiativos-reativos.

Dessa forma, a polidez, a cordialidade e a proteção a face também fazem parte da natureza híbrida própria da cultura brasileira.

Através dessas reflexões, é possível perceber que as interações culturais têm despertado grande interesse e debates na atualidade. Embora os modelos de classificação de cultura oferecidos por Hall, Hofstede & Hofstede e Lewis tenham sido desenvolvidos com base em generalizações, isto é, a partir da noção de que indivíduos que compartilham de uma mesma cultura partilham dos mesmos padrões de pensamento e compreensão sobre o mundo, estar ciente desses padrões e tendências pode facilitar um melhor entendimento acerca de diferentes culturas.

A partir desses modelos de classificação de cultura, é possível fazer algumas suposições e calcular com alguma precisão como diferentes sociedades irão reagir em determinadas situações. Por consequência, profissionais e pesquisadores das mais diferentes áreas e com os mais distintos objetivos vêm usando esses modelos para apoiar e desenvolver os seus projetos. O estudo das dimensões culturais se mostra relevante para esta pesquisa uma vez que fornece o embasamento necessário para a compreensão do componente cultural dos participantes da rede *Brother Carioca*, objeto de estudo desse trabalho.

2.3.

Reflexões sobre a sociedade digital e a Geração Z

Pesquisadores de diversas áreas, antropólogos, filósofos e sociólogos, como Crary (2014), Han (2019) Sennett (1999 e 2006) e Lipovetsky (2004 e 2007), dentre outros, demonstram claramente suas inquietudes quanto ao momento histórico atual, fortemente influenciado pela globalização, pelos constantes avanços das tecnologias da informação e pelos imperativos contemporâneos – transformações na relação espaço-tempo e nas relações sociais. De fato, foi nas últimas duas décadas, com a popularização dos computadores pessoais e dispositivos móveis conectados à internet – *tablets* e *smartphones* – acompanhada das novas tecnologias de informação, portanto, com o desenvolvimento de *hardware* e *software*, que os avanços tecnológicos tiveram seus maiores impactos na sociedade contemporânea, conforme identificado por Jenkins (2012).

Embora sem esgotar o tema, essa etapa da pesquisa teve por objetivos oferecer reflexões a respeito da relevância das tecnologias digitais na sociedade contemporânea, que se desenvolve centrada num fluxo veloz de produção, informação e exposição, e destacar sua influência na Geração Z². Entretanto, a intenção por trás dessa investigação não foi a de se debruçar sobre os inúmeros benefícios dos avanços tecnológicos contemporâneos. Através de uma abordagem centrada em aspectos sociais e de subjetividade, o principal objetivo consistiu justamente em fazer um contraponto às crenças demasiadamente otimistas e análises que destacam apenas as vantagens desse modelo de sociedade.

Faz-se necessário, contudo, lembrar que a tecnologia sempre acompanhou a evolução da espécie humana em sua interminável busca por dominar a natureza e a vida. Essa estreita relação com a tecnologia, com o progresso tecnológico e com o artificial está presente desde a formação da humanidade e das primeiras sociedades até os dias de hoje. Portanto, o processo atual de adoção massiva das tecnologias digitais, para os mais variados fins, e até uma certa “cyborguização”³ dos seres humanos, nada mais é do que uma continuação desse processo evolutivo da humanidade. Nesse sentido, embora exista uma percepção de que os jovens pertencentes à Geração Z tenham mais facilidade de adaptação a novas tecnologias, isto não os torna diferentes de indivíduos pertencentes a outras gerações no que se refere às implicações dos excessos produzidos pela adoção intensiva das tecnologias digitais. Como se sabe, os jovens da Geração Z cresceram junto com a evolução dessas tecnologias e, como em qualquer geração, desenvolveram suas características socioculturais em concordância com o contexto social, econômico, político e tecnológico de seu período. Portanto, de acordo com o filósofo francês Gilles Lipovetsky⁴ (2004), estes jovens também estão sujeitos a todas as consequências de

² Geração Z: Indivíduos nascidos entre meados dos anos 1990 até o início do ano 2010. Também chamados de “nativos digitais” por não terem presenciado o mundo sem o computador. Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Gera%C3%A7%C3%A3o_Z. Acessado em: 10/12/2020.

³ Alusão a proliferação de dispositivos e tecnologias digitais, sensores, e até memórias externas, que são utilizadas de modo amplo, agindo como próteses contemporâneas, apesar de (ainda) não estarem instaladas de forma intrusiva ao corpo. Sugere a fusão entre corpos e dispositivos.

⁴ Lipovetsky criou o conceito “Hipermodernidade” para delimitar o momento atual, onde o termo “hiper” é utilizado em referência a uma exacerbação dos valores criados na Modernidade. Para mais informações recomenda-se a leitura de “Os tempos hipermodernos”, de Gilles Lipovetsky, 2004.

um modelo de sociedade que se desenvolve centrado numa dinâmica de hiperinformação, hiperconsumo e hiperexposição.

Conforme identificado por Nicholas Negroponte, co-fundador do MIT Media Lab, ainda em 1995, portanto nos primórdios da internet e das tecnologias digitais, o grande diferencial da contemporaneidade é a relação que se estabelece entre o orgânico e o digital. O autor observa que a transformação do mundo dos átomos para o mundo dos bits reorganizou radicalmente a forma como os dados se propagam e fez com que as informações se tornassem elementos centrais. Segundo Negroponte (1995), essa relação alterou substancialmente o modo de viver e trouxe inúmeras implicações que, sem dúvida, devem ser observadas para que a sociedade contemporânea e as novas relações sociais que se estabelecem sejam corretamente estudadas.

As pesquisas do sociólogo Georg Simmel (1973 e 2006) oferecem reflexões que ajudam a compreender a relevância das interações sociais para a sociedade. Ele esclarece que esse *constructo* chamado sociedade é uma abstração que possui diversos agrupamentos e configurações, onde os indivíduos estão constantemente em interação, influenciando e recebendo influências. Segundo o autor (1973), a realidade deve, portanto, ser analisada em termos dessas interações e como tal é extremamente transitória. Dessa forma, a sociedade, não é algo concreto em si mesmo, mas um acontecer que se realiza nas interações sociais.

A sociedade, cuja vida se realiza num fluxo incessante, significa sempre que os indivíduos estão ligados uns aos outros pela influência mútua que exercem entre si e pela determinação recíproca que exercem uns sobre os outros. (SIMMEL, 2006, p.17)

Através dessa observação, pode-se concluir que a sociedade só é possível como resultante das interações entre os indivíduos. É possível perceber, também, que as reflexões de Simmel (2006) sobre a contemporaneidade encontram eco em diversos estudos mais recentes que analisam o processo atual de intensa adoção das tecnologias digitais, que promovem consequências profundas em nossa sociedade. Os pesquisadores Jonathan Crary (2014) e Byung-Chul Han (2019) são contundentes em evidenciar algumas das consequências desses avanços tecnológicos associados à expansão do capitalismo na sociedade. Ambos criticam ferozmente o sistema

capitalista contemporâneo, que objetiva um funcionamento contínuo não apenas da produção, do consumo e das instituições financeiras, mas também dos seres humanos.

Para os autores acima citados, a questão da sobrecarga informacional e da aceleração tecnológica tem inúmeras implicações, sobretudo no que se refere ao tempo. Segundo Crary (2014), a sociedade está vivendo numa lógica 24/7, isto é, 24 horas por dia, 7 dias por semana. O pesquisador identifica uma relação perigosamente lesiva a respeito de indivíduos disponíveis o tempo todo e de forma absoluta, e a questão do sono. Isto é, pessoas funcionando e desempenhando atividades sem que exista uma pausa ou interrupção, como máquinas. Além disso, para Crary esse momento de descanso ou inatividade seria o último refúgio dos seres humanos e, uma vez indesejado pelo capitalismo, torna-se a última fronteira a ser conquistada por ele. Nessa dinâmica, portanto, o sono se torna uma afronta ao capitalismo e incompatível com o sistema produtivo atual. “Dada a dimensão do que está economicamente em jogo, não surpreende que se encontre em curso uma corrosão generalizada do sono” (CRARY, 2014, p.20).

Crary (2014) destaca que menos sono permitiria mais oportunidades para as pessoas desfrutarem a vida e, conseqüentemente, viver a vida “ao máximo”. Entretanto, isso também significa, sem nenhuma dúvida, trabalhar e consumir ao máximo – algo extremamente interessante para o capitalismo.

Mercados atuantes em regime de 24/7 - 24 horas por sete dias na semana - e infraestrutura global para os trabalhos e o consumo contínuos existem há algum tempo, mas agora é o homem que está sendo usado como cobaia para o perfeito funcionamento da engrenagem. (CRARY, 2014, p.13)

De acordo com o autor, a lógica do “*sleep mode*” (CRARY, 2014, p.22) já está em curso. A partir dessa figura de linguagem, muito usada para descrever estados de máquinas e equipamentos, o autor destaca que um número cada vez maior de pessoas vive de forma a nunca estarem totalmente desligadas, e que nunca há efetivamente um estado de repouso. Como se as pessoas estivessem sempre em um estado de alerta e de prontidão, um estado de permanente conexão.

Nesse contexto, estabelecer um limite entre o tempo privado (pessoal) e o tempo dedicado a atividades profissionais se torna um desafio, principalmente para as pessoas que usam com mais intensidade os recursos tecnológicos digitais. Tendo

Crary (2014) como referência, fica evidente que essa fronteira está a cada dia se deteriorando e, sem dúvida, é uma das consequências da sociedade atual, que experimenta uma lógica centrada no desempenho como nenhuma outra jamais foi. O autor destaca ainda que as pessoas já se tornaram reféns da tecnologia e desse sistema 24/7, e alerta como isso é paradoxal, ao se confrontar radicalmente estudos sobre a fadiga e sobre conquistas trabalhistas. No trecho a seguir, fica claro que mais uma vez na história da humanidade o repouso e a saúde dos trabalhadores estão deixando de ser respeitados e não fazem parte das prioridades econômicas.

No século XIX, após os piores abusos no trato dos trabalhadores durante a industrialização europeia, os administradores das fábricas se deram conta de que seria mais lucrativo oferecer aos empregados módicas horas de descanso a fim de torná-los produtores mais eficazes e sustentáveis no longo prazo, como mostrou Anson Rabinbach em seu estudo sobre a ciência da fadiga. Mas nas últimas décadas do século XX e até o presente, com o colapso de formas controladas ou mitigadas de capitalismo nos Estados Unidos e na Europa, desapareceu a necessidade interna de repouso e recuperação enquanto componentes do crescimento econômico e da lucratividade. O tempo para descanso e regeneração dos seres humanos é simplesmente caro demais para ser estruturalmente possível no capitalismo contemporâneo. (CRARY, 2014, p 23-24)

Pode-se entender ainda que é a própria sociedade que valoriza a atividade ininterrupta, a ação, o movimento, o sujeito constantemente interagindo e reagindo, processando. Portanto, não se trata de uma exigência direta do sistema produtivo ou de uma imposição de “administradores de fábrica”, objetivando o lucro acima de qualquer coisa.

O pesquisador e professor de Filosofia e Estudos Culturais, Byung-Chul Han (2019), observa que esse modelo de sociedade impõe um alto custo. Através de suas reflexões, fica nítido o crescente movimento de perda da singularidade dos indivíduos e observa-se que há em curso uma homogeneização da vida humana. Han (2019) sustenta essas ideias através do conceito de “Sociedade da Transparência”, ao afirmar que este modelo social se desenvolve a partir da oposição entre positividade e negatividade.

De acordo com Han (2019), a Sociedade da Transparência é um processo de positivação que torna as coisas transparentes, não deixando espaço para a negatividade. Han destaca que “as ações se tornam transparentes quando se transformam em *operacionais*, quando se subordinam a um processo passível de

cálculo, governo e controle (HAN, 2019, p.10, grifo do autor). Segundo Han, a negatividade é o espaço necessário para que as coisas sejam analisadas, confrontadas, e encontrem seu oposto. A partir da negatividade tem-se o vazio, a obscuridade, o segredo a ser desvendado, e assim surgem possibilidades, aberturas para o conhecer, para o questionar, para refletir e para criar. O espírito humano necessita desse vazio para se construir e reconstruir, para que a criatividade, a imaginação e a espontaneidade possam sobreviver e modificar as coisas. Nas palavras do autor:

A alma humana necessita naturalmente de esferas onde possa estar *junto de si mesma*, sem o olhar do outro. Pertence a ela uma impermeabilidade. Uma total “iluminação” iria carbonizar a alma e provocar nela uma espécie de *burnout psíquico*⁵. (HAN, 2019, p.13, grifos do autor)

O processo de positivação vai, dessa forma, de encontro a esses conceitos. Han (2019) destaca que a Sociedade da Transparência pretende eliminar a complexidade das coisas e dos seres humanos, se concentrando apenas em questões rasas. Através dessas reflexões, pode-se entender que a transparência é uma força homogeneizadora, uma coação, que planeja igualar tudo, tornando a vida superficial. A transparência e a superficialidade não permitem que se exercite uma demora, ou que os indivíduos se permitam um tempo para a reflexão e para a contemplação. Como a singularidade e a individualidade demandam tempo para serem desenvolvidas, entendidas e comunicadas, elas são deixadas de lado. Na visão do autor, isto deixa claro como o tempo é apropriado pelos indivíduos.

Nesse modelo de sociedade, o que se almeja é a operacionalidade e a rapidez. Conforme observado também por Crary (2014) e Lipovetsky (2004), impulsionados pelo capitalismo e pela aceleração desse modelo de sociedade, tudo precisa ser comunicado e compreendido de forma muito rápida. E, como tudo é muito rápido, instantâneo, e superficial, se torna impossível encontrar a verdade, ou as verdades, porque elas têm uma dimensão oculta. Por consequência, estabelece-se uma série de relações tóxicas de curto prazo que coloca em risco o progresso coletivo.

⁵ *Burnout* Psíquico: Sinônimo da Síndrome de Fadiga da Informação. Distúrbio relacionado ao cansaço ocasionado pelo excesso de informação.

A questão da hiperexposição é central para a transparência. Nesse sentido, aquilo que se mostra é mais importante do que aquilo que não se mostra. Han observa que “a economia capitalista submete tudo à coação expositiva” e que “só a encenação expositiva que gera valor” (HAN, 2019, p.32).

Desta forma, as coisas têm que ser expostas para “ser”. O valor só é percebido na sua exposição e esse valor se encerra nisso. A questão central é que os próprios indivíduos se exibem ininterruptamente e estão sempre dispostos a perseguir e observar os outros. Sempre produzindo e consumindo uma nova imagem, uma nova história – que por sua vez são sujeitas a uma substituição instantânea e a uma “corrosão imediata”. Sempre se comparando a outros, procurando seus similares e tentando ser igual.

Crary (2014) e Han (2019) observam que é através dessa exposição e similitude que o sistema 24/7 se auto alimenta, transformando as pessoas – já homogeneizadas – em massas de dados que serão explorados pelo modelo econômico do hiperconsumo. Cada indivíduo se torna apenas uma mercadoria, e refém das tecnologias digitais e do capital. Nas palavras de Han: “a coação expositiva leva à alienação do próprio corpo, coisificado e transformado em objeto expositivo” (HAN, 2019, p.33). A partir da conclusão de que tudo se torna igual e de que a informação é um mero dado e não produz um potencial/possibilidade de reflexão, a excessiva exposição torna as coisas pobres de significado e sentido. No âmbito pessoal, o que passa a importar são as conexões entre sujeitos e não mais as relações. As experiências, antes significativas e capazes de produzirem memórias relevantes e registros históricos, se tornam vazias. Ocorre uma evaporação do conhecimento histórico.

Han (2019) também verifica que essa força homogeneizadora da vida humana e das relações que se estabelecem acaba por não deixar espaços para contra narrativas. “Na sociedade da transparência, toda e qualquer distância se mostra como negatividade, devendo ser eliminada, pois impõe um empecilho ao aceleração do circuito da comunicação e do capital” (HAN, 2019, p.36). Crary (2014) ilustra muito bem as consequências desse excesso de exposição e perda de diversidade e singularidade:

Sem o espaço ou o tempo da privacidade, longe da luz implacável e crua da constante presença de outros no mundo público, não se pode alimentar a singularidade do eu, um eu capaz de fazer uma contribuição substancial para os debates a respeito do bem comum. (CRARY, 2014, p.31)

Nesse contexto, os indivíduos se fecham em bolhas de convívio e se cercam de pessoas que pensam apenas da mesma forma. Trata-se do inferno do igual. Para o sociólogo Michel Maffesoli (2006), a internet favorece a articulação e a formação de existência de microgrupos sociais, criados livremente pelas pessoas de acordo com suas escolhas afetivas, que ele denominou de “neotribos”. O autor examina que, diferentemente de tribos tradicionais, esses arranjos permitem que os indivíduos representem diversos papéis, e numa escala desterritorializada. Tanto numa esfera profissional, quanto em agrupamentos por interesses pessoais. Isso permite que os indivíduos se conectem a grupos diferentes. Grupos que se formam a partir de sentimentos de pertencimento, compartilhando os mesmos estilos de vida, e possuindo a mesma identificação com valores simbólicos.

Entretanto, o autor observa que a valorização do grupo se torna a desconstrução do indivíduo, uma vez que ele passa a não existir de forma isolada ou singular. Nesse sentido, Maffesoli (2006) destaca que o indivíduo deve estar sempre conectado aos demais para de fato existir. Por outro lado, de acordo com Han (2019), esse modelo não oferece espaço para discussões, para tolerar opiniões diferentes, para tolerar a crença ou a religião do outro, para a alteridade. O autor observa que a evolução e o desenvolvimento a partir do diálogo e do confronto de ideias se tornam uma ameaça a essa lógica social de microgrupos. A sociedade passa então a não estimular uma promoção das relações interpessoais e sim buscar apenas por fatos e dados circunstanciais. As relações são substituídas pelas conexões objetivas e operacionais.

É justamente a partir dessa homogeneização de existências, dessa produção e consumo de novidades, dessa padronização de experiências em larga escala, e privação de identidades e singularidades, que se cristaliza a sincronização em massa da consciência e da memória (Crary, 2014). E isso leva a um desaparecimento da participação e criatividade individuais, o que por sua vez tem consequências de enorme extensão para as ciências, para as artes, para a política, para o ambiente de

trabalho e para o desenvolvimento da própria sociedade. Essa ênfase na objetividade do curto prazo inviabiliza laços permanentes e tem reflexos na participação coletiva e política dos indivíduos na sociedade, podendo levar a um dogmatismo, a um totalitarismo, e até ao desenvolvimento de culturas extremistas.

Além de entender que esse modelo de sociedade e de capitalismo vai de encontro a vida humana, ao ritmo humano, através dessas reflexões é possível concluir que, embora pareça que atualmente as pessoas tem mais liberdade para tomar decisões e fazer escolhas, na realidade é o próprio sistema 24/7 que impõe um modo de viver. É ele que está no comando, se apoderando do tempo, da atenção, e das experiências significativas de todos.

Passiva e muitas vezes voluntariamente, colaboramos para a nossa própria vigilância e para a coleta de nossos próprios dados, numa espiral que refina, inevitavelmente, os procedimentos que intervêm sobre o comportamento individual e coletivo. (CRARY, 2014, p.57)

Crary (2014) e Han (2019) consideram que a sociedade da transparência é, também, uma sociedade do controle e da vigilância, e com a extraordinária característica de que isto não é percebido como um ataque à liberdade. Os dois autores ressaltam que quando um indivíduo se expõe na internet e fornece seus dados, ele dá a permissão para que essas informações sejam usadas para os mais variados fins, inclusive comerciais. Nessa dinâmica todos estão em um estado de consentimento com a vigilância mútua e de maneira recíproca. É de forma voluntária que os indivíduos renunciam a suas próprias intimidades e entregam as suas liberdades para este modelo de capitalismo 24/7. Não existe, portanto, uma instituição que controla e estabelece uma vigilância sobre as demais pessoas. Não é algo de natureza unilateral e que acontece a partir de um centro, ou mecanismo de controle de massa. São as próprias pessoas que vigiam e controlam, que querem ser observadas, vigiadas e avaliadas. É a partir da necessidade de pertencimento, de uma lógica de existência coletiva, exposição e consumo, que essa lógica se desenvolve e que em última instância normatiza o *modus operandi* da sociedade contemporânea.

As consequências dessa lógica também podem ser verificadas no ambiente de trabalho. Desde o fim dos anos noventa o sociólogo Richard Sennett vem estudando as consequências desse sistema e destacando os problemas causados pelas incertezas

geradas por esse modelo centrado no imediatismo. Sennett (1999, p.9) identifica que o “Capitalismo Flexível⁶” iria alterar profundamente a estrutura do ambiente produtivo, confundindo o tempo de trabalho e o tempo de não trabalho. Se por um lado essa dinâmica de curto prazo faz com que as pessoas não desenvolvam experiências significativas e por consequência também não construam um percurso linear para as suas vidas profissionais, por outro Sennett (1999) observa que há uma repulsa à rotina burocrática e uma busca por flexibilidade e liberdade. Entretanto, essa tendência também produz novas estruturas de poder e controle, ao invés de apenas criar condições que efetivamente propiciem mais liberdade aos indivíduos.

“Em vez de turnos fixos, que não mudam de mês para mês, o dia de trabalho é um mosaico de pessoas trabalhando em horários diferentes, mais individualizados” (SENNETT, 1999, p.66). O autor destaca que essa estrutura de horários flexíveis é na realidade um falso privilégio e, apesar de aparecer disfarçada de um benefício e de produzir uma relativa sensação de maior liberdade, trata-se em realidade de mais um mecanismo de controle. Como exemplo, Sennett (1999) destaca que temendo perder o controle sobre os empregados, as empresas passaram a desenvolver novos e sofisticados mecanismos de vigilância:

Criou-se um monte de controles para regular os processos de trabalho concreto dos ausentes do escritório. Exige-se que as pessoas telefonem regularmente para o escritório, ou usam-se controles de intranete para monitorar o trabalhador ausente; os e-mails são frequentemente abertos pelos supervisores. Poucas organizações que montam esquemas de flexitempo dizem a seus trabalhadores: “aqui está sua tarefa, faça como quiser contanto que seja feita” [...] Um trabalhador em flexitempo controla o local do trabalho, mas não adquire maior controle sobre o processo de trabalho em si. Vários estudos sugerem que a supervisão do trabalho muitas vezes é na verdade maior para os ausentes do escritório que para os presentes (SENNETT, 1999, p.68)

Sennett (2006) é mais um pesquisador que reforça o entendimento de que esse modelo baseado no curto prazo promove relações sempre pontuais e intermitentes. No ambiente profissional, nota-se que isso produz uma grande indiferença e nega a possibilidade de construção de vínculos de confiança, lealdade e autonomia, que precisam de tempo e estruturas sólidas para serem desenvolvidos. O autor observa

⁶ Além de enfatizar a flexibilidade no mercado de trabalho e produção, essa expressão procura assinalar que essa nova lógica promove um ataque às formas rígidas de burocracia e cobra que “os trabalhadores sejam mais ágeis, abertos a mudanças de curto prazo, assumam riscos continuamente e dependam cada vez menos de leis e procedimentos formais”. (SENNETT, 1999, p.9).

que nessas novas dinâmicas de trabalho, em regime flexível, e muitas vezes organizadas a partir de projetos, fica evidente a desvalorização da perícia e da experiência, o que por consequência leva à extinção da capacitação.

Quanto mais sabemos como fazer alguma coisa bem-feita, mais nos preocupamos com ela. Todavia, as instituições baseadas em relações de curto prazo e tarefas que estão constantemente sendo alteradas não propiciam esse aprofundamento. Na realidade, a organização pode mesmo temê-lo; [...] uma pessoa que mergulha fundo em determinada atividade simplesmente para fazer bem-feito, pode parecer aos outros que está travada, no sentido que está fixada naquela coisa. (SENNETT, 2006, p.100)

Sennett (2006) entende que a perícia, ou seja, a capacidade de fazer algo com maestria, o trabalho qualificado e sofisticado, muitas vezes associado à figura de um artesão, não encontra espaço nesse modelo de capitalismo acelerado, que pretende responder a desafios sempre em mutação. Portanto, percebe-se claramente que as novas maneiras de organizar o tempo, típicas desse modelo 24/7, são desestruturantes e prejudiciais também para o ambiente de trabalho.

Por outro lado, conforme examinado por Lipovetsky (2007), essa lógica também faz explodir o sentimento da decepção. Segundo o autor, “quando a felicidade é prometida a todos e os prazeres são enaltecidos em cada esquina, a vida cotidiana está passando por uma dura prova” (LIPOVETSKY, 2007, p.6). Como já destacado, essa mercantilização quase generalizada do modo de viver esvazia as experiências e reduz os momentos significativos a uma ininterrupta sucessão de momentos que produzem pouco sentido e satisfação. Dessa forma, conclui-se que esse excesso de consumo, em suas mais variadas formas, seja uma compensação, uma maneira de procurar um alívio das frustrações do cotidiano e de preencher o vazio existencial do presente. Entretanto, nessa nova relação com o tempo, onde o consumo é baseado no efêmero e no descartável, os consumidores entram em conflito justamente por causa da amplitude das escolhas que estão disponíveis ao seu redor. Portanto, a frustração se dá não por não se ter um bem ou por não se viver uma determinada experiência, mas pela multiplicidade de escolhas disponíveis. Vive-se com uma eterna angústia de não se estar fazendo tudo o que poderia ser feito, uma eterna busca por algo que nunca se concretiza ou se realiza.

Lipovetsky (2007) também observa que à medida que os indivíduos vão se afastando das instituições tradicionais, da esfera do sagrado, e promovendo um esvaziamento dos mitos, passa a ser de inteira responsabilidade de cada um encontrar o seu sucesso e a sua própria felicidade. E nada está sendo proposto para substituir ou tomar o lugar simbólico da fé, da espiritualidade e de crenças em algo maior, divino e até “transcendental”. Segundo o autor, presenciamos uma espécie de tédio provocado pela repetitiva desconstrução das coisas, e pela constante oferta de produtos e experiências de pouco sentido, conforme esclarece Lipovetsky:

A economia moderna de consumo não expressa miraculosamente a verdade do desejo humano. Ao contrário, ela contribui principalmente para estimular o homem, para desvinculá-lo dos preceitos sociais que se reproduziam de geração em geração, e fazê-lo imergir num estado de agitação permanente. (LIPOVETSKY, 2007, p.31)

Esse desassossego a respeito da tomada de decisão correta frente às diversas alternativas, e a responsabilidade do indivíduo pelas suas próprias decisões, assumindo os riscos inerentes ao processo, fazem do consumo algo interminável e nunca plenamente atendido – uma situação que ultrapassa classes sociais. Conforme observa Lipovetsky (2007), não é difícil verificar que até pouco tempo atrás, as classes sociais desempenhavam papéis relativamente bem definidos na sociedade e almejavam coisas mais realistas e relativamente passíveis de serem atingidas e conquistadas.

Nesse sentido, embora os avanços tecnológicos tenham propiciado uma maior mobilidade social, o que é sem dúvida extremamente positivo, por outro lado, também elevaram os desejos e as aspirações a um nível extremo, tornando-os muito difíceis de serem logrados, promovendo um estado interminável de frustrações.

Vivemos em uma sociedade da superabundância de ofertas e da desestabilização das culturas de classe. São essas condições que criam as condições propícias para uma individualização extrema das preferências de cada um. (LIPOVETSKY, 2007, p.34)

Lipovetsky (2007) verifica ainda que, embora nessa dinâmica social as experiências sejam padronizadas, as identidades precisam ser constantemente consolidadas e confirmadas socialmente. Portanto, essas validações são repetidamente testadas e estão continuamente sujeitas a avaliações negativas. Dessa forma, a possibilidade de não estarem “condizentes” com os valores do grupo de

pertencimento que o indivíduo elegeu para se associar e construir a sua identidade, produz uma interminável espiral de ansiedades e frustrações. É nessa vulnerabilidade, nessa interminável busca por preencher um vazio existencial e nesse exacerbado esforço por reconhecimento, imposto pela sociedade da transparência e por esse modelo 24/7, que os indivíduos atualmente vivem em um eterno estado de desassossego. Tudo parece estar ao alcance, disponível, porém as pessoas nunca estão plenamente satisfeitas. Os indivíduos se tornaram multitarefa, mas apresentam um baixo nível de envolvimento e concentração, e vivem num permanente estado de fragmentação. Trata-se de uma sociedade conectada, porém, individualizada e solitária. Pesquisadores de diversas áreas, pessoas ligadas ao universo das artes, vêm analisando a sociedade contemporânea através de diferentes ângulos. A provocação exposta na tira em quadrinho a seguir (figura 2) evidencia a relevância e o alcance dessa temática:

Figura 2: Alone



Fonte: <http://www.malvados.com.br/tirinha1183.gif>.

Consulta realizada em: 17/09/2019.

Nessa dinâmica de excessos, embora isso não seja algo exatamente novo ou exclusivo da sociedade contemporânea, destacam-se atitudes de indiferença ou *blasé*, identificadas por Simmel (1973) já no início do século XX. De acordo com o autor, diante de uma gama imensurável de estímulos, os indivíduos precisam criar mecanismos psicológicos de defesa para conseguir manter um estado de equilíbrio, tornando-se cada vez mais “objetivos” ou impessoais. O autor infere: “Os habitantes da metrópole perdem a capacidade de reagir a novas sensações com a energia apropriada” (SIMMEL, 1973, p.16). Nota-se, assim, um desinteresse, apatia e tédio em muitos indivíduos, uma vez que há uma descrença quanto à possibilidade de experiências ou sensações extraordinárias ou minimamente gratificantes. Uma

reflexão da pesquisadora Lucia Santaella (2004) acerca do indivíduo *blasé* e da indiferença, complementa a questão:

A identidade do homem moderno se descontrói em uma multiplicidade infinita de imagens e registros, tipos, estilos e perfis urbanos. Na sensorialidade alucinógena que o excesso de estímulos produz, só pode encontrar sua identidade o *flâneur*, aquele que passeia pela cidade com o olhar contemplativo, ondulante e aberto à vertigem da alteridade. (SANTAELLA, 2004, p.26)

Por outro lado, iniciativas que caminham no sentido exatamente contrário a esse modelo de sociedade, embora ainda proporcionalmente pequenas, também não devem ser ignoradas. São propostas que têm como meta melhorar a qualidade de vida através da busca por uma existência mais equilibrada e mais sustentável. Iniciativas que propõem um olhar diferente para o que é efêmero e descartável e para os excessos de estímulos que a tecnologia contemporânea exige. Movimentos que têm como orientação central justamente a redução dos excessos, a diminuição do uso dos aparatos tecnológicos, a valorização das interações pessoais face-a-face, os relacionamentos mais profundos e duradouros e, em muitos casos, um maior e melhor engajamento das pessoas na resolução de problemas do cotidiano de forma compartilhada.

Evidentemente, quaisquer que sejam os esforços para se promover experiências que produzam significados mais relevantes e duradouros, como é a proposta desta pesquisa, as principais características que permeiam o momento histórico e as singularidades do público em questão devem ser observadas. Conforme aponta o pesquisador Gustavo Amarante Bomfim (2014):

As dimensões tempo e espaço contextualizam sujeitos, objetos e as relações entre eles, que são múltiplas e complexas. Estas relações indicam as diversas tendências e transformações morfológicas que caracterizam o meio material; assim a relação objetivo-subjetiva nos oferece indicativos para o entendimento da configuração de objetos de uso a partir do processo de utilização. O Design deve considerar não apenas os aspectos relativos ao uso, mas investigar no ambiente outros fatores que influenciam direta ou indiretamente. (BOMFIM, 2014, p.74)

As tecnologias digitais já se mostraram determinantes para aproximar as pessoas, mas, conforme analisado, os custos associados a esse glamour tecnológico não podem ser ignorados. Nesse cenário complexo, o design pode ser um facilitador para compreender as especificidades desse ambiente particular, e para tornar os

atores/usuários sujeitos ativos nesse processo de construção de experiências significativas. Além de um uso equilibrado da tecnologia, o desafio é conseguir acionar gatilhos que produzam interesse e gerem envolvimento, e ao mesmo tempo propiciem pausas para uma maior reflexão e consciência quanto às experiências.

3. Design na sociedade contemporânea

Em função dos objetivos dessa pesquisa, e considerando a natureza interdisciplinar do Design, uma revisão de literatura foi realizada buscando identificar e destacar características do Design na sociedade contemporânea. Foram privilegiados estudos que observam a vocação do design para melhorar a qualidade de vida das pessoas e facilitar inovações sociais, pesquisas que advogam pela ampliação das fronteiras de atuação do Design através de uma ênfase sócio comportamental e abordagens relacionadas ao campo do Design de Serviço, conforme sugerem Bomfim (1997), Frascara (2009), Cardoso (2008, 2016), Couto (2017), Manzini (2017) e Thackara (2008), dentre outros.

Ao buscar subsídios em Rittel e Webber (1973) e Buchanan (1992), procurou-se tecer uma base de fundamentação teórica necessária para articular a temática desta pesquisa, centrada nas trocas culturais entre estudantes de intercâmbio internacional facilitadas por tecnologias digitais, com o conceito de “situações complexas” (*wicked problems*), e a partir de abordagens do Design de Serviço, tipificar iniciativas que tenham como objetivo facilitar experiências interculturais. Nesse contexto, verificou-se, também, estudos que examinam como as emoções desempenham um papel relevante na interação entre as pessoas e artefatos, produtos e serviços, e determinam a forma como a construção de sentido e de “experiências significativas” ocorre, como observam, por exemplo, Forlizzi *et al.* (2000), Jordan (2000) e Norman (2008, 2010).

3.1. Design, problemas complexos e interdisciplinaridade

A maioria dos trabalhos científicos sobre design que foram pesquisados se inicia pela conceituação do campo, tecendo considerações sobre as diferentes áreas que surgiram a partir da década de 1920, e vão até a indicação de um campo específico no qual a própria pesquisa se insere. Diversos autores abordaram o assunto, entre eles Buchanan (1992), Cardoso (2008), Coelho (2008) e Niemeyer (1998). Nesses estudos pesquisados, fica claro que o design se caracteriza como uma área dinâmica, interdisciplinar, e que uma única definição de design não consegue oferecer a compreensão sobre todo o seu universo, os seus limites, e a

sua identidade. Assim, embora exista um esforço para se formalizar uma definição sobre o que é o design e o seu campo de atuação, também existe um dilema, referente ao fato de que admitir uma única definição resulta inevitavelmente em se excluir algo de relevante. Por consequência, ao longo de sua breve história como disciplina e campo de conhecimento⁷, foram desenvolvidas inúmeras tentativas de se esclarecer o que é Design através de definições abrangentes. Na 29ª assembleia geral da Organização Mundial de Design⁸ (*World Design Organization – WDO*), realizada em 2015 na cidade de Gwangju, Coréia do Sul, o Comitê de Prática Profissional da WDO apresentou uma nova definição para Design:

O Design Industrial é um processo estratégico de solução de problemas que impulsiona a inovação, gera sucesso nos negócios e leva a uma melhor qualidade de vida através de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadores. O Design Industrial preenche a lacuna entre o que é e o que é possível. É uma profissão transdisciplinar que utiliza a criatividade para resolver problemas e co-criar soluções com a intenção de melhorar um produto, sistema, serviço, experiência ou negócio. Na sua essência, o Design Industrial oferece uma maneira mais otimista de olhar para o futuro, reformulando os problemas como oportunidades. Ele une inovação, tecnologia, pesquisa, negócios e clientes para fornecer novo valor e vantagem competitiva nas esferas econômica, social e ambiental. (Fonte: <https://wdo.org/about/definition/>, 2020, tradução nossa)

Observa-se nessa definição uma tentativa de oferecer uma posição atualizada quanto às funções do Design em resposta às demandas da sociedade contemporânea, isto é, uma tentativa de assinalar a competência e a pré-disposição do Design para a resolução de problemas de diferentes complexidades⁹. Trata-se novamente de uma definição bastante abrangente e que procura incorporar diversos aspectos e competências do design, destacando a sua dimensão estratégica em diferentes campos de atuação. Se esta é uma definição que será realmente adotada pela academia, pelo mercado e pelo “conhecimento popular” só o tempo poderá revelar.

É importante que se esclareça que dentre os diversos fatores que colaboram para que o Design prossiga estendendo o seu campo de atuação e as

⁷ De acordo com o designer Rafael Cardoso (2008) “os primeiros ensaios datam da década de 1920, mas pode-se se dizer que a área só começou a atingir a sua maturidade acadêmica nos últimos vinte anos”. (DENIS, 1998, p.318-322, *apud* CARDOSO, 2008, p.18).

⁸ Desde 1º de janeiro de 2017, o Conselho Internacional das Sociedades de Designers Industriais – *International Council of Societies of Industrial Designers (ICSID)* se tornou oficialmente a Organização Mundial de Design – *World Design Organization (WDO)*.

⁹ Complexidade pode ser entendida como uma função do número de elementos que compõem um sistema: quanto maior o número de entidades, mais complexo será o sistema (ASHBY, 1970, *apud* VASSÃO, 2017, p.24)

suas definições continuem sendo atualizadas até hoje, destacam-se: 1) a forma como o campo vem se transformando e se adaptando às necessidades da sociedade ao longo do tempo; 2) as inúmeras definições sobre o termo que acompanham essas diferentes épocas e são elaboradas em função de variados contextos; 3) as relações que se estabelecem entre teoria e práxis; 4) a estreita ligação do campo com as artes, a cultura, a tecnologia; 5) a relação entre raciocínio lógico, raciocínio abstrato, criatividade, cognição e intuição; 6) sua vocação para se ocupar de projetos de toda ordem; 7) a recente popularização do termo.

No entanto, diversas definições concordam que o design opera em duas dimensões, uma abstrata, em referência a atividade de conceber e projetar, e outra concreta, relativa a dar forma a ideias artificiais (CARDOSO, 2008). Neste sentido, a pesquisadora Monica Moura (2003) identifica que as definições sobre design sempre o associam às palavras desenho, desígnio, projeto.

A palavra desenho significa representar com instrumentos apropriados por meio gráfico, representar seres, objetos, ideias, sensações feitas sobre uma superfície, qualquer obra de arte feita por meios gráficos. E designar significa: Dar a conhecer, apontar, nomear, indicar, assinalar, marcar, denominar, escolher, determinar, fixar, classificar, qualificar. Ser o sinal de, o símbolo de algo, ideia de realizar algo, intenção, propósito, vontade. E projeto é definido como a ideia, o desejo ou a intenção de fazer ou realizar algo no futuro, plano, esboço, delineamento, esquema. A palavra projeto diz respeito a plano, intento, desígnio, empreendimento, plano geral. (MOURA, 2003, p.87-88)

Cardoso (2008) observa que “o design é uma consequência de três grandes processos históricos que ocorreram de modo interligado e concomitante, em escala mundial, entre os séculos 19 e 20” (CARDOSO, 2008, p.22). A industrialização, a urbanização moderna e a globalização. Esses processos representaram um grande desafio pelo qual a humanidade passou para integrar elementos diversos em relações dinâmicas, dependentes de uma extensa, complexa e interligada rede de produção, planejamento e projeto. Lucy Niemeyer (1998), por sua vez, identifica que o design tem sido compreendido segundo três tipos distintos de prática e conhecimento:

- . Design como atividade artística: em que é valorizado no profissional o seu compromisso com o artífice, com a fruição do uso;
- . Design como um invento: um planejamento em que o designer tem compromisso prioritário com a produtividade do processo de fabricação e com a atualização tecnológica;
- . Design como coordenação: onde o designer tem a função de integrar os aportes de diferentes especialistas, desde a especificação de matéria-prima, passando pela

produção à utilização e ao destino final do produto. Neste caso a interdisciplinaridade é a tônica”
(NIEMEYER, 1998, p.12-13)

De acordo com a autora, estes conceitos tanto se sucederam como coexistiram ao longo do tempo, confirmando a amplitude do campo de atuação do Design, ao mesmo tempo em que corroboram com a extensão dos limites de atuação da área.

No ensaio *A definição de design*, o Engenheiro William Miller (1998) destaca que a origem imediata da palavra Design está na língua inglesa e, segundo o autor, “a palavra design em inglês é usada tanto como substantivo quanto como verbo. Em sua função de substantivo, design geralmente se refere a algum objeto ou coisa. Como verbo, habitualmente se refere a um processo ou a uma série de atividades” (MILLER, 1988, p.1). A partir do entendimento do design como verbo o autor apresenta neste ensaio uma definição que, embora relativamente simples, além de tentar sintetizar a essência do que é o design, oferece uma interessante provocação intelectual e que oportuniza extrapolações quanto aos seus limites como campo de conhecimento. Em suas palavras: “Design é o processo de pensamento que compreende a criação de alguma coisa” (MILLER, 1988, p.1). Nesta definição fica evidente a ideia de que design é uma atividade de criação fruto de um processo projetual. Portanto, esta concepção esclarece que design é o processo utilizado para criar algo e não o produto. O projeto é a forma como o designer procura resolver os problemas que lhe são propostos, em acordo com as complexidades técnicas, culturais e sociais e diferentes restrições – inclusive éticas – que se fazem presentes para a sua produção. Design é o projeto que resulta em um produto, seja algo material ou um serviço. Dessa forma, compreender a natureza do processo projetual é fundamental para que se entenda como os designers pensam e encaram os obstáculos que surgem durante o processo de resolução de problemas. Maldonado (1993) esclarece que:

Projetar a forma significa coordenar, integrar e articular todos aqueles fatores que, de uma maneira ou de outra, participam no processo constitutivo da forma do produto. E com ele se alude precisamente tanto aos fatores relativos ao uso, fruição e consumo individual ou social do produto (fatores funcionais, simbólicos ou culturais), como aos que se referem a sua produção (fatores técnico-econômicos, técnico-construtivos, técnico-sistêmicos, técnico-produtivos e técnico-distributivos). (MALDONADO, 1993, p.12, *apud* MOURA, 2003, p.117)

No Design, ao contrário do que ocorre em outras disciplinas que trabalham subordinadas por lógicas dedutivas¹⁰ ou indutivas¹¹, o processo projetual é permeado por variáveis de diferentes naturezas, num processo muitas vezes complexo e multifacetado, e que não obedece necessariamente a uma cadeia linear de raciocínio. Portanto, o Design não opera apenas na lógica:

1. Uma necessidade ou um problema é identificado: situação A;
2. Um objetivo final ou uma solução é imaginada e descrita: situação B; então:
3. O processo de Design é a ligação causal pela qual a situação A é transformada na situação B.

Horst Rittel e Melvin M. Webber (1973), pioneiros nos estudos e desenvolvimento sobre uma teoria do design, sugerem em *Dilemmas in a General Theory of Planning* (Dilemas em uma Teoria Geral do Planejamento), um estudo elaborado em 1973 sobre as bases científicas que se propunham a enfrentar problemas de ordem política e social, uma distinção entre os problemas considerados simples e os problemas avaliados como complexos (“*Wicked-Problems – WPs*”)¹².

De acordo com Rittel e Webber (1973, p.160), os problemas considerados simples ou de fácil enunciação são “*tamed problems*” ou “*benign*” (problemas domados ou benignos). Embora existam algumas variações do modelo linear de se abordar um problema, através dos autores é possível identificar as seguintes características básicas relacionadas a essa classe de problemas:

1. As variáveis são conhecidas;
2. As alternativas podem ser avaliadas em certas ou erradas;
3. Os objetivos são claros e a solução é identificada assim que alcançada;
4. Os envolvidos compartilham da mesma opinião;
5. O processo é replicável e pertencente a uma classe de problemas similares, com soluções também semelhantes.

¹⁰ Lógica dedutiva: em que as premissas fornecem fundamentos verdadeiros para a obtenção definitiva de uma conclusão, estabelecendo relações claras entre causa e consequência.

¹¹ Lógica indutiva: as premissas oferecem somente alguma base para a conclusão, mas não informações claras que permitam uma fundamentação conclusiva, que permita identificar conceitos de dedução e raciocínio válidos.

¹² Os autores esclarecem que o termo *wicked* é usado com um significado “semelhante a “maligno” (em contraste com “benigno”) ou “vicioso” (como um círculo) ou “traíçoeiro” (como um *leprechaun*) ou “agressivo” como um leão, em contraste com a docilidade de um cordeiro)” (RITTEL & WEBBER (1973, p.160, tradução nossa).

Considerando que o modelo linear de resolução de problemas “simples” tem condições definidas, a tarefa é identificar essas variáveis com precisão, estabelecer o objetivo a que se quer chegar, para então determinar como será obtida a solução.

Já para os problemas complexos (“*Wicked-Problems* – *WP*”), aqueles que são de difícil enunciação por não possuírem contornos definidos, como por exemplo problemas de ordem política e social, Rittel e Webber (1973) definiram 10 parâmetros que os caracterizam, conforme apresentados na Tabela 1:

Tabela 1: 10 parâmetros dos *Wicked-Problems*

10 parâmetros dos <i>Wicked-Problems</i>	
Parâmetro	Conceito
1. Não existe uma formulação definitiva de um problema complexo.	As variáveis não são precisas. A informação necessária para entender o problema depende da percepção de solução do mesmo. A identificação/compreensão do problema e a solução ocorrem concomitantemente. Para antecipar as questões e informações necessárias para a resolução do problema, é necessário o conhecimento de todas as possíveis soluções.
2. Problemas complexos não têm um ponto de conclusão definido.	O começo e o fim não são claros. A conclusão do problema acontece por razões externas à lógica do problema em si como, por exemplo, restrições orçamentárias, cronograma, e até razões subjetivas.
3. As soluções para os problemas complexos não são do tipo verdadeiras ou falsas, são boas (adequadas) ou más (não adequadas).	O que determina a adequação da solução ao problema também são razões externas à lógica do próprio problema. Portanto, uma solução pode ser considerada mais adequada ou menos adequada e não na compreensão absoluta dos termos verdadeiro ou falso. Deve-se ter em consideração que o objetivo é melhorar uma determinada situação/problema.
4. Não há a possibilidade de testar soluções.	Não existe a possibilidade de se identificar e implementar uma lista exaustiva de soluções. Qualquer tentativa de solução implementada irá gerar consequências futuras positivas ou negativas sobre o problema.
5. Toda solução é uma operação certa porque não existe a oportunidade de aprendizado por tentativa e erro. Todas as tentativas têm consequências significativas.	Cada solução implementada terá consequências “irreversíveis” – e caso se tente corrigi-las ou para que sejam desfeitas novos <i>WP</i> serão desencadeados.
6. <i>WP</i> não tem um conjunto enumerável (ou exaustivamente descritível) de soluções em potencial, tão pouco existe um conjunto bem detalhado de operações admissíveis que possam ser incorporadas ao projeto.	Não existem critérios capazes de provar que todas as soluções de um <i>WP</i> foram identificadas e consideradas. Cabe às pessoas envolvidas no projeto determinar se a quantidade/conjunto de soluções identificadas é suficiente ou não.
7. Todo <i>WP</i> é único	Apesar de diferentes problemas poderem ter inúmeras similaridades, nenhum problema é exatamente igual a outro. Não existem “classes” de problemas que possam ser tratados através de soluções únicas.

8. Todo <i>WP</i> pode ser considerado um sintoma de outro problema.	Problemas podem ser definidos como a discrepância entre como as coisas são e como elas deveriam ser. O processo de resolução de um problema começa pela busca por uma explicação causal para essa discrepância. A solução implementada pode acarretar em novos problemas da qual o problema original é o "sintoma". Este sintoma pode ser considerado um nível mais elevado do problema, ou um desdobramento produzido pela solução apresentada, um novo <i>WP</i> .
9. A existência de uma discrepância representando um <i>WP</i> pode ser explicada de várias maneiras. A escolha da explicação determina a natureza da resolução do problema	Cada estado de discrepância em um problema possui um conjunto de causalidades que devem ser identificadas. Essa identificação irá determinar um conjunto diferente de possíveis soluções e abordagens, com resultados distintos.
10. Os responsáveis pelo projeto não têm o direito de estar errado	As pessoas são afetadas pelas decisões implementadas. Os responsáveis por um projeto devem ser responsabilizados por suas ações.
Fonte: Adaptado de Rittel & Webber (1973), tradução nossa	

Adicionalmente, pode-se concluir que problemas complexos não são resolvidos através de processos lineares, sequenciais e racionalistas; Os participantes podem possuir interesses e/ou valores conflitantes; e que o problema está em constante evolução.

“A formulação de um problema *wicked* é o problema” (RITTEL & WEBBER, 1973, p.161, grifo no original). Por consequência, os *WPs* exigem uma investigação profunda para que as variáveis se tornem mais claras e as relações de causalidade sejam identificadas. A partir disso, o tipo de abordagem e os objetivos podem então ser definidos (e atualizados, sempre que necessário), e as etapas de desenvolvimento do projeto podem ser formuladas (e re-formuladas).

Os autores destacam que para “domar” os *WPs* é necessária a atuação de pessoas de diversas áreas de forma a dialogar e argumentar sobre o problema em busca de soluções adequadas. Nesse processo, além da contribuição de outras disciplinas do conhecimento, a participação do usuário, que fornece suas próprias referências, experiência prática, valores, questões, etc., se faz de extrema relevância. É a partir dessa percepção que os autores formalizam a inclusão do usuário e o estudo das realidades socioculturais no processo projetual.

Para Rittel e Webber (1973) o design deve ser entendimento como uma atividade essencialmente de planejamento. Segundo os autores, apesar de nem todo problema no Design ser um problema complexo, os problemas “de difícil enunciação e de alta complexidade” são centrais para a prática projetual em design. Nesse sentido, deve-se entender que o projeto reflete as decisões dos

designers e seus esforços relacionados ao processo de entendimento do problema/definição de objetivos e de variáveis que se inter-relacionam. Portanto, no processo projetual os designers buscam identificar as redes causais relacionadas ao problema a que se propõem resolver. E, por consequência, analisam os diferentes subsistemas de importância e a complexidade relacionada à formulação de metas, numa configuração adequada a uma circunstância e a uma necessidade específica – muitas vezes através de uma abordagem totalmente inovadora. Diante disso, os autores justificam a centralidade dos WPs a partir da noção de que os problemas de projeto são problemas complexos por definição. Contribuindo com essa discussão, o pesquisador Luis Antonio Coelho (2008) observa que:

Independente de uma questão de materialidade, este movimento em direção à realização de algo pressupõe uma meta ou definição à qual se pretende chegar. A projeção poderia ser compreendida, neste âmbito, como projeção de uma circunstância ideal. Entretanto, este processo de idealização pode se dar através de informações dissociadas e até mesmo antagônicas. Cabe ao design estabelecer a integração destas ao se deparar com os problemas ou questões de um projeto. (COELHO, 2008, p.270)

Neste sentido, o problema, segundo Buchanan (1992), passa a ser conceber e planejar o que ainda não se sabe (e tão pouco existe), e isso ocorre em função da indeterminação inerente a resolução dos problemas complexos. Por consequência, se torna evidente que a indeterminação que caminha junto com certos projetos de design indica que não existe uma condição ou limite definitivo para os problemas que podem ser estudados através de abordagens do design. Buchanan (1992) observa, também, que os problemas de design podem ser indeterminados e *wicked* porque “o design não tem nenhum assunto especial além do que o designer determina. O assunto do design é potencialmente universal em escopo, porque o pensamento do design pode ser aplicado a qualquer área da experiência humana” (BUCHANAN, 1992, p.16, tradução do autor).

A contribuição de Horst Rittel e Melvin M. Webber para o design e para a elaboração de métodos para a resolução de problema complexos é inquestionável. Através de suas ideias foram estabelecidas as bases para estudos que enfatizam tanto o pensamento crítico em design quanto a sua aplicação prática e sistêmica em diversas áreas. É possível verificar as ideias de Rittel e Webber nas bases teóricas de uma série de pesquisadores. Entre eles o já mencionado Richard

Buchanan, Nigel Cross, Jorge Frascara, Ezio Manzini, Victor Papanek, Donald Schön, e John Thackara, em estudos que contribuem para o desenvolvimento da Teoria do Design e que procuram estar compatíveis e atualizados com as demandas da sociedade.

Muitos desses trabalhos resultam em projetos relacionados a melhoria da qualidade de vida e a facilitação de inovações sociais, e suas aplicações podem ser identificadas em projetos relacionados a políticas públicas, nas áreas da educação, saúde, planejamento urbano e populações em situações de vulnerabilidade, para citar alguns; ações que buscam uma valorização de territórios, culturas e identidades; além de questões relacionadas a cadeias produtivas, consumo e sustentabilidade; projetos na área tecnológica, desenvolvimento de tecnologias assistivas e inteligência artificial; entre outros.

Observa-se assim uma ampliação no escopo de atuação dos designers e um alinhamento do exercício da atividade de design ao desenvolvimento de um pensamento coletivo, pautado por consciência social e compromissos éticos, que coloca o ser humano no centro das discussões sobre a prática do design, e não mais o objeto. Assim, conforme ressalta Buchanan (1992), o conceito de *WP* ajuda a explicar como o processo de pensamento no design funciona e ressalta a sua importância como disciplina integradora – que fomenta a interlocução entre distintas disciplinas do conhecimento para a resolução desses problemas.

Compreender toda essa dinâmica nos incentiva a pensar a temática desta pesquisa, centrada nas trocas culturais entre estudantes de intercâmbio internacional facilitadas por tecnologias digitais, sob a lógica dos *wicked problems*, uma vez que a situação se enquadra nos parâmetros identificados nos *WPs*, conforme descrição de Rittel e Webber (1973). Pode-se destacar que este estudo aborda uma temática que: (1) está em constante evolução; (2) não opera dentro de um processo linear; (3) as variáveis não são claras; (4) não pertence a uma classe específica de problemas; (5) não possui um modo único de resolução; (6) as consequências são difíceis de avaliar; (7) qualquer tentativa de implementação de uma solução provocará uma alteração na identificação do próprio problema; (8) pode ser considerado um sintoma de outro problema.

O reconhecimento da natureza *wicked* dessa temática permite a compreensão de que um enfoque teórico-metodológico interdisciplinar deve ser

utilizado em sua abordagem. Entende-se que essa abordagem permitirá uma melhor compreensão das questões que irão se apresentar e suas articulações.

Como se sabe, a interdisciplinaridade, a multidisciplinaridade e a transdisciplinaridade surgem com o objetivo de superar os limites de fragmentação, descontextualização e especialização do conhecimento, próprios de um modelo cartesiano de organização disciplinar do conhecimento. Nota-se que ainda hoje esse modelo determina a estrutura de organização do sistema educacional e vem sustentando o modo de pensar dos seres humanos desde o século XVII.

Considerando que nenhuma forma de conhecimento é em si mesma exaustiva, de forma sintética, a interdisciplinaridade pode ser entendida por:

Aquilo que estabelece relações entre várias ciências ou disciplinas, entendidas aqui como ramos específicos de conhecimento dotados de normas, objetos e teorias próprios. Na academia, o termo é aplicado para referir-se a assuntos que cruzam campos de saber, sobretudo relacionados a diferentes áreas de conhecimento. (COELHO, 2008, p.206)

Entretanto, a interdisciplinaridade deve ser entendida, também, como uma atitude que busca o estabelecimento de elos, parcerias e trabalhos conjuntos, numa relação positiva de envolvimento e comprometimento com projetos e pessoas, conforme observa a pesquisadora Rita Couto (2014). A interdisciplinaridade, portanto, deve ser compreendida como um processo de construção do saber que busca compreender o mundo complexo e interdependente em que vivemos. Corroborando com essa percepção, Couto (2014) conclui que a interdisciplinaridade é um fator de mudança social:

A interdisciplinaridade pressupõe novos questionamentos, novas buscas, transformação da própria realidade. Implica uma mudança de atitude, que possibilita o conhecimento, por parte do indivíduo, dos limites de seu saber para poder acolher as contribuições de outras disciplinas. (COUTO, 2014, p.92)

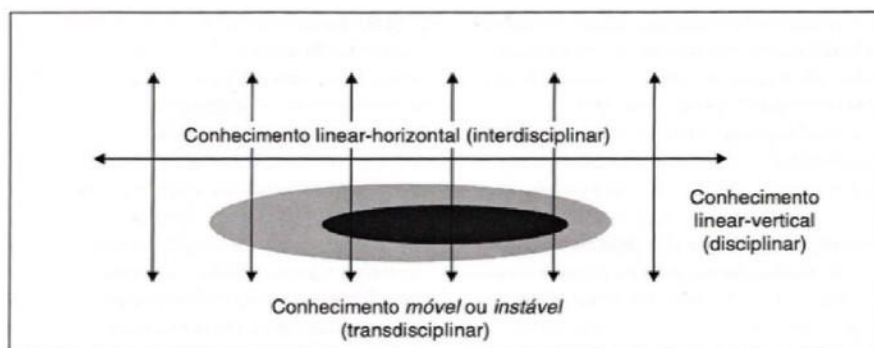
A partir dessas considerações, percebe-se que para que a interdisciplinaridade de fato aconteça é necessária uma postura intencional que promova a integração efetiva entre os conteúdos, métodos, teorias e conhecimentos de distintas áreas. Nesse sentido, é possível observar nas últimas décadas uma valorização dos procedimentos que procuram integrar diferentes saberes, através de grupos de trabalho interdisciplinares e não hierarquizados, para a resolução de problemas de toda ordem e escala. Vale ressaltar que as tecnologias

digitais desempenham um papel fundamental na facilitação da organização de processos colaborativos virtuais.

Nas reflexões articuladas até o momento, verificou-se, de forma explícita ou implícita, que o Design, ao se debruçar sobre informações de diferentes naturezas, e articular teoria e prática, é uma área de conhecimento de natureza essencialmente interdisciplinar. Entretanto, Bomfim (1997) identifica que os conhecimentos necessários à prática do design pertencem hoje a áreas do saber que permanecem isoladas, e fazem parte tanto das ciências exatas, como das ciências sociais e das ciências biológicas. Portanto, pode-se concluir que o Design como atividade que aplica e produz saberes, sofre diretamente com as consequências dessa fragmentação do conhecimento.

Considerando toda essa dinâmica, Bomfim (1997) esclarece que o saber no Design deve ser entendido como transdisciplinar e móvel (ou instável), porque precisa combinar conhecimentos pertencentes a diversas áreas, e que esses conhecimentos mudam de acordo com as especificidades de cada projeto, como pode ser visto no quadro 2.

Quadro 2: Teoria transdisciplinar do design



Fonte: BOMFIM (1997, p.47).

No design, ao se analisar a prática de projeto, pode-se perceber com clareza essa questão. No projeto o designer promove o encontro, a integração e a complementação de conhecimentos de diferentes áreas e, com frequência, envolve a participação de pessoas com diferentes formações. Colaborando com o entendimento do termo transdisciplinar, Santos (2005) esclarece que:

A transdisciplinaridade é uma nova abordagem científica e cultural, uma nova forma de ver e entender a natureza, a vida e a humanidade. Ela busca a unidade do conhecimento para encontrar um sentido para a existência do Universo, da vida e da espécie humana. Se a Ciência Moderna significou uma mudança radical

no MODO DE PENSAR dos homens medievais, a transdisciplinaridade, hoje, sugere a superação da mentalidade fragmentária, incentivando conexões e criando uma visão contextualizada do conhecimento, da vida e do mundo. (...) A transdisciplinaridade transgride as fronteiras epistemológicas de cada ciência disciplinar e constrói um novo conhecimento “através” das ciências, um conhecimento integrado em função da humanidade, resgatando as relações de interdependência, pois a vida se constitui nas relações mantidas pelo indivíduo com o meio ambiente. (SANTOS, 2005, *apud* BONELLI, 2016, p.44)

Embora a complexidade do projeto em design dependa, de uma forma geral, da identificação do problema, do tipo de abordagem e do público a que se destina, nota-se que o designer se debruça, cada vez com mais frequência, sobre problemas complexos e não estruturados. Ao configurar soluções para os problemas que a sociedade (complexa) apresenta, o caráter transdisciplinar do design se revela através de sua capacidade de propor novas formas de olhar, provocar novas reflexões, significados e conectar pessoas. Nas palavras de Thackara: “Uma tarefa central do design é conectar pessoas, recursos e locais uns aos outros em novas combinações e em tempo real”. (THACKARA, 2008, p.116-117). Nesse contexto, Coelho (2008) esclarece que:

O projeto em design – em nosso entendimento mais restrito do termo – difere do projeto em outras disciplinas projetuais, por nele haver um procedimento e uma postura transdisciplinar que implica apropriação compreensiva do problema a ser enfrentado. O projeto em design se configura como o processo de elaboração do conjunto de documentos necessários a execução de qualquer objeto, seja este de qualquer dimensão ou característica, tendo sido desenvolvido a partir da construção do problema em multiplicadas derivações, por exemplo: quanto a seu significado, quanto a aspectos de produção, quanto a múltiplos aspectos de uso e funcionamento, quanto ao impacto no meio ambiente, quanto às ferramentas projetivas, entre outras, inclusive os aspectos subjetivos de quem projeta. (COELHO, 2008, p.272)

Na sociedade contemporânea, mediada pelas tecnologias digitais, as interações sociais e os encontros culturais acontecem em larga escala. Conclui-se que o Design, como campo de conhecimento, responde aos desafios impostos por essa dinâmica valendo-se de seu modo particular de pensar e de suas habilidades de integrar conhecimentos e equipes, na criação e desenvolvimento de projetos e produtos.

3.2. Dimensões culturais no Design

A partir do entendimento de que todo objeto é um signo cultural e como tal faz parte de um contexto e de um determinado momento histórico, nessa etapa de pesquisa são observadas questões referentes aos aspectos culturais que, inevitavelmente, permeiam todo o processo de configuração de objetos, artefatos, comportamentos e experiências. No que se refere à construção do sentido, a cultura, como resultado de um processo dinâmico como foi evidenciado anteriormente, não pode ser dissociada da forma como os seres humanos compartilham significados, dão sentido às coisas e desenvolvem suas identidades coletivas e individuais. Segundo Laraia (2006), “cada cultura ordenou a seu modo o mundo que a circunscreve e esta ordenação dá sentido cultural à aparente confusão das coisas” (LARAIA, 2006, p.92). Complementando essa ideia, Hall (1989) conclui que, “uma das funções da cultura é fornecer uma tela altamente seletiva entre o homem e o mundo exterior. Em suas muitas formas, a cultura designa, portanto, em que prestamos atenção e o que ignoramos” (HALL, 1989, p.85, tradução nossa).

O designer Rafael Cardoso (2016), por sua vez, esclarece que “significado, em última instância, reside unicamente na percepção dos usuários (sendo quem faz, o autor ou o criador, considerado usuário também). Sem um sujeito capaz de atribuir significado, o objeto não quer dizer nada; ele apenas é.” (CARDOSO, 2016, p.62).

Cardoso (2016) observa que os fatores condicionantes do significado de um artefato podem ser divididos, embora de forma arbitrária e artificial, em: (1) uso; (2) entorno; (3) duração; (4) ponto de vista; (5) discurso; e (6) experiência. O autor (2016) destaca que esses fatores incidem uns sobre os outros, operando de forma interdependente e de modo complexo, e que sua compreensão “deriva da relação entre usuários e artefatos, numa troca de informações e atribuições que se processa de modo contínuo” (CARDOSO, 2016, p.62). Esses fatores podem ser compreendidos da seguinte forma:

- 1) Uso: relacionado a função, funcionamento, operacionalidade. Isto é, refere-se ao papel que o artefato desempenha socialmente. Cardoso (2016) alerta que empregar o termo “uso” é mais adequado do que utilizar o termo “função”, uma vez que o termo “uso” pressupõe que um artefato frequentemente desempenha mais de uma função;

- 2) Entorno: referente ao contexto material em que está inserido o artefato.
- 3) Duração: ciclo de vida de um objeto.
- 4) Ponto de vista: relacionado ao ângulo e a distância em que o observador se posta para olhar um objeto. O ponto de vista de quem está sobre uma ponte difere do ponto de vista de quem está sob uma ponte, por exemplo.
- 5) Discurso: “refere-se ao modo como o ponto de vista de cada um encontra sua tradução para outros” (CARDOSO, 2016, p.68). As linguagens (verbais, visuais, etc.) são utilizadas para representar o significado do artefato. Essas linguagens agregam sentido e afetam a compreensão do artefato por outras pessoas. Por consequência, é formado um repertório discursivo que cerca e acompanha socialmente o objeto.
- 6) Experiência: relacionado a experiência íntima e pessoal que cada pessoa tem com o artefato. É condicionada por experiências anteriores com o mesmo objeto ou com objetos pertencentes a uma mesma categoria de objetos. Portanto, esta intimamente associado a memória. A experiência é um dos fatores mais relevantes para a construção do significado.

Considerando a passagem do tempo, convém destacar que o significado que é associado a um objeto é passível de mudanças. É natural que com o passar do tempo os pontos de vista das pessoas mudem, a sociedade e o entorno se transformem. Assim, nenhum objeto ou artefato possui significado estável e imutável.

Nesse sentido, torna-se evidente que, através da configuração de objetos de uso e de sistemas de informação, o design participa da composição do universo simbólico e material. Percebe-se ainda que a atividade do Design, exercida de forma especializada ou difusa¹³, vem assumindo um papel extremamente relevante no desenvolvimento da cultura material¹⁴ e imaterial¹⁵ para a sociedade ao longo do tempo, integrando conhecimentos e métodos de diversos campos do saber para criar, reproduzir e transformar artefatos e sistemas. Complementando a questão, Moura (2003) observa que o design se confunde e ao mesmo tempo deve

¹³ De forma sintética, o designer e pesquisador Ezio Manzini (2017, p.51-55) sugere o termo design especializado para a prática do design exercida por profissionais/especialistas em design e o termo design difuso para a prática do design exercida por indivíduos não profissionais/especialistas em design.

¹⁴ Cultura material: conjunto de artefatos produzidos e utilizados pelas culturas humanas. Elementos palpáveis e concretos. É dividida em bens móveis (“transportáveis”) e imóveis (estruturas fixas). Objetos artísticos, por exemplo, são bens móveis. Edificações são bens imóveis.

¹⁵ Cultura imaterial: são os elementos intangíveis de uma cultura. Aspectos abstratos como, por exemplo, elementos espirituais, tradições, comportamentos, saberes, técnicas, crenças, práticas e experiências, pertencem a essa categoria.

ser compreendido como cultura porque “desenvolve um universo artificial e simbólico para a sociedade na qual se insere” (MOURA, 2003, p.97).

Corroborando com a autora, a pesquisadora Maristela M. Ono (2004) destaca que:

A compreensão das funções que os objetos assumem na vida das pessoas, dentro dos contextos socioculturais nos quais se inserem, revela-se como um dos fatores fundamentais para a definição do papel do designer, no processo de desenvolvimento de conceitos e suportes materiais que traduzam as necessidades e os aspectos de diversidade cultural dos indivíduos e sociedades. (ONO, 2004, p.61)

Se por um lado o design se apresenta como um produto da cultura, interpretando e refletindo aspectos culturais, históricos e econômicos de um determinado grupo social, por outro lado, através da introdução de novos artefatos e sistemas, o design também antecipa e anuncia novos signos e aspectos culturais, promovendo, assim, profundas mudanças na sociedade, influenciando a construção de valores e reinventando o cotidiano. Conforme identifica Moura (2003):

O design como espelho da cultura se apresenta por sua capacidade de representar e interpretar a sociedade, o momento, as mudanças e transformações de uma sociedade, além de representar pode anunciar mudanças e inovações, auxiliar na mudança de comportamentos, orientar e informar uma infinidade de aspectos de uma sociedade, bem como denunciar problemáticas sociais. (MOURA, 2003, p.100)

A seguir, são examinados alguns exemplos que sugerem a relevância das dimensões culturais para a prática do Design e que evidenciam que no processo de concepção e elaboração de um projeto o designer expressa referências, valores e identidade do contexto, fazendo dessa forma o projeto tanto um produto da cultura, quanto anunciador de novas tendências. Partindo do entendimento que ao falarmos de imagens (ou textos) estamos falando de cultura e considerando a preponderância que os conteúdos visuais e a busca por viver experiências mais significativas representam para a sociedade contemporânea, em especial para os integrantes da Geração Z, trazemos a seguir exemplos que ilustram algumas dessas questões.

. Brasil em Cartaz/Le Brésil à l’Affiche – Rico Lins (2005):

A partir de Cardoso (2016), observa-se que a exposição de cartazes brasileiros “Brasil em Cartaz/Le Brésil à l’Affiche” realizada na cidade de

Chaumont, na França, em 2005, teve a curadoria do designer brasileiro Rico Lins. Cardoso (2016) destaca que para divulgar a exposição Lins criou um cartaz que remetia a cartazes do tipo lambe-lambe¹⁶. Presentes em inúmeros países e esferas sociais, esse tipo de cartaz é economicamente barato e descartável, e sobrevive à margem do sistema produtivo, da indústria gráfica, do design, e de qualquer norma estética. Dessa forma, inseridos em seu próprio universo cultural, esses cartazes desafiam qualquer legislação urbana e avanço tecnológico.

O enunciado utilizado no cartaz de Rico Lins era “Seja marginal, seja herói”, com referência (e tributo) à obra “Bandeira-Poema”¹⁷, de 1968, de Hélio Oiticica, um dos grandes nomes da arte brasileira. O trabalho de Rico Lins “Seja marginal, seja herói” e a obra “Bandeira-Poema”, de Hélio Oiticica podem ser examinados nas figuras 3 e 4:

Figura 3: Seja marginal, seja herói.
Rico Lins (2005)

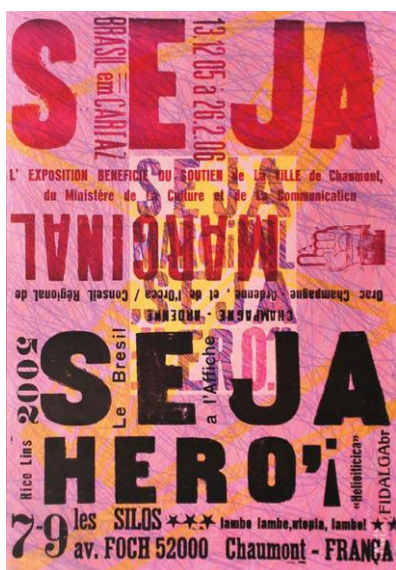


Figura 4: Bandeira-Poema.
Hélio Oiticica (1968)



Disponível em: <https://designculture.com.br/o-cartaz-tipografico-um-heroico-marginal/>
Acesso em: 07/03/2020.

Fonte: Reprodução fotográfica Andreas Valentim. Disponível em:
<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra2638/bandeira-poema>. Acesso em: 07/03/2020.

¹⁶ Presente até os dias de hoje, a arte de colar cartazes na rua conhecida como lambe-lambe surgiu no final do século 19. A partir da indústria de impressão em massa (imprensa), essa mídia possibilitou a disseminação da informação pela cidade através da colagem de pôsteres e cartazes com conteúdos variados – propagandas, eventos, política, etc.

¹⁷ A bandeira “Seja marginal, seja herói” foi exposta pela primeira vez em 1968, durante o regime militar, na praça General Osório, no bairro de Ipanema, Rio de Janeiro. Elaborada a partir de uma crítica sobre a realidade social, cultural e política da época, a obra revela o espírito transgressor e reacionário de Hélio Oiticica, e expõe o seu posicionamento sobre a noção de marginalidade. Mais informações sobre a obra e o autor estão disponíveis em: <https://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa48/helio-oiticica>

O cartaz cumpre a sua função ao informar e convidar as pessoas para a exposição, despertando assim uma curiosidade, um querer descobrir mais sobre o evento. Prestando atenção às cores, percebe-se a predominância de um tom forte de rosa, que deixa o cartaz bastante chamativo ao receber as fontes – em tamanhos variados – nas cores vermelho e preto. A opção pelas cores e a composição dos elementos nessa peça são bastante interessantes e funcionam muito bem por trazerem uma dramaticidade à imagem, embora a opção pelas cores esteja sujeita a interpretações, de acordo com a bagagem cultural de cada pessoa. Examinado a diagramação, nota-se a inteligência gráfica e o esforço de composição geométrica (grid) empregados pelo artista. Examinando a peça de Rico Lins, Cardoso (2016) destaca que:

A palavra “marginal” está de cabeça para baixo, reforçando a noção de imperfeição e pressa, do malfeito e do tosco. O uso de símbolos convencionais com o desenho de uma mão apontando o dedo, simulando clichês tipográficos, aprofunda o senso de antigo e rústico. No entanto, a peça nada tem de retrô ou de vernacular. Antes, é uma sofisticadíssima reflexão sobre a identidade cultural do design brasileiro. (CARDOSO, 2016, p.96)

Cabe ressaltar que os termos “marginal” e “herói”, possuem grafias semelhantes no idioma Alemão, Espanhol, Francês, Inglês e Italiano, o que destaca a sensibilidade do artista na escolha dessa expressão, facilitando a compreensão da mensagem. A tradução da expressão para esses idiomas pode ser conferida na tabela 2.

Tabela 2: Seja marginal, seja herói - traduções

Alemão	Sei marginal, sei held
Espanhol	Ser marginal, ser héroe
Francês	Être marginal, être héros
Inglês	Be marginal, be hero
Italiano	Sii marginale, sii eroe

Fonte: autores

Assim, compreendendo a língua portuguesa ou não, ao sobrepor linguagens, momentos tecnológicos, a questão da marginalidade e do heroísmo/resistência presentes nesse formato de produção tipográfica, Rico Lins oferece uma peça complexa, repleta de referências culturais, e interessante esteticamente. Pode-se dizer, também, que mesmo se tratando de um cartaz que se refere a um evento com uma data definida, a mensagem e a arte são atemporais.

. O Rio é um refém carregando um litrão de cerva – Airá O Crespo (2019)

O Rio de Janeiro não é para principiantes, já dizia o grande mestre Antônio Carlos Jobim. Em dezembro de 2019, uma cena inusitada chamou a atenção após um sequestro na região boêmia da Lapa, na cidade do Rio de Janeiro. Um homem, que foi feito de refém, saiu do local do sequestro acompanhado de policiais do BOPE - Batalhão de Operações Especiais da polícia militar do Rio de Janeiro, caminhando tranquilamente pela calçada, de bermuda e chinelos, com uma garrafa de cerveja na mão e até sorrindo. A cena foi transmitida na TV aberta por um dos maiores conglomerados de mídia do país e viralizou¹⁸, ganhando seus instantes de atenção em algumas mídias sociais.

Quase uma semana depois do sequestro, e após se transformar em um meme¹⁹ na internet, a cena da liberação do indivíduo com a garrafa na mão foi adaptada e transformada em um grafite²⁰, desenvolvido também na região da Lapa, pelo artista plástico e produtor cultural Airá O Crespo.

O trabalho do artista e a imagem transmitida na televisão podem ser verificados nas figuras 5 e 6. Nota-se que nesta adaptação (grafite), o artista acrescentou à imagem do indivíduo sequestrado uma camisa do time de futebol Clube de Regatas do Flamengo e inseriu na cena a frase: "O Rio é um refém carregando um litrão de cerva".

¹⁸ Viralizar: Tornar viral; fazer com que algo seja compartilhado por um grande número de pessoas: a agência viralizou o vídeo; o vídeo da briga viralizou; aquela situação vergonhosa se viralizava pela internet. Fonte: <https://www.dicio.com.br/viralizar/>. Acesso em: 08/07/2020.

¹⁹ Meme: O termo pode ser entendido nos dias atuais como uma imagem, vídeo, frase, expressão, parte de um texto etc., copiada e compartilhada rapidamente e através da Internet, por um grande número de pessoas, geralmente com um teor satírico e humorístico, frequentemente usado com o objetivo de debochar de uma situação ou pessoa. Fonte: <https://www.dicio.com.br/meme/>. Acesso em: 08/07/2020.

²⁰ Existem diversos blogs, sites e documentários sobre Grafite e arte de rua disponíveis na internet. Os trabalhos de alguns artistas, ícones dessa forma de expressão, como, Jean-Michel Basquiat, Keith Haring e os brasileiros, Eduardo Kobra e a dupla Os Gemeos (Gustavo e Otávio Pandolfo) são excelentes referências. O weblink <https://designculture.com.br/a-diferenca-entre-street-art-e-graffiti> oferece uma boa introdução sobre o tema.

Figura 5: O Rio é um refém carregando um litrão de cerva. Airá O Crespo (2019)



Fonte: Airá O Crespo

Disponível em:

<https://www.instagram.com/p/B5qFvCFpVt6/>

Acesso em: 07/03/2020

Figura 6: Refém sai de sequestro com cerveja (2019)



Fonte: Reprodução: TV Globo

Disponível em:

<https://hugogloss.uol.com.br/>

Acesso em: 07/03/2020

O grafite sempre foi visto como uma forma de expressão e comunicação visual carregada de referências e significados. Entretanto, o grafite esteve por muito tempo associado apenas a marginalidade e a um ato transgressor. Antes considerado um ato de vandalismo, hoje o grafite é reconhecido como arte e admirado (ou ao menos aceito) em todo mundo por ressignificar e valorizar a paisagem urbana e transformar a cidade em verdadeiros museus a céu aberto, à disposição de qualquer um que o observe.

Nessa obra pode-se observar a essência do grafite. Além da extrema perspicácia do artista em aproveitar o momento para o desenvolvimento desse trabalho, trata-se de uma imagem carregada de referências e valores, que oferece a oportunidade de uma reflexão sobre a vida em uma metrópole e seus problemas sociais de uma forma transgressora e irônica.

Assim como a cena da liberação do indivíduo que, após ter sido transmitida na TV, se transformou em um meme e viralizou na internet, o grafite desenvolvido pelo artista Airá O Crespo também ganhou repercussão em alguns jornais e redes sociais, fazendo com que a história fosse mais uma vez lembrada e extrapolasse, novamente, diferentes mídias.

Portanto, considerando o contexto contemporâneo e as tecnologias digitais, esse exemplo se torna relevante para essa pesquisa porque: (1) destaca como uma situação, uma história, é contada e recontada através de diferentes mídias; (2) mostra como as pessoas interpretaram o evento, a partir dos seus próprios pontos de vista e experiência, para então desenvolverem seus próprios discursos, enquadramentos e adaptações para através de uma linguagem visual recontarem essa mesma história; (3) sugere diferentes técnicas e ferramentas para a construção dessas imagens; (4) ao ser contada em diferentes mídias, a história consegue atrair diferentes públicos, que se apropriam da história de acordo com suas referências e valores, em distintos contextos espaço-temporais e que, possivelmente, irão replicá-la; (5) evidencia o quanto é complexa a construção da memória sobre um evento na sociedade contemporânea.

. “Diga-me o que replicas e te direi quem és”

Conforme foi visto anteriormente, a internet fomenta uma cultura participativa, onde os usuários se alternam entre produtores e consumidores de conteúdo. Nesse contexto, um meme é um projeto de expressar um conteúdo ou uma informação de forma viral, frequentemente através do humor. A título de definição o meme pode ser entendido como um fenômeno cultural e prática comunicacional que se estabelece como uma forma de comunicação visual, baseada na recriação de cenas, eventos e histórias, na forma de imagens, textos e vídeos, que podem ser combinados em infinitas montagens. A internet é utilizada como meio de comunicação primordial para espalhar (e viralizar) os memes em diversos artefatos multimodais (suportes eletrônicos) e, principalmente, através das redes sociais digitais. Os pesquisadores Rodrigo Moon e Dorival Rossi (2020) destacam que:

A codificação de um meme é completamente diferente de um texto ou de uma imagem. Ao mesmo tempo que a mensagem é clara, a tensão surge exatamente do discurso do texto com a magia da imagem, a linearidade do texto apenas tangencia a circularidade da imagem, de tal forma que abrimos a superfície para um número quase infinito de interpretações; ao mesmo tempo, abrimos caminho para a criação quase irrestrita de novos programas tecno-imagéticos, guiando a interpretação, constituindo muito mais do que simplesmente uma representação. (DE BARROS MOON e CAMPOS ROSSI, 2020, p. 471)

Observa-se que o meme é um fenômeno mundial, onde cada grupo social encontra um modo específico de se comunicar, retratando a sua cultura, sua

política, o seu cotidiano e sua realidade social. Nesse sentido, Stuart Hall (2006) observa que a representação social é determinante para a constituição das identidades, que são formadas e transformadas continuamente no cotidiano e nas relações sociais. A partir deste pesquisador também é possível entender que o indivíduo incorpora diferentes papéis sociais de acordo com as situações que se apresentam. Segundo Hall (2006):

À medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2006, p.13)

Dessa forma, pode-se concluir que a análise discursiva dos memes revela traços da identidade e da personalidade das pessoas que os criam e os replicam. Elaborar ou compartilhar memes sobre um determinado assunto com muita frequência, por exemplo, pode denotar que a pessoa gosta ou se dedica em excesso a alguma coisa. Nesse contexto, faz-se necessário examinar em quais grupos de pertencimento e em quais contextos as mensagens são propagadas. Compartilhar memes sobre futebol em meio a uma situação de calamidade pública, como por exemplo uma enchente, demonstra uma certa alienação ou desejo de se afastar da realidade. O mesmo ocorre quando uma pessoa toma um direcionamento político agudo e passa a replicar memes relacionados apenas ao que convém a sua orientação política, seja ele de direita, esquerda, ambientalista, etc.

Embora ao compartilhar um meme a pessoa se exponha e revele traços de sua identidade, nota-se que a falta de autoria que acompanha a grande maioria dos memes é uma explicação para o seu sucesso, uma vez que o anonimato protege a face de seu criador. Assim, compreender as referências e significados presentes em um meme é também uma forma de se estudar a cultura e os valores de um grupo. Conclui-se, ainda, que a identidade pode ser entendida como um construto social amplamente influenciado pela linguagem em suas diversas formas.

As figuras 7, 8 e 9 evidenciam alguns aspectos relacionados a dinâmica dos memes:

Figura 7: Hoje tem gol do Gabigol



Fonte:

<https://netfla.com.br/noticias/ser-a-que-tem-torcida-do-flamengo-faz-memes-com-a-frase-hoje-tem-gol-do-gabigol/>

Acesso: 11/03/2020

Figura 8: Michel Temer solto



Fonte:

<https://extra.globo.com/noticias/brasil/prisao-de-temer-gera-enxurrada-de-memes-no-twitter-23540034.html>

Acesso: 11/03/2020

Figura 9: Cachorro fofinho



Fonte:

<https://memes2020.com.br/memes-facebook-2020/>

Acesso: 11/03/2020

O meme apresentado na figura 7 evidencia a alta popularidade do jogador Gabriel Barbosa, conhecido como Gabigol. Em 2019 o atacante do Clube de Regatas do Flamengo se tornou “sinônimo de gol” ao ter se tornado o maior artilheiro dos pontos corridos do Campeonato Brasileiro, com 25 gols marcados. Em dias de jogos do time do Flamengo, inúmeros memes com o enunciado “hoje tem gol do Gabigol” circulam pelas redes sociais. A figura 8 ilustra os memes relacionados com questões políticas – e que se tornaram bastante frequentes. Nesse exemplo, percebe-se um deboche quanto à prisão do ex-presidente Michel Temer, que ocorreu em 2019. Sua prisão gerou uma enorme repercussão em todo Brasil, oportunizando a criação de memes que se propunham a satirizar a situação política e o sistema de justiça do país. O ministro do Supremo Tribunal Federal Gilmar Mendes também foi incluído em muitos desses memes, por já ter concedido habeas corpus a diversos políticos. A figura 9 exemplifica os memes “engraçadinhos” e “fofinhos” que circulam em larga escala nas redes sociais.

Encontrar temáticas que sejam capazes de transpor diferentes grupos culturais e que consigam extrapolar qualquer restrição em termos de espaço geográfico e até temporal, apresentam-se como um desafio a ser ultrapassado. Nesse sentido, um dos maiores nomes do rock mundial, o cantor Mick Jagger, se tornou o argumento central para o desenvolvimento de memes que conseguem

ultrapassar essas barreiras ao relacionar a sua imagem a má sorte²¹ que ele traz para os times de futebol que ele apoia. As figuras 10 e 11, retiradas de *websites* do Brasil e dos EUA, respectivamente, e a figura 12, retirada da rede social digital Twitter, ilustram esse exemplo.

Figura 10: Mick Jagger -
Asociación del Fútbol
Argentino



Fonte:

<https://www.lance.com.br/humor-esportivo/jagger-completa-anos-com-fama-atual-frio-veja-montagens.html>

Acesso em: 11/03/2020

Figura 11: Mick Jagger -
Brasil x Alemanha, Copa do
mundo Fifa de futebol 2014



Fonte:

<https://time.com/2968373/world-cup-brazil-mick-jagger-football-soccer/>

Acesso em: 11/03/2020

Figura 12: Mick Jagger -
Liverpool Football Club



Fonte:

<https://twitter.com/jantadaflatt/status/1208191686867931136>

Acesso em: 11/03/2020

Nota-se que o humor dita a tônica dessa forma de comunicação visual e sua elaboração, embora possa parecer simples, mostra-se, complexa, como todas as culturas e todo processo que permeia o fazer humor e gerar empatia. Ao mesmo tempo, apresenta-se de forma relativamente simples, considerando-se que, com os avanços das tecnologias digitais, nunca foi tão acessível criar (ou se apropriar de) uma imagem, desenvolver uma arte, atribuir-lhe uma diagramação, e fazê-la chegar a um grande número de pessoas. Nessa dinâmica, ao criar um meme, todos se tornam artistas, todos se tornam designers.

²¹ Na Copa do Mundo de 2010, disputada na África do Sul, a presença de Mick Jagger foi notada em diversas partidas - sempre na torcida do lado perdedor. A partir disso o cantor se tornou conhecido mundialmente por trazer má sorte às equipes que apoia.

3.3. Design de Serviços no campo intercultural

O setor de serviços ocupa uma posição de destaque na economia contemporânea, desempenhando um relevante papel para a composição do Produto Interno Bruto (PIB) de praticamente todos os países. No Brasil, o setor de serviços é o setor com maior participação na economia, cerca de 70%, e é considerado o que mais oferece empregos no país²². Cabe lembrar que o setor de serviços é composto por segmentos bastante heterogêneos, alguns extremamente complexos e dinâmicos, como por exemplo os segmentos de transportes, telecomunicações, saúde, serviços financeiros, educação, turismo, etc., e envolve a participação de um amplo conjunto de organizações – de tamanhos variados – que oferecem seus produtos (serviços) a consumidores individuais, organizações privadas, agências governamentais, bem como a organizações sem fins lucrativos.

Nesta realidade, pode-se afirmar que o Design, enquanto um processo estratégico de solução de problemas, conforme evidenciado por Cardoso (2008), vem acompanhando as transformações da sociedade e voltando-se para o produto que é o design de serviço e estabelecendo um diálogo entre o próprio campo, a sociedade e as atividades artísticas e culturais. Esta aproximação formal começou em 1991, quando a disciplina Design de Serviços é introduzida oficialmente pela primeira vez em um curso de design, na *Köln International School of Design – KISD*²³ (Escola Internacional de Design de Colônia, Alemanha), pelos professores Michael Erlhoff e Brigit Mager. Observa-se, no entanto, que diversos autores do campo do Design já vinham apontando para essa tendência desde os anos 1960. Papanek, por exemplo, em seu livro-manifesto *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (Design para o Mundo Real: Ecologia Humana e Mudança Social), de 1971, já advogava nesse sentido e chamava a atenção de um design de serviços consciente das necessidades reais do homem e da sociedade. Um cenário diferente da prática de um design limitado a produção de artefatos, a aparência e a estética.

²² No 1º trimestre de 2019, o setor de serviços (que inclui o comércio) representou 73,5% do valor adicionado do PIB brasileiro. A indústria atingiu 20,3% e a agropecuária, 6,2%. Fonte: <https://datasebrae.com.br/pib/>. Consulta realizada em 10/05/2020

²³ A *Köln International School of Design – KISD* faz parte da *Cologne University of Applied Sciences*, Universidade de Ciências Aplicadas de Colônia, Alemanha. Mais informações: <https://kisd.de/>

Conforme observa a engenheira e designer Lia Krucken (2008), “evolui-se da concepção de produto como resultado de um processo de produção industrial para a concepção do produto como um conjunto integrado de produtos e serviços mutuamente dependentes orientados a uma dada necessidade” (KRUCKEN, 2008, p. 27). Nesse sentido, Moura (2003) oferece algumas observações, com base nas conclusões do pesquisador Gui Bonsiepe (1993), sobre a evolução do conceito de design, sua prática e integração com a sociedade:

O conceito de design muda devido às transformações da sociedade que recaem no discurso projetual, no discurso do design. Enquanto na década de 50 os temas centrais eram a produtividade, a racionalização e a standardização, nos anos 60 estabeleceu-se uma crítica da sociedade de consumo, em que prevalece a premissa: “(...) um mundo de consumo, porém não um mundo consumista” (Bonsiepe: 1993, p.6) e, na década de 70, a busca da apropriação da tecnologia se fez sentir no discurso do design, incluindo-se aí pela primeira vez a crítica ao racionalismo e ao funcionalismo, quando “(...) discussões sobre estilo e forma determinaram o cenário do design. Objetos de design ocuparam a posição de objetos de culto” (Bonsiepe: 1993, p.11). Nos anos 90, as questões de compatibilidade ecológica, do gerenciamento do design e das novas mídias determinaram os debates desta área. (BONSIEPE, 1993, *apud* MOURA, 2003, p.132)

Acompanhando o desenvolvimento do Design de Serviços como campo de atuação, em 2004 cinco importantes centros de estudo e pesquisa se associaram, para criar a *Service Design Network – SDN*²⁴ (Rede de Design de Serviços). Composta pela pioneira nessa abordagem, a *Köln International School of Design*, e pelas *Carnegie Mellon University* (EUA), *Linköpings Universitet* (Suécia), *Politecnico di Milano* (Itália) e *Domus Academy* (Itália), a SDN pode ser entendida como uma instituição sem fins lucrativos que funciona em um formato de rede para que pesquisadores e profissionais em todo o mundo possam discutir práticas relacionadas ao design de serviços e desenvolver projetos nessa temática, através do intercâmbio de conhecimentos. O objetivo da SDN, de forma sintética, é impulsionar o crescimento e o desenvolvimento global, a inovação sustentável, e fortalecer o impacto desta abordagem nos setores público e privado. Na visão da SDN,

Design de serviços é a prática de projetar serviços. Esta prática usa uma abordagem holística e altamente colaborativa para gerar valor para o usuário e o provedor de serviços durante todo o ciclo de vida do serviço. Quando em prática, o design de serviços ajuda a coreografar os processos, tecnologias e

²⁴ <https://www.service-design-network.org/>

interações que conduzem a entrega de serviços, usando uma perspectiva centrada no ser humano. Hoje, o design de serviço é aplicável em diversos setores, ajudando a fornecer objetivos estratégicos e táticos para o setor público e privado. (*Service Design Network*, 2020, tradução nossa)

A partir dessa definição pode-se concluir que dentre as possibilidades de contribuição do Design de Serviços para projetar serviços mais eficientes e que satisfaçam tanto as necessidades dos usuários quanto das organizações, destacam-se: estabelecer estratégias; desenvolver conceitos; facilitar redes de colaboração; organizar informações interdependentes; projetar processos e sistemas; nortear os esforços das pessoas envolvidas no processo; e conduzir o desenvolvimento de uma ideia até a sua colocação efetiva no mercado. Conforme identificado por Krucken (2008), Cipolla (2012), e Manzini (2017) dentre outros pesquisadores, o desafio – e a oportunidade – é oferecer produtos e serviços economicamente e ambientalmente sustentáveis, observando compromissos éticos com os colaboradores da empresa e com a sociedade.

Considerando que um serviço deve ser planejado como uma sequência de ações inter-relacionadas, onde todas as partes devem estar ativamente envolvidas e comprometidas, o seu resultado final – desde a sua concepção, sua entrega e todo o seu ciclo de vida – deve estar comprometido com a satisfação de todas as partes envolvidas, mesmo que isso pareça uma proposta por vezes utópica, uma vez que objetivos conflitantes podem existir entre os diversos atores envolvidos. Nesse contexto, no que se refere ao consumidor individual, a partir de Solomon (2002), deve-se observar que a percepção de valor de um produto ou serviço é gerada pelo usuário e através de uma combinação de atributos funcionais (valor utilidade) e atributos subjetivos/emocionais (elementos intangíveis relacionados a experiência desfrutada durante a utilização do serviço). Dessa forma, o desafio projetual contemporâneo é conceber produtos, serviços e sistemas que atendam às demandas de um indivíduo informado, hiperconsumista e que tem poderes de escolha quase infinitos. Usuários que vivem em um interminável estado de desassossego e de frustração, devido a massiva e constante oferta de produtos, serviços e experiências, que transformam tudo em efêmero e descartável, conforme discutido anteriormente nessa dissertação, quando foram oferecidas reflexões sobre a sociedade contemporânea e processos de subjetivação.

Dentre os inúmeros pesquisadores que examinam a complexidade desse cenário, a pesquisadora Karine Freire (2009) destaca que “devido à natureza intangível e interacional dos serviços, a compreensão da experiência do consumidor passa a ser essencial” (FREIRE, 2009, p.37). Paranhos (2011) observa que Patrick Jordan, especialista em design emocional, em seus estudos sobre a relação dos indivíduos com os objetos e artefatos destaca a noção de “agradabilidade” e “prazer”:

O projeto de um artefato deve considerar o usuário a partir de uma visão holística e de suas características físicas, psicológicas e cognitivas, sociais e ideológicas, incluindo o contexto de uso do objeto. Desta forma, o objeto traria ao indivíduo prazeres físicos, cognitivos, sociais e ideológicos. (JORDAN, 2000, *apud* PARANHOS, 2011, p.22)

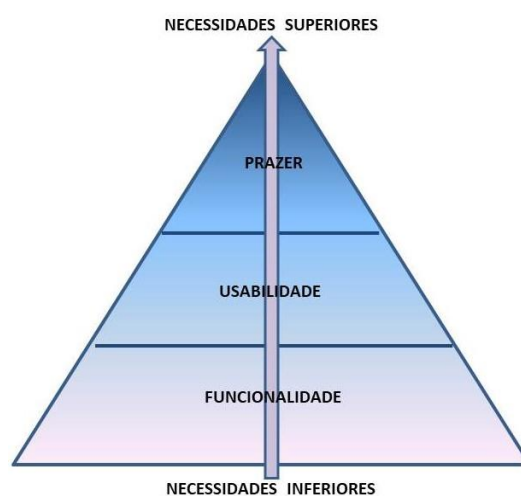
Segundo Figueiredo e Bucich (2005), por meio de estudos centrados no indivíduo Jordan propõe a Hierarquia de Necessidades do Usuário, que está estruturada em três níveis: Funcionalidade; Usabilidade; Prazer/Satisfação. Esse modelo segue o mesmo princípio da Hierarquia das Necessidades Humanas, conforme proposto pelo psicólogo Abraham Maslow, que entende que apenas após satisfazer as suas necessidades mais básicas – baixas dentro do modelo – o indivíduo procurará satisfazer as próximas necessidades e mais complexas – mais altas no modelo, conforme esclarece Solomon (2002). A figura 13 e a figura 14 apresentam os modelos de Maslow (1970) e de Jordan (2000).

Figura 13: Hierarquia das Necessidades Humanas (MASLOW, 1970)



Fonte: Adaptado de Solomon (2002, p.100)

Figura 14: Hierarquia das Necessidades dos Usuários (JORDAN, 2000)



Fonte: Adaptado de Figueiredo e Bucich (2005, p.2)

Funcionalidade está relacionada ao desempenho que um produto/serviço deve oferecer e como esse atributo é entendido pelos seus usuários. Isto é, a funcionalidade pode ser entendida por seu desempenho satisfatório em relação às tarefas para as quais o produto/serviço foi estritamente concebido. Nesse sentido, a função de um telefone, por exemplo, é o de fazer chamadas, enquanto a de um relógio é informar as horas. A baixa complexidade neste nível está associada ao fato de que, de uma forma geral, não houve muita variação sobre o entendimento e a percepção da funcionalidade de um produto/serviço por parte dos usuários.

A noção de **usabilidade** está diretamente associada a quem está usando o produto/serviço, o objetivo que pretende atingir e em qual contexto de uso. Assim, considerando que as pessoas possuem um leque de capacidades sensoriais, cognitivas e motoras que se faz presente ao interagir com produtos/serviços, e em diferentes contextos, neste nível há uma dificuldade maior em determinar as características de usabilidade ideais que um produto/serviço deve oferecer para um determinado usuário (ou grupos de usuários). A familiaridade com tecnologias e a facilidade para adotar novas tecnologias, por exemplo, influenciam a percepção de usabilidade de equipamentos eletrônicos em geral.

De acordo com a Hierarquia de Necessidades do Usuário, depois de satisfeito com a funcionalidade de um produto/serviço, um usuário irá procurar um produto/serviço que lhe propicie uma melhor usabilidade e, após satisfeita essa necessidade, prosseguirá em busca de um produto/serviço que lhe ofereça prazer. Este terceiro nível, que trata da noção de **prazer**, apresenta um alto grau de complexidade que, segundo o designer Pieter Desmet (2008), a partir da elaboração feita pelo antropólogo Lionel Tiger em 1992, baseia-se em quatro categorias: **físico, social, psicológico e ideológico**. De acordo com Paranhos (2011) essas categorias podem ser entendidas, resumidamente, da seguinte forma:

Os prazeres **físicos** estão relacionados ao uso do objeto, material utilizado, odores e sensações táteis. Os **psicológicos**, à cognição do indivíduo e ao sistema de funcionamento de um artefato. Os prazeres **sociais** estão associados aos relacionamentos do indivíduo com os outros, com a sociedade e com o sentido de pertencimento. Os **ideológicos**, por sua vez, incluem os valores do indivíduo, inclusive os morais e culturais. Alguém preocupado com questões ambientais e de sustentabilidade, por exemplo, irá optar por produtos produzidos a partir de materiais biodegradáveis, que não tragam prejuízos à natureza. (PARANHOS, 2011, p.22, grifo no original)

Nesse contexto, a concepção de produtos e serviços, suas funcionalidades, formatos de entrega e até formas de utilização, quando definidos a partir dos usuários – que passam a figurar no centro do processo projetual e não mais o produto, a indústria e o consumo – encontram mais probabilidade de eficiência funcional ou emocional, como, por exemplo, relacionados ao prazer. Por consequência, a fim de manter o foco nas necessidades reais do usuário, observando seus desejos e ansiedades, e com o objetivo de transformar ideias e conceitos em realidade, abordagens e metodologias que incluem o usuário no processo de design do serviço têm ganhado relevância. Conforme observa Araújo (2017), incluir o usuário em uma ou mais etapas do processo projetual, em diferentes níveis de participação, está presente em diversas abordagens de design e recebe diversos nomes, portanto, não apenas no Design de Serviços:

Design social, design para inclusão social, design para a sociedade, design participativo e *user centered design* (design centrado no usuário) são alguns termos utilizados para nomear práticas que têm como marca uma preocupação com a função social do design e que dão especial atenção ao usuário do produto ou serviço. (ARAÚJO, 2017, p.19)

Nesse sentido, vale destacar que abordagens que evidenciam um projetar **com** o usuário, ao invés de projetar **para** o usuário são observadas de forma consistente desde os anos 1970. A pesquisadora Dal Bianco (2007) identifica que, sob o nome de *Participatory Design (Design participativo)*, os primeiros registros formais dessa prática foram observados na Escandinávia, em projetos que promoviam a inclusão dos trabalhadores no processo de desenvolvimento de *softwares* relacionados a produtividade no ambiente de trabalho. Além de promover maior eficiência, nota-se que esses *softwares* também tinham como objetivo oferecer uma melhor qualidade de vida para os funcionários. Resumidamente, Design Participativo pode ser entendido como:

Uma coleção de teorias, estratégias e práticas para envolver os usuários finais como participantes efetivos no planejamento, no projeto, no desenvolvimento e na reavaliação de sistemas que irão influenciar suas vidas no trabalho ou em seus cotidianos. (MULLER, 2000, *apud* DAL BIANCO, 2007, p.21)

No Brasil, pode-se dizer que o Departamento de Artes e Design da PUC-Rio foi um dos pioneiros na prática e ensino dessa abordagem, ainda nos anos 1980, e sob o nome de Design em Parceria. Nesse sentido, de forma semelhante a outras abordagens centradas no usuário, Couto (2019) esclarece que:

Esse enfoque metodológico tem como característica principal a participação efetiva do indivíduo com o qual se projeta – parceiro de projeto – em praticamente todas as etapas do processo de configuração do objeto. Pode-se dizer que por meio da metodologia do Design em Parceria o designer é desafiado a projetar com o seu futuro usuário, levando em conta suas necessidades, desejos e aspirações (COUTO, 2019)

É importante notar o uso intencional da expressão “parceiro de projeto” e que justifica o nome desta abordagem metodológica. Dessa forma, conclui-se que estabelecer uma relação colaborativa e produtiva entre o designer, o usuário, e o contexto no qual a situação de projeto se desenvolve, e ao longo de todo o processo, se mostra fundamental para que essa abordagem possa de fato ocorrer. No entanto, ao mesmo tempo em que essa convivência se apresenta como um aspecto positivo, esse relacionamento humano muitas vezes representa, também, um desafio, conforme observa Couto (2019):

Parceria pressupõe trabalho conjunto em todas as etapas do processo de projeto e é precisamente isto que se constitui um desafio, por questões diversas, como por exemplo, disponibilidade de tempo, falta de envolvimento de alguma das partes, criação de falsas expectativas, dificuldades de ordem técnica e de produção de objetos, desconhecimento da metodologia do Design em Parceria por uma parte ou por outra, etc. (COUTO, 2019)

O desafio e a riqueza desse tipo de abordagem residem, portanto, na interação, no entendimento entre as partes, nesse movimento de ir ao encontro do outro e nesse convite a alteridade. Nesse sentido, Dal Bianco observa ainda que “nesta dinâmica, ao longo do processo de desenvolvimento do projeto, cada participante influencia e é influenciado pela experiência e pelo ponto de vista dos seus parceiros de trabalho” (DAL BIANCO, 2007, p.19). Portanto, é através do estabelecimento dessa relação de aproximação e de distanciamento, e desse espírito de comunhão, que a prática do Design em Parceria se torna efetiva e a troca de saberes e experiências se desenvolve.

Os benefícios das abordagens centradas no usuário são inúmeros, dentre eles pode-se destacar uma melhor compreensão das necessidades reais das pessoas e de seus valores culturais e sociais. Por consequência, o processo de estabelecimento de prioridades acerca dos problemas que serão observados no projeto será facilitado. Além disso, esse processo de inclusão e parceria ajuda as pessoas a se tornarem mais engajadas com o projeto e a desenvolverem uma relação de maior comprometimento com ele, aumentando as chances de sucesso.

Percebe-se, também, que as mudanças se tornam mais facilmente aceitas e com uma maior possibilidade de serem implementadas de forma efetiva.

É importante observar que um dos objetivos (e resultados) almejados através das abordagens centradas no usuário, e em especial no Design em Parceria, é o próprio processo de criação compartilhado. Nesse sentido, além dos benefícios identificados anteriormente, pode-se afirmar que as soluções desenvolvidas a partir dessas abordagens devem ser entendidas como o resultado de um processo de coautoria. Dessa forma, a partir da inclusão do usuário em diversas fases do processo projetual, podemos concluir que ele está familiarizado com uma parte significativa do processo o que lhe traz autonomia e competência para se apropriar do projeto, adaptá-lo e modificá-lo para outras realidades e necessidades, possibilitando assim que novas soluções sejam desenvolvidas e até que ideias já estabelecidas sejam questionadas e subvertidas. Portanto, de forma mais ampla, através desse tipo de abordagem o design estabelece as bases para que o conhecimento e a autonomia, adquirida durante o processo projetual, resultem no empoderamento das pessoas, em ações que facilitem a formação de redes de colaboração, promovam potencialidades locais, entre outras iniciativas que ampliem as possibilidades de que outros problemas possam ser abordados e, possivelmente, que processos de inovação social se desenvolvam. Conforme observa Thackara (2008):

Sistemas complexos são moldados por todas as pessoas que os utilizam e, nessa nova era de inovação colaborativa, os designers estão tendo de evoluir de autores individuais de objetos, ou construções, a facilitadores da mudança entre grandes grupos de pessoas. (THACKARA, 2008, p.20-21)

Nesse sentido, como defende Manzini (2017), está emergindo um continente formado por grupos de ilhas no qual as pessoas pensam e se organizam de forma colaborativa e em torno de valores sociais, econômicos e ambientalmente sustentáveis. Segundo este pesquisador basta observar com atenção que uma grande variedade de iniciativas como estas podem ser facilmente identificadas. Sejam elas:

... novas formas de vizinhanças; [...] novas formas de intercâmbio e troca; [...] serviços nos quais jovens e idosos ajudam um ao outro, promovendo uma nova ideia de bem-estar (serviços sociais colaborativos); [...] jardins de bairro criados e mantidos por moradores que, ao fazerem isso, melhoram a qualidade da cidade e do tecido social; [...] sistemas de mobilidade como alternativa a veículos individuais; [...] novos modelos de produção baseados em recursos locais e no

engajamento de comunidades locais; [...] comércio justo e direto entre fabricantes e consumidores. (MANZINI, 2017, p.25)

A seguir trazemos o exemplo da Insolar & Caravana Transcultural, que evidencia como os conceitos teóricos aqui apresentados estão sendo (e podem ser) exercidos na prática. Embora a observação desse exemplo não seja exaustiva, as descrições enfatizam como pessoas, especialistas em design ou não, motivadas por uma necessidade e um objetivo, estão redesenhando – através do desenvolvimento de novas redes e relações colaborativas – a forma como algumas dinâmicas culturais, sociais produtivas e econômicas funcionam.

A Insolar²⁵ surgiu em 2014 como uma startup com o objetivo de promover a democratização do acesso à energia solar no Brasil através da instalação de painéis solares (fotovoltaicos) em comunidades de baixa renda. Conforme destaca Henrique Drumond, um dos sócios da empresa, “a energia solar combina elementos interessantes de sustentabilidade. Tem o aspecto econômico, já que reduz a conta de luz²⁶. Tem impacto ambiental, pois é uma energia limpa²⁷. E tem o impacto tecnológico, pois promove uma tecnologia nova²⁸” (DRAFT, 2016).

Em entrevista concedida ao Canal Futura, Drumond (2018) ressalta que embora a Insolar seja um negócio social, ela está numa interseção entre empresa do terceiro setor e uma empresa privada "tradicional". Assim, ressalta-se que a ONG tem por finalidade o negócio socioambiental, enquanto a empresa tem por objetivo oferecer produtos e serviços no setor de energia renovável-solar visando gerar lucro. Entretanto, conforme destacam Mello *et al.* (2019), a Insolar segue o modelo Yunus²⁹ de negócios sociais, onde pessoas de comunidades de baixa renda

²⁵ Disponível em: <https://insolar.eco.br/>. Acesso em: 05/04/2020.

²⁶ Através de uma pesquisa conduzida pela Insolar junto a moradores da comunidade do Santa Marta, localizada na cidade do Rio de Janeiro, a primeira comunidade a receber um projeto de Unidade de Polícia Pacificadora, o custo relativo ao consumo de energia elétrica pelas famílias da região figurava entre os três mais impactantes na composição geral dos custos dessas famílias (CANAL FUTURA, 2018).

²⁷ “Reconhecida por ser uma fonte de energia limpa e renovável, a energia solar tem sido apontada como uma das principais alternativas aos combustíveis fósseis no combate ao aquecimento global - espera-se que a adesão à tecnologia solar previna a emissão de 6 bilhões de toneladas de dióxido de carbono por ano até 2050” (MELLO *et al.*, 2019).

²⁸ A iniciativa da Insolar inverte a curva de adoção das novas tecnologias e transforma comunidades vulneráveis em *early adopters*, conforme examinam Mello *et al.*, (2019).

²⁹ Muhammad Yunus foi o idealizador do conceito de oferecimento de microcrédito voltado para populações pobres ou muito pobres, caracterizadas pela absoluta falta de acesso a crédito. Reconhecida em todo o mundo todo como uma política de combate à pobreza, e não como uma política de financiamento, essa iniciativa rendeu a Yunus o Prêmio Nobel da Paz, em 2006. (Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Yunus). Acesso em: 05/04/2020).

têm acesso a uma linha de microcrédito para adquirir seus painéis solares e sistema de geração de energia. Além disso, todo o lucro é reinvestido na empresa com o objetivo de potencializar sua iniciativa socioambiental. Através desse modelo de negócio, a Insolar consegue levar placas solares a um maior número de pessoas e, também, a locais comunitários na própria comunidade. Nesse contexto, a fim de maximizar o uso coletivo da energia gerada, os próprios moradores são convidados a participar do processo de decisão sobre os locais da comunidade em que os painéis solares devem ser instalados e onde a energia solar pode trazer mais benefícios (DRAFT, 2016).

Atualmente, segundo Mello *et al.* (2019), além de concentrar suas atividades na instalação de painéis solares em comunidades de baixa renda, a Insolar também comercializa a instalação de painéis solares para pessoas físicas e jurídicas que contratam o serviço de ombrelones solares, para pessoas jurídicas, prioritariamente. Componente importante da dimensão socioambiental, um dos objetivos da Insolar é, também, capacitar e trabalhar com mão de obra local para a instalação e para a manutenção³⁰ dos equipamentos necessários para a geração e transmissão de energia. A partir dessa formação os técnicos têm a oportunidade de: 1) trabalhar para a própria Insolar na implementação de projetos similares em outros locais; 2) trabalhar por conta própria de forma individual ou para outras empresas no setor elétrico ou de eletrônica; 3) empreender criando suas próprias empresas prestadoras de serviço nessas áreas. Portanto, essa capacitação, além de envolver e engajar membros da comunidade no projeto, oferece uma oportunidade profissional a esses indivíduos, possibilitando uma diversificação e/ou ampliação de suas rendas e, conseqüentemente, propiciando mais dignidade a essas pessoas.

Cabe ressaltar, conforme destaca Henrique Drumond (2018), que a Insolar não fabrica painéis solares ou qualquer equipamento ou componente necessário para a geração e distribuição de energia. A empresa trabalha com equipamentos que já existem no mercado. Entretanto, segundo Drumond, como consequência das parcerias que a empresa desenvolve com fornecedores do setor, a Insolar consegue adquirir painéis solares e equipamentos para a geração e distribuição de energia a um custo reduzido, contribuindo para que a empresa possa instalá-los de

³⁰ A estimativa de vida útil de um painel fotovoltaico é cerca de 25-30 anos (Freitas e Miranda, 2018, *apud* Mello *et al.*, 2019). Consequentemente, uma manutenção adequada permite que essa vida útil seja maximizada, permitindo um maior retorno econômico ao longo do tempo.

forma gratuita em um número maior de locais e possa repassá-los para o consumidor final dessas comunidades a um custo reduzido.

Segundo Mello *et al.* (2019) o modelo de negócio da Insolar se sustenta através da captação de recursos públicos e privados destinados a organizações sem fins lucrativos, patrocínios, e parcerias com fornecedores, instituições e empresas diversas, inclusive internacionais, que querem ver suas marcas associadas a iniciativas socioambientais. Portanto, resumidamente, podemos concluir que o sucesso desse modelo de negócio depende: 1) da captação de recursos para a empresa adquirir os equipamentos necessários para a geração e distribuição de energia elétrica, que permitirá que a Insolar capacite mão de obra para operá-los; 2) dos custos envolvidos na aquisição e instalação dos equipamentos para a geração e distribuição de energia e custos relacionados a capacitação de mão de obra; 3) da participação de membros da comunidade nos cursos de capacitação técnica em elétrica/eletrônica; 4) e da oportunidade que a Insolar disponibiliza para os consumidores de baixa renda para adquirirem seus equipamentos e sistema de geração de energia através da modalidade de microcrédito.

Dentre as diversas parcerias que a Insolar vem estabelecendo, destaca-se o apoio que a empresa vem recebendo, desde 2015, do Consulado Geral da Alemanha no Rio de Janeiro. Pode-se dizer que um desdobramento desse relacionamento e reconhecimento pelo sucesso de suas ações socioambientais foi o convite para participar do projeto *Transcultural Caravan*³¹ 2019 (Caravana Transcultural), organizado pelo *Leadership Excellence Institute* (Instituto de Excelência em Liderança) da universidade alemã Zeppelin³². Em linhas gerais a Caravana Transcultural pode ser entendida como um *hub of global thinking* (um centro de pensamento global), uma iniciativa que se propõe a desenvolver em jovens universitários uma nova forma de pensar o exercício da liderança, baseada em um pensamento global, na capacidade de cooperar e dialogar, bem como na capacidade de definir interesses e valores compartilhados globalmente.

Na PUC-Rio, o projeto Caravana Transcultural, em cooperação com a Escola de Negócios e com a Coordenação Central de Cooperação Internacional da universidade, planejaram uma iniciativa na qual estudantes da universidade alemã tiveram a possibilidade de visitar o Brasil e pesquisar junto com estudantes da

³¹ <https://www.transcultural-caravan.org/>

³² <https://www.zeppelin-university.com/>

PUC-Rio sobre a Insolar, sobre o modelo de negócio da empresa, suas iniciativas socioambientais e sobre o impacto dessas ações. Segundo os professores Ruth Mello e Ricardo Alencar³³, o grupo de estudantes alemães participou de aulas na PUC-Rio com foco em administração de empresas e empreendedorismo social, onde a Insolar foi examinada e discutida em conjunto com estudantes brasileiros. Além disso, tiveram a oportunidade de visitar a comunidade do Santa Marta, o primeiro local a ser contemplado com um painel solar da empresa, onde verificaram a execução do projeto e tiveram a chance de conversar diretamente com moradores da localidade sobre a transformação econômica e social propiciada pela iniciativa da Insolar. De acordo com esses professores, esse contato oportunizou um excelente momento de trocas de informações sobre negócios de impacto sociais, desafios e oportunidades neste setor, liderança, cooperação e aprendizado intercultural.

Através desse exemplo ilustramos como o oferecimento de um serviço – fornecimento de energia elétrica – pode ser pensado de forma expandida e pode ser redesenhado. Procuramos destacar a originalidade da iniciativa proposta pela Insolar, o alcance social e ambiental, a introdução de um estilo de vida sustentável, a relevância tecnológica, a melhora na qualidade de vida da comunidade, e o empoderamento propiciado aos moradores envolvidos diretamente e indiretamente com o projeto.

A parceria desenvolvida entre a PUC-Rio e o Consulado Geral da Alemanha no Rio de Janeiro, que resultou no convite para participar da Caravana Transcultural organizada pela universidade Zeppelin, evidenciam que o estudo da iniciativa da Insolar conseguiu transpor a dimensão local, ganhando visibilidade internacional, aproximando e estreitando o relacionamento entre alunos e pesquisadores de duas instituições de ensino superior, uma no Brasil e outra na Alemanha.

Esse contato permitiu que o modelo de negócio da Insolar fosse examinado em um contexto acadêmico por jovens universitários brasileiros e alemães que tiveram contato com pessoas em realidades sociais vulneráveis, e permitiu que representantes de culturas distintas se aproximassem e buscassem estabelecer um diálogo e uma cooperação, superando diferenças culturais, sociais,

³³ Consultados através de conversa informal no período de abril de 2020.

preconceitos, etc., em prol de um mesmo ideal – a sustentabilidade ambiental, social e econômica. É importante destacar que essa colaboração se estabelece em torno de um objetivo comum e, conforme Manzini (2017) examina: “inovações sociais parecem ocorrer apenas quando há necessidade e também o desejo de fazer alguma coisa em relação a algo (ou seja, uma combinação apropriada de desejos e necessidades)” (MANZINI, 2017, p.27).

No entanto, podemos afirmar que a real protagonista nessa história é a cadeia de colaboração que se articula a partir e em torno do fornecimento de energia solar para pessoas de comunidades de baixa renda, uma iniciativa orquestrada pela Insolar com o apoio de diversos atores e a participação dos moradores onde as iniciativas efetivamente se desenvolvem. Portanto, esse exemplo ilustra alguns desafios e oportunidades que a sociedade contemporânea apresenta e que podem ser abordados pelo viés do Design e a partir de uma perspectiva sistêmica, criativa, colaborativa e que também observe aspectos culturais. Conforme observa Krucken (2008):

O principal desafio do design na contemporaneidade é, justamente, desenvolver e/ou suportar o desenvolvimento de soluções a questões de alta complexidade, que exigem uma visão alargada do projeto, envolvendo produtos, serviços e comunicação, de forma conjunta e sustentável. (KRUCKEN, 2008, p.23)

Complementando a questão, a partir de Barroso Neto (1981), verificamos que a pesquisadora Niemeyer (1998) conclui que o Design deve ser entendido, também, como “o equacionamento simultâneo de fatores sociais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, na concepção de elementos e sistemas materiais necessários à vida, ao bem-estar e à cultura do homem.” (BARROSO NETO, 1981, *apud* NIEMEYER, 1998, p.25).

Entretanto, para que tudo isso aconteça, o envolvimento e o engajamento das pessoas precisam ser acionados, e isso ocorre quando as pessoas possuem objetivos em comum, quando propósitos pessoais e coletivos se alinham e as coisas passam a ter um sentido que é compartilhado. Sobre essa temática, embora Solomon reconheça que “o conceito de engajamento é impreciso” (SOLOMON, 2002, p.102), o autor sugere que:

O envolvimento pode ser visto como a motivação para processar informação. Até onde houver uma ligação percebida entre as necessidades, metas ou valores de um consumidor e o conhecimento do produto, esse consumidor será motivado a prestar atenção nas informações sobre o produto. Quando o conhecimento

relevante é ativado na memória, um estado de motivação é criado e aciona o comportamento (por exemplo, comprar). (SOLOMON, 2002, p.101)

Conforme Martins (2008) infere, a construção de sentido, como todo processo cultural, é algo dinâmico, indissociável do próprio processo de viver e da forma como as pessoas atribuem significado e conferem sentido às coisas. Por consequência, pessoas diferentes possuem valores e referenciais diferentes, operam sob critérios lógicos e subjetivos singulares e valorizam atributos distintos em um produto/serviço. Solomon acrescenta que “a motivação de um consumidor para alcançar um objetivo influencia seu desejo de despende o esforço necessário para obter os produtos ou serviços que acredita serem um instrumento para a satisfação daquele objetivo” (SOLOMON, 2002, p.101). O pesquisador argumenta que o engajamento do usuário é influenciado por fatores lógicos e abstratos (subjetivos – fatores emocionais, por exemplo), e que ocorrem ao mesmo tempo, alternando-se em maior ou menor prevalência. Solomon destaca ainda que “há na verdade vários tipos amplos de envolvimento relacionado ao produto, à mensagem ou ao indivíduo que os percebe” (SOLOMON, 2002, p.102). O autor acrescenta que são nas situações de compra que os usuários incorrem em situações de “riscos sociais”, uma vez que é através do uso e do consumo de bens materiais e imateriais que a manutenção da identidade dos indivíduos, enquanto consumidores, e seus efeitos de associação e pertencimento a grupos ocorre. Portanto, nesta concepção, o entendimento da expressão “situações de compra” deve, também, ser estendido a contextos de uso.

Considerando que existem enormes diferenças entre indivíduos e culturas, a construção de sentido requer abordagens específicas que devem observar particularidades e contextos também específicos. O desafio é engajar as pessoas, fazê-las entenderem o sentido de suas ações, desenvolver um comprometimento com o projeto, para que através desse envolvimento as chances de sucesso aumentem. Jorge Frascara (2009) defende que um amplo espectro de argumentos e abordagens deve ser desenvolvido para se alcançar uma comunicação eficiente, que sensibilize diferentes atores e consiga incluir interesses distintos. Segundo este designer:

... teremos que criar um campo comum de relevância. Relevância estimula a atenção e prepara a recepção. Sem uma relevância percebida não há comunicação. Comunicação se fundamenta na intenção; sem ambas as partes

estarem intencionalmente conectadas, não há chance para uma comunicação geradora de mudança. (FRASCARA, 2009, p.33)

Nessa dinâmica, Martins (2008) sugere que a noção de emissor-receptor, conforme desenvolvida pelas teorias de comunicação, deve ser entendida como uma relação de produtor-construtor de sentidos, uma vez que esse último, a partir de seus referenciais, percepção de contexto e objetivos, constrói de forma subjetiva a sua interpretação particular da mensagem e lhe atribui sentido. Freire (2009) identifica que:

Nessa perspectiva o design estende sua atuação para as experiências que os consumidores têm com os produtos, com os serviços, com os espaços ou com um conjunto destes. E, principalmente, o design é visto como uma atividade usada para projetar os processos e os sistemas que fundamentam essas experiências, desde as estratégias e as filosofias do projeto até os detalhes finais dos resultados (MORITZ, 2005, *apud* FREIRE, 2009, p.37)

Nesse sentido, Martins observa, também, que “o designer dedica-se a projetar um “momento” com determinada duração no tempo/espço no qual o usuário interage com o objeto, produzindo a significação” (MARTINS, 2008, p.5). A partir da constatação de que a experiência é um dos fatores mais relevantes para a construção do significado (CARDOSO, 2016, p.62), faz-se necessário buscar uma compreensão do que é a experiência do usuário e como projetar produtos e serviços, processos e sistemas, que fundamentem essas experiências. Os designers Pieter Desmet e Paul Hekkert (2007) argumentam que as experiências que ocorrem na interação entre um humano e um produto/serviço devem ser examinadas de forma ampliada, integral e holística, buscando compreender todos os elementos que a influenciam e a compõem. De acordo com os autores:

A experiência é moldada pelas características do usuário (por exemplo, personalidade, habilidades, formação, valores culturais e objetivos) e as características do produto (por exemplo, forma, textura, cor, e comportamento). Todas as ações e processos envolvidos, tais como ações físicas e processos perceptivos e cognitivos (por exemplo, perceber, explorar, usar, lembrar, comparar, e compreender), irão contribuir para a experiência (ver também Dewey, 1980). Além disso, a experiência é sempre influenciada pelo contexto (por exemplo, físico, social, econômico) em que a interação ocorre. (DESMET, P.; HEKKERT, P., 2007, p.2, tradução nossa)

Conforme destaca Desmet (2008), o relacionamento das pessoas com o mundo é essencialmente afetivo, o que significa que todas as suas interações

implicam e envolvem emoções. Para o pesquisador “a emoção é uma qualidade central da existência humana, e a maior parte do nosso comportamento, motivação e pensamento é enriquecida e influenciada pelas emoções” (DESMET, 2008, p.379, tradução nossa). Dessa forma, a emoção deve ser entendida como a base para os estudos sobre a experiência e, por consequência, para a área do Design que se debruça sobre o design de/para experiências. Nesse sentido, o cientista cognitivo Donald Norman (2010) destaca que:

Emoções têm um papel essencial no comportamento humano e animal, ajudando-nos a julgar o que é bom e o que é mau, seguro ou arriscado, proporcionando também um poderoso sistema de comunicação para transmitir sentimentos e crenças, reações e intenções entre as pessoas (NORMAN, 2010, p.30)

Diversos pesquisadores, como Patrick Jordan e o neurocientista português António Damásio, vêm desenvolvendo pesquisas sobre a emoção a partir de variados ângulos. Em *Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia* (2008), Donald Norman oferece uma importante contribuição para o campo do Design Emocional³⁴ ao concluir que existem três aspectos do design que, embora inter-relacionados e entrelaçados, podem ser examinados em qualquer produto/serviço, são eles: 1) Design visceral; 2) Design comportamental e; 3) Design reflexivo. Com base no estudo desenvolvido pela pesquisadora Júlia Lima (2008), em sua dissertação "Marcas que marcam": um estudo sobre a relação emocional das pessoas com as marcas, oferece reflexões aprofundadas sobre estes conceitos elaborados por Donald Norman, podemos sintetizar as principais características desses três aspectos do design da seguinte forma:

1) Design visceral: “O design visceral ocorre quando o que mais afeta o usuário é a forma física e a aparência do produto, incluindo sua textura e seu cheiro. O autor explica que este nível está relacionado aos nossos sentidos, e é onde formamos nossa primeira impressão de um produto. [...] O design visceral está relacionado ao estímulo sensorial provocado por um produto e também pode ser fator predominante na escolha de determinada marca. [...] Temos uma tendência a nos sentirmos atraídos por formas simétricas, cores vibrantes ou cheiros agradáveis, embora a cultura exerça

³⁴ Também conhecido por Design e Emoção, ou ainda Design Afetivo, essa área do Design se propõe a entender e estudar como as respostas emocionais evocadas pelos objetos e serviços são acionadas por fatores pessoais, estímulos e fatores situacionais.

uma forte influência sobre o que julgamos bonito ou atrativo.” (LIMA, 2008, p.82-83).

2) Design comportamental: “Envolve os aspectos ligados ao uso e a experiência com um produto. [...] A experiência que temos com os produtos tem algumas facetas que Norman denomina *função*, *performance* e *usabilidade*. *Função* diz respeito às funções mecânicas do produto, enquanto a *performance* diz respeito a quão bem o produto exerce essa função. A *usabilidade*, por sua vez, contempla a facilidade de uso do produto. [...] A *usabilidade* corresponde a facilidade com que o usuário entende seu funcionamento. [...] Produtos que funcionam muito bem acabam passando mais tempo conosco e se tornando parte de nossas histórias pessoais.” (LIMA, 2008, p.84-87, grifo da autora).

3) Design reflexivo: “O design reflexivo é abrangente e funciona em “territórios variados”, compreendendo aspectos psicológicos, culturais e o significado dos produtos e de seu uso. Este aspecto do design está ligado a autoimagem, à satisfação pessoal e a memória e é considerado o mais vulnerável a influências da cultura, da experiência, educação ou a diferenças individuais. [...] Quando desenvolvemos uma relação afetiva com um produto ou quando este evoca lembranças, estamos diante de um design reflexivo. [...] O que geralmente leva uma pessoa a amar ou odiar um produto está intimamente ligado a história de sua interação com ele, ou seja, as associações que a pessoa estabelece entre a sua vida e o produto e as memórias que ele evoca. [...] O autor conclui que gostamos das coisas pelo que elas nos fazem sentir, e que, por isso, podemos gostar de produtos que não sejam necessariamente bonitos. [...] Os produtos são capazes de ilustrar passagens de nossas vidas e de nos fazerem lembrar de fatos. [...] Nossas memórias refletem nossa experiência de vida e lembram pessoas queridas e momentos especiais. [...] As marcas que escolhemos combinam com o nosso estilo de vida, refletem o que pensamos e ajudam a formar nossa autoimagem e a imagem que os outros têm de nós. Segundo Norman, as marcas que escolhemos, onde e como moramos ou para onde viajamos são manifestações externas do que somos ou pensamos. [...]

Também escolhemos nossas marcas pensando no que queremos que os outros pensem ao nosso respeito. [...] (ou) O que ele (produto) significa para um grupo ou para a sociedade.” (LIMA, 2008, p.87-90).

Com base nas reflexões de Lima (2008) sobre os conceitos elaborados por Norman (2008), podemos concluir que o **design visceral** está relacionado ao nível do subconsciente e à noção de “instinto”. Nesse caso, uma reação visceral (ou instintiva) é desencadeada por uma resposta a estímulos sensoriais e até mesmo biológicos como, por exemplo, aversão a lactose ou a determinados odores. O **design comportamental** opera em um nível médio de processamento. Trata-se de um comportamento automático, de uma reação que as pessoas normalmente não se dão conta e que ocorre de forma subconsciente. Dessa forma, o design visceral e o design comportamental estão relacionados ao "momento presente", portanto, à experiência do indivíduo no exato momento em que aprecia ou usa um produto. Já o **design reflexivo**, está relacionado às histórias que a interação do indivíduo com o produto/serviço conta e às reflexões que este provoca ao ser utilizado e lembrado. Dessa forma, diz respeito a experiências mais duradouras, a lembranças que marcaram os indivíduos e à contemplação do futuro.

Os conceitos desenvolvidos e difundidos por Donald Norman ajudam a compreender como algumas emoções são acionadas quando um indivíduo interage com um produto/serviço, porque determinadas pessoas odeiam ou amam um produto/serviço e porque, depois de algum tempo, essas impressões são confirmadas ou revistas. Além disso, procuram explicar porque determinados objetos e marcas são sempre lembrados – positivamente ou negativamente. Os conceitos elaborados por Norman ajudam, portanto, a mostrar um caminho para que, ao interagir com um produto/serviço, as emoções desejadas sejam corretamente despertadas.

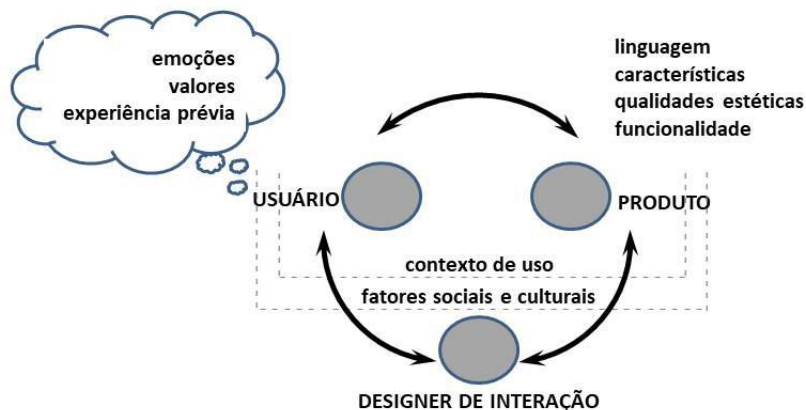
Entender como as pessoas usarão um produto/serviço, em quais contextos, e como irão se relacionar com ele revelam-se pontos fundamentais, dessa forma, para um projeto de design bem-sucedido. Nesse sentido, a partir de McLellan (2000), Freire (2009) destaca que “o objetivo do design de experiências é orquestrar experiências que sejam funcionais, determinadas, envolventes, atraentes e memoráveis” (FREIRE, 2009, p.40).

Entretanto, embora Forlizzi *et al.* advoguem que uma experiência singular “é feita de uma quantidade infinita de pequenas experiências, relacionadas ao contexto, pessoas e produtos” (FORLIZZI *et al.* 2000, p.420, tradução nossa), os autores também observam que uma experiência não pode ser criada ou moldada em um indivíduo, e que é possível apenas criar as condições para que uma experiência seja vivida. Nessa perspectiva, embora amplos esforços possam ser empreendidos na tentativa de compreender o usuário e de tentar controlar as diversas variáveis que compõem e determinam a qualidade de uma experiência que um indivíduo terá ao interagir com um produto/serviço, conclui-se que é impossível afirmar com 100% de certeza que um indivíduo irá vivenciar integralmente a experiência com esse produto/serviço da forma como ela foi projetada. Forlizzi *et al.* apontam que “como projetistas que tentam criar uma experiência, só podemos projetar situações ou alavancas com as quais as pessoas possam interagir, em vez de resultados claramente previstos” (FORLIZZI *et al.* 2000, p.420, tradução nossa). Complementando a questão, Freire (2009) destaca que:

(...) a experiência é o resultado da interação entre os seres, os produtos e o contexto no qual essa interação ocorre. Traz-se para esse contexto os sentidos, as habilidades motoras e mentais, as intenções, expectativas, os desejos, as preocupações, os valores, as experiências prévias, etc., as quais encontram-se em constante mudança. E, por meio das suas formas, texturas, cores, sons, marcas, comportamentos, entre outras manifestações, os produtos tiram vantagens das características pessoais dos indivíduos. Sob tais características, a experiência que resulta dessa interação é também moldada pelo momento e pelo lugar no qual a pessoa e o produto se reúnem. (HEKKERT e MCDONAGH, 2003, *apud* FREIRE, 2009, p.41)

Forlizzi *et al.* corroborando com a noção de que “um design bem-sucedido deve levar em consideração todos os componentes presentes na interação usuário-produto: usuário, produto e contexto de uso” (FORLIZZI *et al.* 2000, p.423, tradução nossa), oferecem um esquema gráfico (figura 15) que nos ajuda a entender visualmente a relação entre os elementos que participam da interação usuário-produto, a relevância do contexto de uso – influenciado por padrões de comportamento social, cultural e situacional – e o papel do designer quando se propõe a conceber um determinado tipo de experiência. Esse esquema considera que as pessoas geralmente atribuem significado a produtos e experiências, e que o contexto de uso é influenciado por padrões de comportamento social, cultural e situacional.

Figura 15: O papel do designer de interação na compreensão da experiência



Fonte: Adaptado de Forlizzi *et al.* 2000, p.423, tradução nossa

Neste esquema, a representação do **usuário** mostra como as pessoas trazem para o momento em que a interação acontece todos os seus valores, suas experiências anteriores, suas emoções e sentimentos, e seus modelos cognitivos para ouvir, ver, tocar e interpretar. Portanto, uma combinação de elementos que compõe cada pessoa e as torna únicas, e de elementos que participam das interações, influenciando suas experiências como um todo, conforme observa Forlizzi *et al.* (2000). Por sua vez, no esquema os “**produtos** representam como os artefatos influenciam a experiência. [...] Cada produto conta uma história de uso por meio do estabelecimento de uma linguagem, características, qualidades estéticas e acessibilidade” (FORLIZZI *et al.*, 2000, p.420, tradução nossa). De forma sintética, o designer Victor Margolin define produto como "objetos, atividades, serviços e ambientes que preenchem o mundo da vida" (MARGOLIN, 1997, p.227, *apud* FORLIZZI *et al.*, 2000, p.420, tradução nossa).

Conforme ainda observam Forlizzi *et al.* (2000), um melhor entendimento das experiências subjetivas dos usuários permite que narrativas possam ser formalizadas na forma de produtos e serviços. Eventualmente, essas informações podem ajudar as pessoas a entenderem suas próprias experiências e suas reais necessidades, e assim produtos e serviços podem ser desenvolvidos com base em valores pessoais e sociais, levando à melhora na qualidade de vida das pessoas.

Soluções que levam em consideração todos os componentes presentes na interação usuário-produto, e que são desenvolvidas de forma centrada nos usuários, em suas características sociais e culturais bem como em seus contextos

de uso, podem ser observadas em diversas iniciativas na sociedade. Um bom exemplo desse tipo de solução é a encontrada na cidade de Milão, na Itália, para viabilizar acomodações de baixo custo para jovens estudantes e para estimular a colaboração entre idosos e jovens nessa cidade, conforme estudos realizados por Cipolla (2012) e Manzini (2017), entre outros pesquisadores.

A iniciativa *Hospede um estudante em casa – compartilhamento intergeracional de casas*, promovida desde 2004 pela associação *Meglio Milano*, uma organização milanesa sem fins lucrativos, baseia-se na ideia de que pessoas idosas, que vivem sozinhas em seus domicílios, poderiam hospedar jovens estudantes por um baixo custo. Em troca, esses estudantes deveriam auxiliar seus anfitriões (idosos) a realizarem pequenas funções cotidianas. A partir da identificação de dois problemas potencialmente complementares: idosos que vivem sozinhos e estudantes universitários em busca de acomodação de baixo custo, a ideia por trás dessa solução foi a de que “esses dois grupos poderiam se ajudar mutuamente e que um tipo de simbiose poderia ser criado entre eles.” (MANZINI, 2017, p.125).

Nota-se que essa solução, relativamente simples e do tipo ganha-ganha para todas as partes, apoia-se em recursos já disponíveis e subutilizados – os quartos ociosos nas residências das pessoas idosas e a disponibilidade de tempo, energia e entusiasmo dos jovens estudantes. Podemos concluir, também, que a associação *Meglio Milano* promove um encontro relacional entre esses dois grupos. Assim a iniciativa Hospede um Estudante cria as condições propícias para que as pessoas estabeleçam um envolvimento ativo e colaborativo com a própria solução do problema, e favorece interações de maior qualidade e intensidade entre pessoas de diferentes gerações e culturas, trazendo inúmeros benefícios para a relação que estabelece, conforme abordado por Manzini (2017, p.126-127). Nesse sentido:

Todos os serviços dependem da participação do usuário. No entanto, serviços relacionais requerem participação e engajamento mais do que os outros tipos. É necessário não apenas ser operacionalmente ativo, mas também estar pessoalmente envolvido. (...) ‘Usuários’, nessa perspectiva, trazem não só conhecimento e vontade, mas também capacidades relacionais (CIPOLLA, 2009, p.242, *apud* MANZINI, 2017, p.119)

Assim, de acordo com Manzini (2017), a originalidade desse serviço reside no suporte dado pelos organizadores da *Meglio Milano* para que um encontro

colaborativo pudesse acontecer entre os organizadores da iniciativa *Hospede um estudante em casa* e os estudantes, e entre os organizadores dessa iniciativa e os provedores das casas (anfitriões idosos). Conforme observa Manzini,

Ao administrar isso, a Hospede um Estudante demonstrou uma profunda compreensão das peculiaridades de um relacionamento entre pessoas idosas e jovens, bem como das dificuldades que podem ocorrer, uma compreensão que caminhou lado a lado com o processo de desenvolvimento de confiança e com a capacidade do design de transformá-lo em uma solução habilitante³⁵ articulada. (MANZINI, 2017, p.125-126)

Adicionalmente, conforme chama a atenção Cipolla (2012), essa “é também uma solução para um contínuo monitoramento dos idosos, o que pode reduzir investimentos públicos em recursos humanos (trabalhadores do setor de assistência social) ou aparelhos eletrônicos (sistemas de monitoramento)” (CIPOLLA, 2012, p.70).

Podemos concluir que a iniciativa Hospede um Estudante exemplifica de forma contundente o potencial do Design para identificar um problema (social) e para contribuir com uma solução projetada a partir das necessidades reais das pessoas. A articulação entre os recursos disponíveis, e os que observam características sociais, culturais e os contextos de uso, produz sentido e gera o engajamento entre as pessoas envolvidas neste projeto. Evidencia, portanto, a forma como essas questões podem ser observadas por meio de ações de Design.

As reflexões expostas nesse capítulo evidenciam o Design como uma prática projetual estreitamente conectada com a sociedade e com questões culturais. Dessa forma, um Design que se atualiza e se adapta, e que se mostra comprometido a contribuir de forma criativa, colaborativa e sistêmica, com soluções para os problemas complexos da sociedade contemporânea. Uma sociedade que tem como pilares a tecnologia, a informação, a conectividade, os serviços e as experiências.

³⁵ “soluções técnicas e artefatos para habilitar as pessoas a cooperarem para alcançar um determinado resultado num dado contexto” (MERONI; SANGIORGI, 2011, p.148, *apud* OLIVEIRA *et al.*, 2016, p.438). São “produtos, serviços, formas de comunicação, entre outras ações, que auxiliem as comunidades criativas e organizações colaborativas a serem acessíveis, eficazes, e por fim, replicáveis. Acessíveis, de modo que os membros da comunidade tenham ferramentas, infraestrutura e estratégias para compensar a demanda de tempo e dedicação necessários para atuar nestas comunidades ou organizações; eficazes de modo a compensar os esforços em resultados positivos; e a replicáveis, que possa ser aplicada em outras comunidades e organizações (OLIVEIRA *et al.*, 2016, p.439)

4. Cooperação Internacional na PUC-Rio e experiências interculturais

Nesta etapa da pesquisa é examinado o processo de internacionalização que se desenvolve na PUC-Rio. Constata-se o pioneirismo da instituição nesse campo em comparação com outras instituições de ensino superior do Brasil. Observa-se uma constante busca por crescimento e expansão, que comprova a consolidação e a relevância atribuída à cooperação internacional para a universidade desde a década de 1960.

São apresentados alguns esforços da Coordenação Central de Cooperação Internacional da PUC-Rio para facilitar experiências interculturais entre participantes de intercâmbio acadêmico internacional. Em seguida, a rede *Brother Carioca*, que tem por objetivo central complementar esses esforços e é objeto dessa pesquisa, é detalhada.

4.1. Cooperação Internacional na PUC-Rio – origem e pioneirismo

Apesar de existirem diferenças entre os muitos sistemas educacionais no mundo todo, a preocupação em melhorar o nível do ensino e a formação dos cidadãos para a sociedade parece ser o tema comum a todos os países que buscam o desenvolvimento sustentável e uma posição competitiva no âmbito global. A cooperação internacional é uma das principais tendências do ensino superior em todo o mundo e está alinhada às necessidades de uma sociedade que se desenvolve em rede e através de interações que ocorrem de forma intensa e entre indivíduos de diferentes culturas. A busca por uma internacionalização desenvolvida de forma estruturada, constante, e com foco estratégico, vem assumindo um papel cada vez mais importante para as instituições de ensino. A internacionalização representa vantagem competitiva para as instituições, para seu corpo docente e discente, que se beneficiam de uma formação diferenciada, que propicia o desenvolvimento de competências interculturais e que oportuniza uma geração de conhecimento atenta a perspectivas globais.

Neste estudo, propõe-se que a cooperação universitária internacional seja entendida de forma alinhada à definição proposta pela CAPES, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (2017):

A internacionalização pode ser entendida enquanto um processo amplo e dinâmico envolvendo ensino, pesquisa e prestação de serviços para a sociedade, além de construir um recurso para tornar a educação superior responsiva aos requisitos e desafios de uma sociedade globalizada. É o estágio mais elevado das relações internacionais entre as universidades. Conceitualmente, podemos dividi-la em dois tipos: a passiva, onde ocorre a mobilidade de docentes e discentes para o exterior; e a ativa, onde o fluxo é inverso. (CAPES, 2017, p.6)

Cooperação universitária internacional também deve ser interpretada como:

O processo intencional de integrar uma dimensão internacional, intercultural e global nos objetivos, funções e prestação do ensino superior, enquanto objetivando melhorar a qualidade da educação e da pesquisa de todos os estudantes e funcionários das instituições, com o objetivo de dar uma contribuição significativa à sociedade. (DE WIT, HUNTER, HOWARD e EGRON-POLAK, 2015, p.283, *apud* GACEL-ÁVILA, J.; RODRIGUEZ-RODRIGUEZ, S., 2019, p.20, tradução nossa)

De forma similar, cooperação universitária internacional também é:

Um processo que integra uma dimensão global, internacional, intercultural, comparativa e interdisciplinar às funções substantivas das instituições de ensino superior, com a intenção final de promover uma perspectiva global e conscientização das questões humanas de uma maneira que incentive os valores e atitudes da cidadania global responsável, humanística e solidária. (GACEL-ÁVILA, J., 2006, p.61, *apud* GACEL-ÁVILA, J.; RODRIGUEZ-RODRIGUEZ, S., 2019, p.20, tradução nossa)

A partir de Gacel-Ávila (2019) pode-se perceber que essas definições descrevem a cooperação universitária internacional como um processo estratégico e central na missão das instituições de ensino e não como uma série de atividades isoladas, promovidas pelo interesse individual e, portanto, marginais às políticas de desenvolvimento das instituições. No entanto, é possível constatar que ações isoladas desse tipo podem levar ao início do desenvolvimento de toda uma cultura internacional, e que por sua vez tende a resultar na formalização da cooperação internacional nas instituições de ensino. Comprova-se essa situação em muitas instituições de ensino superior brasileiras. O processo de internacionalização que se desenvolve na PUC-Rio não é uma exceção.

Nesse sentido, apesar da criação do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), órgão ligado ao Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações para incentivo à pesquisa, e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), vinculada ao Ministério da Educação (MEC), ambos em 1951, no início do segundo governo de Getúlio Vargas, terem incentivado e potencializado a cooperação e a mobilidade internacional nas instituições de ensino brasileiras, foram ações isoladas que deram início a essas iniciativas na PUC-Rio, ainda na década de 1950. O período entre 1950 e 1960 foi marcado, principalmente, pela presença de docentes e pesquisadores da instituição no exterior para a formação de quadros para a pós-graduação. Pode-se dizer, inclusive, que foram iniciativas realizadas a partir da pós-graduação que encorajaram o início da internacionalização na PUC-Rio.

No fim dos anos 1970 registrou-se a criação do programa de Português como Segunda Língua. O primeiro do Brasil e referência de excelência no ensino do idioma e da cultura brasileira até o presente momento. Este programa representou um importante marco para a história e para o processo de internacionalização da universidade uma vez que, além de ter sido uma ação pioneira, promoveu uma mudança organizacional e cultural, e impulsionou uma agenda de internacionalização na instituição. De fato, neste período a PUC-Rio começou a receber os primeiros grupos de alunos internacionais no campus da universidade, capitaneados pelo departamento de Letras.

Entre 1980 e 1990 foi intensificada a mobilidade do corpo docente e discente da universidade. Nesse período foram estabelecidos os primeiros convênios de mobilidade internacional. Tem início a formalização e a integração das iniciativas de internacionalização da universidade, através da assinatura de diversos acordos de cooperação internacional. Convênios que passaram a permitir a inclusão de diferentes departamentos da universidade e, ao mesmo tempo, atendiam a demandas variadas.

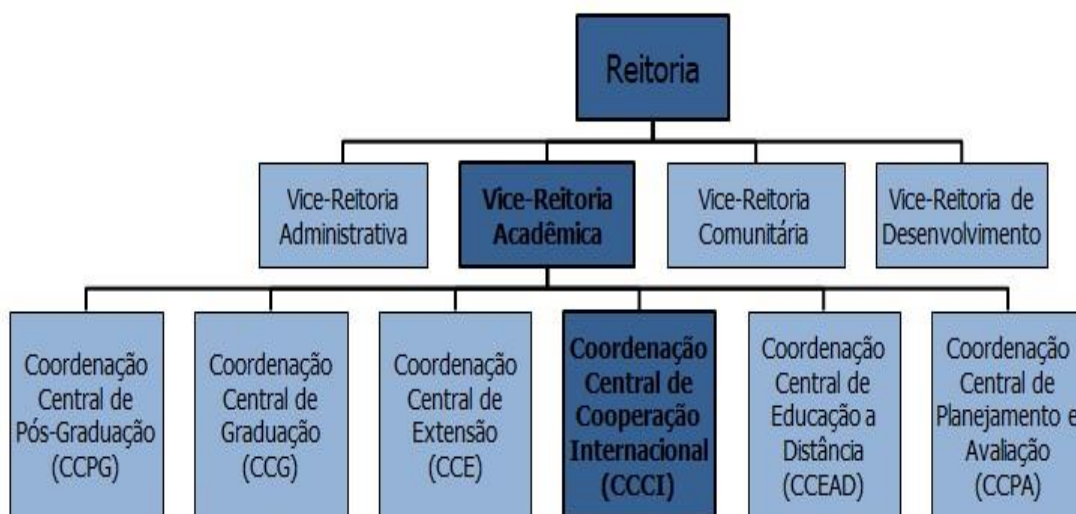
No início dos anos 1990 surgiram alguns outros convênios importantes para o desenvolvimento da mobilidade internacional na universidade, como por exemplo o *International Student Education Program - ISEP*, um acordo multilateral que possibilitou que a PUC-Rio passasse a trocar alunos com todas as instituições

afiliadas a esse programa, centenas de instituições de todo mundo, ampliando de forma vigorosa a inserção internacional da universidade. Pouco tempo depois, a PUC-Rio assinou diversos convênios de cooperação com renomadas instituições e que se mantêm relevantes até os dias de hoje, como por exemplo os acordos com o *Education Abroad Program*, o programa oficial de intercâmbio internacional do sistema da *University of California* (UC), e a *Brown University*, ambas nos EUA, e com a *École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales* - ESSEC, na França.

Acompanhando o crescimento e a relevância da cooperação internacional para a PUC-Rio, em 1992 fez-se necessária a criação da Coordenação Central de Intercâmbio Internacional – CCII, uma unidade específica da universidade com o objetivo de sistematizar, centralizar e desenvolver procedimentos e protocolos para a mobilidade internacional. Pode-se dizer que nesse momento a universidade reconhece formalmente a relevância da cooperação internacional e a necessidade de centralizar essas atividades, porém resguardando a autonomia dessa nova unidade – característica própria do formato de administração da PUC-Rio, que se aplica a outros departamentos da universidade, não sendo, portanto, uma exclusividade da CCII.

A CCII foi criada, sob a direção do Padre Amarillio Checon, vinculada à Reitoria Comunitária da universidade. Pe. Checon dedicou-se à coordenação por apenas um ano e meio, devido a motivos religiosos-profissionais que o levaram a se transferir para os Estados Unidos. Pouco tempo após a sua criação, a CCII passou a ser diretamente vinculada à Vice-Reitoria para Assuntos Acadêmicos. Essa nova e estratégica posição na estrutura hierárquica da universidade é percebida como um dos fatores do sucesso da cooperação internacional na universidade.

Figura 16: Organograma da Vice-Reitoria para Assuntos Acadêmicos/PUC-Rio



Fonte: adaptado de website PUC-Rio. Consultado em: 09/09/2019

O segundo coordenador central de intercâmbio internacional foi o professor Raul Rosas e Silva, do departamento de Engenharia Civil, que permaneceu até 1995 no cargo. Em seu lugar assumiu a professora Rosa Marina de Brito Meyer, do departamento de Letras, que permaneceu à frente do setor até 2014, quando assumiu a professora Angela Maria Randolpho Paiva, do departamento de Ciências Sociais, atual diretora.

Dez anos após a sua criação, em 2002, a Coordenação Central de Intercâmbio Internacional (CCII) foi rebatizada e passou a se chamar Coordenação Central de Cooperação Internacional (CCCI). O objetivo foi reconhecer a trajetória de crescimento e o sucesso da internacionalização na PUC-Rio, e deixar ainda mais evidente a função estratégica dessa unidade em centralizar os esforços de cooperação internacional da universidade.

Entre 1992 e 2012 a PUC-Rio já havia assinado mais de 400 convênios com instituições em todas as regiões do mundo, incluindo programas de dupla diplomação em Administração, Engenharia e Matemática. A CCCI passou a ter sob sua responsabilidade mais de 1000 alunos intercambiados por ano. Toda uma cultura voltada para a internacionalização se desenvolveu no campus da universidade, não se restringindo a qualquer instância hierárquica, como a Reitoria e as Vice-Reitorias, ou aos docentes e discentes, mas se estendendo até as unidades de serviço e de apoio.

Foi também neste período que a universidade entrou definitivamente no mapa internacional da educação e se tornou afiliada de diversas organizações que têm por objetivos desenvolver o campo da Educação Internacional, estimular a troca de saberes e promover atividades relacionadas a cooperação internacional, dentre elas:

- NAFSA: *Association of International Educators*, ou Associação de Educadores Internacionais. Fundada em 1948, nos Estados Unidos, é uma das maiores e mais reconhecidas organizações na área;

- AIEA: *Association of International Education Administrators*. Criada em 1982, esta relevante organização é composta por líderes de instituições de diversos países comprometidos com o compartilhamento de estratégias institucionais referentes à educação internacional;

- AUSJAL: Associação de Universidades Confiadas à Companhia de Jesus na América Latina. Formalizada em 1985, reúne atualmente trinta instituições em quatorze países na região;

- FAUBAI: Fórum de Assessorias das Universidades Brasileiras para Assuntos Internacionais. Fundada em 1988, com o objetivo de promover a colaboração acadêmica internacional entre as instituições de ensino brasileiras e instituições internacionais, hoje com mais de 250 instituições brasileiras membras;

- EAIE: *European Association for International Education*, uma associação sem fins lucrativos criada em 1989, com mais de 3000 afiliados de 94 países, e que tem por objetivo promover a internacionalização de instituições de ensino em todo mundo – não se restringindo a Europa.

4.2.

Cooperação Internacional na PUC-Rio – um case de sucesso

O destaque que a cooperação internacional na universidade vem recebendo é fruto de inúmeras iniciativas e decisões, dentre elas, a posição na hierarquia da universidade e a criação do programa de Português como Segunda Língua, como já mencionado, além de um aumento no número de funcionários da CCCI com posições bem definidas, que começaram a participar de congressos e feiras internacionais, o que propiciou uma profissionalização da equipe e uma busca constante por adotar as

melhores práticas existentes no campo. Inúmeros serviços de suporte aos estudantes, pesquisadores e visitantes internacionais passaram a ser oferecidos, como, por exemplo, assistência ao longo de todo o período acadêmico na universidade – pessoal, psicológica e acadêmica; serviço de acomodação em casas de família; assistência para registro na Polícia Federal; plano de emergência e segurança 24h/7 dias por semana, etc. Além disso, observa-se que teve início um compromisso de oferecimento de um número cada vez maior de disciplinas lecionadas em Inglês na universidade.

Dentre essas iniciativas, ainda em 2011, a partir de um Seminário de Internacionalização planejado pela Coordenação Central de Cooperação Internacional, em conjunto com a Vice-Reitoria Acadêmica da universidade, foi criada a Comissão Internacional da PUC-Rio. Essa comissão conta com representantes de todos os centros acadêmicos, CCS, CTC, CTCH, CCBM e CCPG. Além disso, houve a indicação de um docente responsável pela internacionalização em cada departamento da universidade, aproximando e reconhecendo a participação do setor acadêmico como fundamental para o processo de internacionalização da PUC-Rio.

A partir desse seminário e da Comissão Internacional da PUC-Rio foi desenvolvida uma agenda internacional para a universidade. Esta agenda formalizou uma série de metas para a universidade, dentre elas a de que a partir de 2020 a PUC-Rio deverá ser uma universidade global, com os seguintes requisitos: Qualidade acadêmica comparável às melhores universidades globais do mundo; Presença no universo internacional de pesquisa, em todas as suas áreas de conhecimento; Presença no universo internacional da Educação Internacional (intercâmbios); Programas que preparem seus estudantes para atuarem num mercado de trabalho globalizado, não apenas no mercado brasileiro; Capacidade de acolher estudantes internacionais em qualquer nível de estudo e em qualquer curso, inclusive como alunos regulares; Instalações e serviços compatíveis com padrões internacionais de qualidade. Desde a efetivação desta agenda, as atividades da CCCI seguem suas orientações, e ela exerce também relevante função no desenho institucional da universidade.

No início da atual gestão, em 2014, a internacionalização da PUC-Rio ficou ainda mais fortalecida com a criação da Coordenação Central de Internacionalização (CCI), cuja missão é trabalhar em parceria direta com a Reitoria no planejamento do processo de internacionalização da universidade, com o objetivo de ampliar a sua inserção internacional de forma ainda mais estratégica. Desde então, o empenho da atual gestão da CCCI, combinado com os esforços da CCI, pode ser verificado através do desenvolvimento de parcerias com instituições de ensino de notória relevância; da assinatura de acordos de cooperação que de fato tenham consequências práticas; do compromisso com o aumento no número de alunos da PUC-Rio que participam de programas de mobilidade internacional; de iniciativas para melhorar o acolhimento de professores visitantes; e de esforços para ofertar um número maior de disciplinas da universidade no idioma inglês em todos os departamentos da universidade, dentre outros.

Observa-se ainda que a PUC-Rio, por ser uma instituição comunitária de Educação Superior, filantrópica e sem fins lucrativos, dispõe de relativa independência financeira. Essa relativa autonomia possibilita mais liberdade no processo de tomada de decisão e faz com que a universidade esteja menos sujeita a instabilidades institucionais do governo, bloqueio e contingenciamento de recursos de origem pública, como os que ocorreram ao longo de 2019. Essa autonomia financeira também explica o continuado compromisso com a cooperação internacional e o sucesso da instituição nesse setor.

Ao longo de sua evolução a CCCI desenvolveu comprovada experiência no estabelecimento de diversas modalidades de cooperação internacional. Essa variedade contribui para que a universidade tenha a capacidade de estabelecer parcerias acadêmicas com instituições em todas as regiões do mundo, observando diferentes especificidades, incluindo acordos de dupla diplomação, pesquisa conjunta, cotutela, etc. As opções de mobilidade internacional para os alunos da PUC-Rio que desejam estudar no exterior são:

- Programa de intercâmbio acadêmico internacional: com o objetivo de aproveitamento de créditos e duração de seis meses a um ano;

- Programa de dupla diplomação: além de possibilitar o aproveitamento de créditos, essa modalidade tem como principal objetivo e diferencial a obtenção também do diploma da universidade internacional, após uma duração que varia entre um ano e meio a dois anos;

- Programa de curta duração: com o objetivo de desenvolvimento de proficiência em idiomas e/ou participação em cursos profissionais, durante períodos relativamente curtos, que variam de duas a oito semanas. Conferem créditos apenas como Atividade Complementar.

Além dos programas de intercâmbio acadêmico internacional e de dupla diplomação, os estudantes internacionais que procuram a CCCI encontram à sua disposição outras quatro opções de programas, perfazendo assim um total de seis modalidades diferentes:

- Programa intensivo de Português como segunda língua: oferecido sempre antes do início do semestre acadêmico, e com duração aproximada de um mês. O objetivo deste programa é preparar o aluno internacional para a vida universitária na PUC-Rio;

- Estágios: estudantes internacionais interessados em realizar estágio acadêmico ou profissional na cidade do Rio de Janeiro, provenientes de instituições de ensino conveniadas à PUC-Rio, podem contar com o auxílio da CCCI para viabilizar essa oportunidade;

- Programa customizado: programas organizados sob demanda, com o objetivo de atender as demandas específicas de instituições internacionais. O conteúdo é flexível e pode incluir atividades em sala de aula, visitas técnicas e atividades culturais. A duração pode variar desde apenas alguns dias até cerca de seis meses;

- Seminários Brasileiros: este programa é oferecido apenas uma vez por ano, normalmente em julho. Ele permite que em cerca de 12 dias os participantes aprofundem seus conhecimentos referentes ao Brasil por meio de um programa interdisciplinar.

É importante lembrar que a CCCI não é responsável pelos alunos internacionais que participam de programas na PUC-Rio com o objetivo de obtenção de diplomas, seja de graduação, pós-graduação, ou de educação continuada. A tabela 3 apresenta a evolução da mobilidade internacional na PUC-Rio, através dos programas de intercâmbio internacional administrados pela CCCI, e inclui o programa Ciências Sem Fronteiras³⁶, desenvolvido pelo governo Brasileiro, entre 2011 e 2016.

Tabela 3: Evolução da mobilidade internacional (intercâmbio) na PUC-Rio

Estudantes PUC-Rio em Intercâmbio Internacional											
Programa	2000	2005	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Intercâmbio Acadêmico	52	143	233	223	166	191	267	244	269	289	317
Ciência Sem Fronteiras				67	127	98	184	95	0	0	0
Dupla Diplomação		36	48	39	46	21	39	44	35	47	44
Curta Duração		20	141	105	89	67	47	28	35	36	32
Total por ano	52	199	422	434	428	377	537	411	339	372	393
Principais Destinos	Estados Unidos, Espanha, Portugal e França										

Estudantes Internacionais na PUC-Rio											
Programa	2000	2005	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Intercâmbio Acadêmico	123	244	553	627	779	917	734	780	678	534	527
Dupla Diplomação		12	7	12	19	23	18	24	26	33	30
Intensivo de Português	42	172	305	341	344	288	234	104	136	125	114
Programas Customizados		38	247	171	324	164	303	185	231	164	150
Estágios			6	29	13	20	15	12	13	22	33
Seminários Brasileiros								8	12	11	17
Total por ano	165	466	1118	1180	1479	1412	1304	1113	1096	889	871
Principais Nacionalidades	Estados Unidos, França, Portugal, Espanha, Alemanha e Noruega										

Total de alunos por anos (PUC-Rio e Internacionais)	217	665	1540	1614	1907	1789	1841	1524	1435	1261	1264
--	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Fonte: Relatório anual 2019 da Coordenação Central de Cooperação Internacional, PUC-Rio

Constata-se ao longo da história da CCCI um expressivo crescimento no número de estudantes subordinado a esta coordenação, número este que se manteve relativamente alto mesmo após o término do programa Ciência Sem Fronteiras. Sem

³⁶ <http://www.cienciasemfronteiras.gov.br/web/csf/o-programa>

dúvida, fatores externos à Universidade, como a violência ou o conturbado cenário político e econômico do Brasil nos últimos anos, vêm afetando negativamente as instituições de ensino do país como um todo, além de epidemias associadas a doenças infectocontagiosas como Dengue, Zika e Chicungunha. A imagem do Rio de Janeiro e do país no exterior tem sido prejudicada, com grande impacto no fluxo de alunos e pesquisadores internacionais que pensam em estudar na PUC. Esses fatores podem explicar a queda no número de alunos internacionais na universidade, mais expressiva a partir de 2015, porém a tarefa de examinar em detalhes essa questão foge aos objetivos desta pesquisa.

Ainda no que se refere a incentivos públicos para o fomento da cooperação internacional, a CAPES lançou em 2017 um novo programa batizado de CAPES/PrInt³⁹ - Programa Institucional de Internacionalização. Em princípio o programa está previsto para durar 4 anos. Diferentemente do programa Ciência Sem Fronteiras, este programa tem por objetivo fomentar o desenvolvimento de planos estratégicos de internacionalização como meio de melhorar a qualidade dos cursos de pós-graduação brasileiros e de conferir maior visibilidade internacional à pesquisa científica realizada no Brasil. A previsão é que a partir de 2019 a CAPES destine anualmente uma verba significativa para ser distribuída entre as instituições selecionadas para participar dessa iniciativa.

Para atender aos pré-requisitos do edital a CAPES solicitou que as instituições definissem ações estratégicas e que demonstrassem como essas iniciativas e políticas teriam como consequência um maior protagonismo internacional da instituição nos próximos anos. Com o objetivo de aprimorar a qualidade da produção acadêmica, as instituições deveriam definir as suas metas para melhorar a qualidade da pós-graduação através de parcerias estratégicas, prevendo o fortalecimento de grupos e redes de pesquisa internacionais. Na primeira fase de implementação deste programa, que aconteceu entre 2017 e 2018, apenas 36 instituições de ensino superior de todo o Brasil deveriam ser selecionadas para receber os recursos. Entretanto, na primeira análise do edital, apenas 25 instituições de ensino superior tiveram suas propostas deferidas. Dentre as instituições do estado do Rio de Janeiro, apenas a PUC-Rio e a

³⁹ <https://capes.gov.br/bolsas-e-auxilios-internacionais/capes-print>

FIOCRUZ – Fundação Oswaldo Cruz tiveram as suas propostas aceitas. Posteriormente, numa segunda fase, algumas outras instituições conseguiram adequar as suas propostas e, finalmente, a CAPES pôde então selecionar as 36 instituições aptas a participarem do programa.

O sucesso da PUC no edital do CAPES/PrInt evidencia, mais uma vez, a excelência e o protagonismo da universidade no âmbito da cooperação internacional. Nesse sentido, O pioneirismo e a excelência da universidade no âmbito internacional também podem ser verificados em diversos *rankings* que analisam a qualidade das instituições de ensino superior e suas inserções internacionais. Em 2011, por exemplo, a CAPES reconheceu o êxito do processo de internacionalização da PUC-Rio com a premiação: “A Universidade Brasileira de maior sucesso na área de Cooperação Internacional”.

Conclui-se, portanto, que a CCCI ocupa uma posição estratégica no processo de internacionalização da universidade. Essa unidade colabora para os esforços da instituição em construir um campus plural, rico culturalmente, e oportunizar uma formação internacional para os alunos da universidade, e para o desenvolvimento da instituição como um todo. Através de uma busca constante de adequação às prioridades da instituição, alinhamento com as principais tendências de cooperação internacional praticadas em todo o mundo, das parcerias desenvolvidas, e da evolução da mobilidade de alunos e pesquisadores ao longo do tempo, fica evidente o êxito da CCCI. Contribui, portanto, com os esforços da PUC-Rio em se destacar academicamente entre as melhores instituições de ensino no Brasil e no mundo.

4.3.

Iniciativas para facilitar experiências interculturais na PUC-Rio

Os alunos internacionais que participam de programas de intercâmbio na PUC-Rio através da Coordenação Central de Cooperação Internacional contam com diversas iniciativas formais com o objetivo de facilitar as suas adaptações à vida no Rio de Janeiro e de integrá-los com os demais alunos da universidade – alunos locais e alunos internacionais, também em situação de intercâmbio internacional. Antes mesmo de deixarem suas universidades de origem, esses alunos recebem um manual,

desenvolvido pela CCCI, que apresenta informações práticas sobre o sistema acadêmico brasileiro e informações básicas sobre a vida na cidade do Rio de Janeiro.

Ao chegarem na PUC-Rio os alunos internacionais passam por uma “semana de orientação” onde, através de uma série de palestras e atividades, recebem orientações detalhadas sobre os procedimentos acadêmicos específicos da universidade, bem como informações relativas à cultura carioca, dicas para realizar o procedimento de registro na Polícia Federal brasileira, questões de segurança, etc. Nessa oportunidade, os alunos internacionais são apresentados a todos os membros da equipe da CCCI, bem como a alguns departamentos e unidades da universidade que desenvolvem atividades de apoio aos estudantes da PUC-Rio de uma forma geral. Dentre eles pode-se destacar a Coordenação Central de Estágios e Serviços Profissionais da universidade, a Rede de Empreendimentos Sociais da PUC-Rio (RESPUC) e a Rede de Apoio ao Estudante (RAE), composta por cinco núcleos e que tem por objetivo prestar atendimento multidisciplinar aos alunos, contemplando aspectos acadêmicos, psicopedagógicos, psicológicos e de necessidades especiais.

Ainda na primeira semana no Rio os alunos internacionais adquirem conhecimentos sobre a prática de esportes no campus e fora da universidade, e têm a possibilidade de participar de um tour pela cidade, com o objetivo de visitar os principais pontos turísticos. Esses alunos também são apresentados a profissionais indicados pela CCCI que oferecem auxílio sobre questões legais, e recebem orientações detalhadas sobre o serviço de acomodação em casas de família e sobre o plano de emergência e segurança 24h/7 dias na semana, ambos organizados por essa Coordenação.

O sucesso dos alunos internacionais durante o período de intercâmbio na PUC-Rio também pode ser atribuído ao departamento de Letras da universidade, que oferece a disciplina de Português como Segunda Língua durante todo o ano acadêmico. Além de compulsória para esses alunos, o ensino de português na PUC-Rio tem um forte componente cultural, o que resulta em um aprimoramento da proficiência no idioma e em um melhor entendimento da cultura brasileira e carioca. Cumpre destacar a larga experiência desse departamento no ensino do Português como segunda língua. Oferecido desde o fim dos anos 1970, cinco níveis de

proficiência estão disponíveis para os alunos internacionais – desde o nível inicial até o avançado.

Além disso, os alunos internacionais podem optar por assistir a aulas lecionadas em inglês oferecidas por diversos departamentos da universidade, entre eles: Administração, Artes e Design, Ciências Sociais, Comunicação, Direito, Educação, Engenharias, Filosofia, Geografia, História, Letras, e Relações Internacionais. Isso oferece mais flexibilidade no momento da escolha das disciplinas que serão cursadas por esse aluno na PUC-Rio e permite que a universidade seja procurada, também, por estudantes que não possuem um amplo domínio do idioma português.

Complementando essas atividades, a CCCI oferece um coquetel no início do semestre e outro, próximo ao término do semestre acadêmico, para promover a socialização entre todos os alunos em situação de intercâmbio – alunos internacionais e locais –, a equipe da CCCI e os professores das disciplinas de Português para estrangeiros. Não menos importante, durante o semestre acadêmico, também é organizada e oferecida para os alunos internacionais uma viagem de um dia para fora da cidade do Rio de Janeiro. Normalmente visita-se a cidade imperial de Petrópolis ou um hotel fazenda. Nessa oportunidade, os alunos têm a possibilidade de conhecer um pouco mais sobre o Rio de Janeiro, a sua história e a sua cultura.

Por outro lado, os alunos locais da PUC-Rio que participam de programas de intercâmbio internacional contam com poucas ações formais da CCCI para integrá-los aos alunos das universidades de destino. Nesse ponto, é importante fazer uma ressalva: entende-se que isso deve ser função, primordialmente, da universidade de destino, receptora.

No entanto, como o processo de seleção para intercâmbio conduzido pela CCCI ocorre com relativa antecedência, esses alunos acabam tendo a oportunidade de interagir com os alunos das suas respectivas universidades de destino, que se encontram em intercâmbio na PUC-Rio, no próprio campus. O campus abriga todos os cursos oferecidos pela universidade em um local compacto, com cerca de 104 mil metros quadrados. Assim, o próprio espaço físico da universidade se mostra propício e determinante para que a integração entre os alunos estrangeiros e brasileiros ocorra

de forma natural – seja nas salas de aula, nos ambientes comuns do campus, ou mesmo no espaço em que está instalada a Coordenação Central de Cooperação Internacional.

Todos esses alunos em situação de intercâmbio, tanto os estrangeiros que estão chegando quanto os brasileiros que estão de partida, são convidados para os coquetéis oferecidos pela CCCI no início do semestre e no término do semestre. Nessas ocasiões os alunos da PUC-Rio têm a oportunidade de interagir com os alunos internacionais em situação de intercâmbio, é uma “orientação pré-partida” é preparada e oferecida aos alunos da PUC-Rio. Como o próprio nome indica, essa orientação tem como finalidade auxiliar a preparação do aluno para o período em intercâmbio. São observadas desde questões acadêmicas, como por exemplo os procedimentos necessários para o aproveitamento de créditos, como questões de natureza prática relacionadas a orientações para a obtenção de visto, reserva de acomodação, etc. Durante a preparação para a viagem, os alunos são aconselhados pela CCCI a buscarem por informações sobre as universidades e cidades de destino na internet de uma forma geral; priorizando arquivos elaborados pelas próprias universidades internacionais; e inúmeros relatórios de viagem que foram desenvolvidos por outros alunos da PUC-Rio que participaram de programas de intercâmbio e que estão disponíveis para consulta no website da CCCI.

Entretanto, mesmo diante de todos esses esforços empreendidos pela CCCI, é possível perceber que essas ações atendem apenas parcialmente aos seus objetivos. Dentre as iniciativas que poderiam ser desenvolvidas observa-se, por exemplo, a de um “programa de apadrinhamento”, algo semelhante a um *buddy program*⁴⁰, ainda ausente na PUC-Rio, e a de um uso mais eficiente das tecnologias digitais e das redes sociais digitais.

⁴⁰ No ambiente universitário os *buddy programs* são geralmente organizados pelos departamentos de cooperação internacional das universidades. O aluno que se torna um *buddy* (“amigo”) de um aluno internacional normalmente participa desse tipo de programa de forma voluntária e com o objetivo de oferecer apoio a esse aluno durante todo o seu período de intercâmbio. O programa representa uma excelente oportunidade para que os participantes troquem experiências culturais, façam amizades, e pratiquem idiomas.

5.

Estudo da rede *Brother Carioca* e Experiência-Piloto

Diante das limitações experimentadas pela PUC-Rio e pela CCCI para facilitarem a integração e as trocas culturais entre os alunos locais da Universidade e os alunos internacionais, que chegam à universidade todos os períodos para participarem de programas de intercâmbio, e em virtude da ausência de um “programa de apadrinhamento” ou *buddy program*, uma iniciativa conhecida como *Brother Carioca* encontrou terreno fértil para se formar e contribuir com as ações formais empreendidas pela Universidade neste sentido. A seguir, apresentamos o estudo desenvolvido sobre o *Brother Carioca*, a experiência dos participantes desse projeto e o uso de tecnologias digitais nesse contexto.

A partir das observações e reflexões surgidas desse estudo e da pesquisa como um todo, e com o intuito de contribuir com as ações desenvolvidas pela PUC-Rio e pelo *Brother Carioca*, elaboramos um experimento que faz uso de tecnologias digitais e foi proposto com o objetivo de promover e aprofundar experiências interculturais.

5.1.

Estudo da rede *Brother Carioca*

O estudo sobre o *Brother Carioca* teve início com um levantamento de informações em fontes secundárias. Utilizamos como fontes os *websites* desse projeto e da CCCI (Coordenação Central de Cooperação Internacional) da PUC-Rio. Adicionalmente, foram realizadas pesquisas na rede social *Facebook*, uma vez que o acesso a essas informações estava disponível para consulta sem qualquer restrição. No levantamento realizado, encontramos no “Sumário Executivo”, desenvolvido pelos fundadores deste projeto em 2017, informações que se mostraram especialmente úteis para entendermos o contexto no qual essa iniciativa ganhou corpo e como ela foi inicialmente estruturada.

Pensado a partir de estudantes da própria PUC-Rio, o projeto *Brother Carioca* teve início em 2017, após alguns alunos da Universidade regressarem de instituições localizadas na Europa (Espanha, França e Portugal) e nos Estados Unidos da

América, onde foram participar de programas de mobilidade internacional através da CCCI . Ao retornarem para a PUC-Rio, esses jovens universitários brasileiros que vivenciaram a experiência de um período no exterior, em contato com uma outra cultura, constataram que os alunos internacionais, que vem para o Brasil e particularmente para a cidade do Rio de Janeiro, enfrentam alguns desafios para as suas adaptações no novo contexto. De acordo com o “Sumário Executivo” do *Brother Carioca* (2017), dentre as questões identificadas por estes jovens destacam-se: 1) Estigma de insegurança social; 2) Relativa precariedade estrutural que permeia a cidade; 3) Falta de mecanismos ou projetos que promovam a integração e interação dos universitários internacionais de forma significativa com os universitários locais; 4) Ausência de um programa que facilite uma vivência empreendedora social e o envolvimento dos participantes do intercâmbio com projetos sociais.

A partir dessas constatações, esses alunos se organizaram de forma independente, voluntária e colaborativa, a fim de criar o *Brother Carioca*. Inicialmente, este projeto foi desenvolvido com os objetivos de: 1) Promover a integração entre alunos de intercâmbio e alunos locais; 2) Estimular a internacionalização e as trocas culturais; 3) Facilitar a transição cultural acadêmica; 4) Promover uma rede plural.

Estruturado em um formato de rede, o *Brother Carioca*, ou simplesmente “*Brother*” como os próprios membros se referem ao projeto, pode ser considerado, de acordo com a classificação proposta por Manzini (2017), e já visto no capítulo 3, um exemplo de design difuso. A estrutura da rede *Brother Carioca* é composta por três níveis, a saber:

O primeiro refere-se ao **núcleo** composto por universitários comprometidos com os objetivos do projeto, com o seu processo de crescimento e a busca por parceiros que possam auxiliar em suas empreitadas. Esses integrantes são responsáveis por manterem um estreito contato e parceria com a CCCI e com outras unidades da Universidade também empenhadas em facilitar a adaptação, a integração e contribuir para que as trocas culturais entre os alunos internacionais de intercâmbio e os alunos locais da universidade aconteçam da melhor maneira. Nesse sentido, o objetivo é que sejam maximizadas as iniciativas propostas por todos esses atores, a

sinergia entre os esforços empenhados, e para que seja observada uma adequação de calendários, evitando a sobreposição de atividades. No início deste projeto, em 2017, o núcleo do “*Brother*” era composto por nove estudantes.

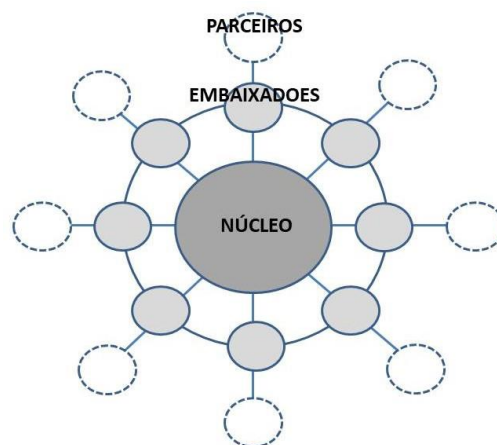
Em um segundo nível estão os **Embaixadores**, integrantes da rede que podem desempenhar – de forma permanente ou temporária – o papel de “ponto focal” para uma atividade específica organizada e/ou demandada pelos membros do “*Brother*”. Qualquer integrante da rede, inclusive do núcleo, pode ser um ponto focal para uma determinada atividade. Resumidamente, o objetivo dos Embaixadores é o de facilitar que uma atividade ou evento aconteça conforme o planejado. Em muitos momentos, os Embaixadores têm a complexa função de desenvolver um canal de contato e algum tipo de parceria com os provedores de serviços. Portanto, são responsáveis por fazer a mediação entre estes parceiros e os membros da rede que irão usar esses serviços que, em muitos casos, envolvem questões financeiras. Todas as atividades propostas pelo “*Brother*” contam com ao menos um Embaixador envolvido na atividade ou serviço. Entretanto, mais de um Embaixador pode estar envolvido na organização de um determinado evento, atividade ou serviço.

Nesse sentido, de acordo com as reflexões de Manzini (2017, p.119-124), sobre interações de serviços, encontros colaborativos e o envolvimento de participantes nesse tipo de encontro, pode-se afirmar que o sucesso deste modelo organizacional depende do nível de envolvimento dos membros da rede e da qualidade das interações que se estabelecem entre esses integrantes. Portanto, é esperado (e necessário) que os responsáveis pelo núcleo da rede e os embaixadores tenham um envolvimento ativo colaborativo com o projeto e que a qualidade da interação entre eles seja do tipo relacional forte.

Já no terceiro nível estão justamente os **parceiros externos**, que oferecem serviços diversos para os membros do “*Brother*”, como por exemplo serviços turísticos, culturais, esportivos, intelectuais, sociais, etc. A fim de garantir o sucesso, a qualidade e até a segurança dos integrantes da rede que irão usar um determinado serviço ou participar de um determinado evento, todos os parceiros externos são analisados e precisam ser aprovados pelos integrantes do núcleo do “*Brother*”.

A figura 17 ilustra a estrutura organizacional da rede *Brother Carioca*.

Figura 17: *Brother Carioca* - estrutura organizacional



Fonte: adaptado do Sumário Executivo do *Brother Carioca* (2017)

Identificamos que as tecnologias digitais são utilizadas de forma determinante, para conectar os integrantes da rede e para conectar os membros do núcleo do “*Brother*” com a CCCI e com outras unidades da Universidade. Nesse sentido, observamos que os eventos e atividades desenvolvidos pelo “*Brother*” são promovidos, principalmente, através de tecnologias digitais, embora as atividades aconteçam, exclusivamente, em nível presencial.

A fim de permitir uma exploração em maior profundidade do tema e a coleta de dados primários, a segunda etapa do estudo sobre o *Brother Carioca* teve prosseguimento através da realização de entrevistas com os atuais integrantes do núcleo desta rede, tendo como base um roteiro semiestruturado. O apêndice 1 traz este roteiro. Já o apêndice 2 apresenta o “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido” utilizado para formalizar a participação dos entrevistados na pesquisa e para a coleta de suas assinaturas. Todos os entrevistados foram informados sobre o tema e os objetivos desta dissertação, a natureza da entrevista e, também, sobre o fato de que as suas identidades seriam tratadas com sigilo.

No momento das entrevistas, o núcleo do *Brother Carioca* era composto por apenas quatro integrantes, todos estudantes de graduação da PUC-Rio. Um aluno estava presente no “*Brother*” desde a sua idealização; outro havia ingressado no núcleo do programa no semestre subsequente ao seu início. Entretanto, os demais

membros – outros dois alunos – haviam acabado de entrar para o núcleo. Dessa forma, estabelecemos uma distinção entre eles: veteranos e novatos. Diante dessa situação, e considerando o tempo disponível dos entrevistados para participar da pesquisa, decidimos que as entrevistas seriam realizadas em duplas e de acordo com o tempo de vinculação ao núcleo do “*Brother*”. A entrevista com os dois veteranos do núcleo aconteceu no dia 03 de setembro de 2019 e com os dois novatos no dia 06 de setembro. Ambas as entrevistas duraram cerca de 50 minutos.

O primeiro grupo, de veteranos, era composto por um aluno do curso de Administração de Empresas que havia feito intercâmbio na Universidade de Edimburgo, Escócia, e por uma estudante do curso de Psicologia, que participou de um programa de mobilidade internacional na Universidade de Leeds, Inglaterra. O segundo semestre de 2019 representava o último período acadêmico da graduação para ambos. Os alunos que faziam parte do segundo grupo, novatos, haviam ingressado no núcleo do programa entre o fim de 2018 e o início de 2019. Um deles era uma estudante do curso de Desenho Industrial, com habilitação em Comunicação Visual, e o outro também era estudante do curso de Desenho Industrial, porém cursando duas habilitações: Comunicação Visual e Moda. A estudante havia participado de um programa de mobilidade internacional na *Zurich University of the Arts*, na Suíça. O outro aluno ainda não tinha participado de nenhum intercâmbio, mas tinha planos de estudar em alguma instituição internacional durante a pós-graduação ou por meio de um curso de curta duração.

Antes de ingressar no núcleo do “*Brother*” os quatro alunos já tinham participado de projetos similares ao *Brother Carioca*, durante os programas de mobilidade internacional no exterior e na PUC-Rio. Os três alunos, que participaram de programas de mobilidade internacional, estudaram em instituições que ofereciam estruturas de acolhimento e ações para integrar os alunos semelhantes ao programa que o “*Brother*” propõe. Entretanto, os dois alunos veteranos relataram que em suas instituições de ensino existiam comitês estudantis estruturados para desenvolver atividades de integração para todos os alunos da Universidade, inclusive para os alunos internacionais. Em parceria com essas instituições, estes comitês organizavam inúmeros eventos e incentivavam o ingresso dos alunos em clubes temáticos, como

por exemplo clube de xadrez, caminhadas, escalada, viagens etc. De acordo com esses alunos, o sucesso desses programas podia ser atribuído à parceria bem-sucedida estabelecida entre os alunos e a Universidade. Já a estudante que participou do programa de mobilidade internacional em Zurique relatou que a instituição possuía um *Buddy Program*, mas que este programa não funcionou para ela. Segundo esta aluna, o(a) “buddy” selecionado(a) pela Universidade foi totalmente ausente desde o início.

Nessas entrevistas também foi abordada a questão da identidade visual do *Brother Carioca*. De acordo com esses alunos, a logo utilizada desde a criação do projeto até 2019 fazia alusão a pessoas abraçadas, ou de mãos dadas, e simbolizava aceitação, inclusão e pertencimento, representadas através de um círculo/globo vazado. Em 2019 pensou-se em fazer uma nova logo que traduzisse além dos valores do projeto o local onde ele ocorre – a PUC-Rio.

Após cerca de quatro meses de pesquisas para entender melhor o que o projeto *Brother Carioca* de fato representava e como relacionar essas ideias a elementos que simbolizassem a cidade do Rio de Janeiro e a Universidade, os integrantes do núcleo desse projeto chegaram a conclusão de que a nova imagem deveria fazer referência a união de povos e culturas, a algo coletivo e heterogêneo, ao respeito às diferenças, e que também trouxesse uma ideia de vida em comunhão com a natureza, com as montanhas da cidade e o mar.

Segundo os entrevistados, o resultado desse processo tomou forma numa imagem que representa um único continente, a grande pangeia, isto é, os continentes ainda unidos e o início da vida na Terra. A escolha das cores procura remeter a algo tropical, para simbolizar a relação da cidade com a natureza. O uso das linhas topográficas se inspira na geografia do Rio de Janeiro, com suas montanhas e busca oferecer uma ideia de movimento, dinamismo e de sintonia, e toda a natureza que está presente no campus da Universidade⁴¹ e a sua volta.

⁴¹ O Campus da PUC-Rio está localizado na zona sul do Rio de Janeiro, no bairro da Gávea. Pode-se dizer que é um campus bastante integrado a natureza e que faz parte do mesmo complexo de vegetação que compõe o Parque Nacional da Tijuca (Floresta da Tijuca). A Universidade está fisicamente próxima ao Jardim Botânico do Rio de Janeiro, ao morro dos Dois Irmãos, da Lagoa Rodrigo de Freitas, e das praias do Leblon e de Ipanema.

A logo anterior, utilizada desde a criação do projeto, e a logo atual podem ser conferidas nas figuras 18 e 19.

Figura 18: Logo *Brother Carioca* (versão original)



Fonte: Sumário Executivo da rede *Brother Carioca* (2017).

Figura 19: Logo *Brother Carioca* (versão atual)

Brother Carioca



Fonte: http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccci/academico/brother_carioca.html. Acesso: 30/03/2019.

Prosseguindo com os objetivos dessa etapa da pesquisa, nas entrevistas procuramos: 1) Entender com maior profundidade o funcionamento da rede *Brother Carioca*; 2) Levantar e avaliar as ações promovidas por esta rede; 3) Compreender como os integrantes do *Brother Carioca* fazem uso das tecnologias digitais; e 4) Identificar as tecnologias digitais e mídias “eleitas” ou “preferidas” pelos integrantes do *Brother Carioca*.

Quando comparado com outros programas de acolhimento e integração oferecidos por instituições comprometidas com a mobilidade internacional, observamos que um grande diferencial do *Brother Carioca* é estar estruturado em um formato de rede e com apenas três níveis. Portanto, ao contrário dos “*Buddy Programs*” o apoio oferecido pelo *Brother Carioca* ao aluno internacional não depende de apenas uma única pessoa (*buddy*), mas de uma rede de pessoas dispostas a se ajudarem. Esse formato organizacional facilita o contato e a integração com um número maior de pessoas, distribui responsabilidades, e permite que o acesso aos responsáveis pelo núcleo do programa e aos embaixadores das atividades ocorra de forma direta e irrestrita. De acordo com os entrevistados, os pontos fortes do “*Brother*” podem ser resumidos em: 1) Estar aberto a todos os alunos, sem qualquer

distinção; 2) O nível de dedicação, envolvimento e engajamento com a qual os responsáveis pelo núcleo e os embaixadores se comprometem com o projeto; e 3) Possuírem um canal de comunicação dinâmico e eficiente com a CCCI e com outras unidades da Universidade.

Por outro lado, as entrevistas revelaram que nenhuma pesquisa formal foi feita para definir quais atividades e serviços seriam oferecidos pelo *Brother Carioca*, como e quando. Na realidade, identificamos que nenhuma pesquisa foi ou vem sendo realizada e sistematizada formalmente junto aos integrantes da rede com o objetivo de obter dados concretos quanto à eficácia das iniciativas propostas pelo “*Brother*”.

Nesse sentido, a partir da entrevista realizada com os veteranos do projeto, verificamos que no início do “*Brother*” todas as ações foram desenvolvidas de forma experimental e intuitiva. Muitas ações foram pensadas e adaptadas com base na experiência que alguns integrantes da rede haviam vivenciado durante os seus próprios programas de intercâmbio internacional e a partir do que era considerado benéfico para facilitar a adaptação dos alunos de intercâmbio, com o objetivo de permitir uma maior integração entre os alunos internacionais e os alunos locais. Segundo os entrevistados, após um ou dois semestres de aprendizados obtidos através de tentativas, acertos e erros foi possível identificar as atividades bem-sucedidas, que deveriam ser oferecidas com mais frequência, e em todos os semestres.

A partir dessa constatação, os integrantes do núcleo do *Brother Carioca* conseguiram estruturar, em parceria com a CCCI, um calendário que complementasse os serviços e atividades oferecidos por essa unidade. No momento de nossa pesquisa, o calendário oficial do *Brother Carioca* previa o oferecimento de: piquenique de boas-vindas e piquenique de encerramento do semestre; rodas de conversa; torneio de futebol e voleibol; visita aos principais pontos turísticos da cidade e a alguns museus; e passeio por algumas trilhas pela cidade. Verificamos, também, que além dessas atividades os integrantes mais antigos da rede procuram apresentar aos alunos internacionais os lugares mais populares da cidade, em geral aqueles frequentados por jovens universitários, incluindo bares, restaurantes, casas noturnas, etc. Também verificamos que os responsáveis pelo “*Brother*” estão “sempre” abertos a considerar

a inclusão de novos membros para o núcleo, avaliar novas propostas de atividades e que todos os integrantes da rede podem apresentar sugestões.

Entretanto, considerando que até o presente momento não é realizada uma análise formal das ações promovidas pelo “*Brother*”, constatamos que o sucesso das iniciativas propostas é medido informalmente, através do número de participantes que se engajam nas atividades e pelo boca-a-boca das pessoas após o evento – realizado de forma física e nas redes sociais digitais, por meio de imagens (fotos e vídeos) e relatos no formato de texto.

Nas entrevistas identificamos que as tecnologias digitais mais relevantes para os integrantes do *Brother Carioca* são as que facilitam a comunicação entre eles, viabilizam a exposição e a troca de conteúdos, e as que permitem que pesquisas sejam feitas nesse ambiente. Há, portanto, um uso intenso das redes sociais digitais. Para os entrevistados, as tecnologias digitais mais relevantes para o “*Brother*” são: as redes sociais *WhatsApp* e *Instagram*, e, em menor intensidade, a rede *Facebook*. Verificamos ainda que a rede social *Youtube* é bastante utilizada para o acesso a conteúdos audiovisuais e que a principal ferramenta para a realização de pesquisas no ambiente web foi o sistema de busca *Google*. Segundo os entrevistados, a comunicação e a troca de conteúdos entre os membros do *Brother Carioca* se faz principalmente utilizando as redes sociais em detrimento dos serviços de correio eletrônico (*e-mail*).

A principal ferramenta utilizada para a comunicação entre os membros do “*Brother*” é a rede social digital *WhatsApp*. Todos os semestres os integrantes do núcleo criam um novo grupo oficial do “*Brother*” no *WhatsApp*. O objetivo é possibilitar a inclusão de novos membros, especialmente dos estudantes internacionais que acabaram de chegar para o período acadêmico em questão, embora os integrantes do “*Brother*” do semestre anterior também sejam convidados a participar.

Os entrevistados relataram que esta ferramenta atende às necessidades de comunicação do dia-a-dia e permite que questões relacionadas à vida prática e acadêmica sejam esclarecidas de forma ágil e dinâmica. Por exemplo, esclarecer o

horário de funcionamento de agências bancárias, como usar o laboratório de computadores ou a biblioteca da Universidade, etc.

Entretanto, constatamos que frequentemente – em todos os semestres – esse grupo atinge o limite máximo de participantes permitido por essa ferramenta, que são 256 pessoas. Por consequência, em virtude deste limite, muitos alunos são impossibilitados de ingressar no grupo principal do “*Brother*” no *WhatsApp*. Nesse sentido, verificamos que grupos alternativos secundários, e subgrupos do grupo principal do “*Brother*” também são criados com frequência. Muitas vezes esses grupos são organizados por membros que não pertencem ao núcleo do “*Brother*”, sejam eles alunos brasileiros ou internacionais. Estes grupos são criados para contornar o limite máximo de participantes imposto pelo *WhatsApp* e, assim, ampliar o contato para um maior número de alunos. Esses grupos secundários surgem, também, por ocasião de um determinado evento ou uma atividade relacionada a temas ou interesses específicos, tais como a prática de esportes, a participação em atividades culturais, grupos de estudo de uma determinado conteúdo, a participação em eventos de música e dança (samba/forró), viagens, etc.

Por outro lado, de acordo com os entrevistados, o uso da rede social *Instagram* vem ganhando cada vez mais relevância entre os membros do “*Brother*”. Dentre as principais características dessa ferramenta, é possível destacar que, além de não existir um limite de pessoas que podem seguir o perfil do “*Brother*” nesta rede, o que permite que uma única comunicação atinja um maior número de pessoas, o *Instagram* é mais adequado ao compartilhamento de conteúdos de imagens e vídeos. Nessa questão, foi relatado durante as entrevistas que no *WhatsApp* a grande quantidade de inserções de conteúdo – textos e imagens – de forma não organizada, ou não referenciada/hierarquizada, faz com que a comunicação entre os integrantes do “*Brother*” constantemente apresente ruídos e, em decorrência disso, muitas informações percam sua clareza e objetividade. Dessa forma, o *Instagram* vem sendo utilizado como a principal ferramenta digital para promover os eventos e atividades organizados pelos membros do “*Brother*”, enquanto o *WhatsApp* está sendo utilizado como a principal ferramenta para a comunicação “regular” entre os membros do grupo.

Segundo os entrevistados, a presença do “*Brother*” no *Facebook* se mantém por ela ter sido a mais importante rede social digital até um passado recente, e por estar associada a uma representação institucional do *Brother Carioca* no ambiente *web*. Embora o *Facebook* ainda seja uma das maiores redes sociais do mundo – tanto para pessoas quanto para empresas – os entrevistados mencionaram que esta rede está dividindo o mercado com outras redes sociais digitais e plataformas, com ferramentas de comunicação digital, e que por isso o *Facebook* perdeu relevância para muitos usuários. Além disso, também foi mencionada a perda de confiança nessa rede depois de relatos de vazamento de dados, problemas com o algoritmo que gerencia os conteúdos e publicações que são exibidos para cada usuário, e suspeitas de manipulação de informações.

Cumpre destacar ainda, conforme afirmam os responsáveis pelo *Brother Carioca*, que desde o surgimento desta iniciativa, os estudantes de Portugal praticamente não participam das atividades propostas. Os alunos portugueses em geral não fazem parte dos grupos criados pelo “*Brother*” na rede social *WhatsApp*, embora muitos acompanhem o “*Brother*” em outras redes sociais, como o *Instagram* e o *Facebook*. Portanto, embora seja possível afirmar que os alunos portugueses se sintam relativamente confortáveis em nossa cidade, dispensando maiores atenções quanto aos seus processos de adaptação e de integração, não se pode dizer que eles são indiferentes às iniciativas propostas pelo *Brother Carioca*.

Com o objetivo de complementar essas reflexões iniciais, e a partir da constatação de que até o presente momento uma análise formal e sistematizada das ações promovidas pelo *Brother Carioca* não era efetuada, convidamos no segundo semestre de 2019 alguns alunos internacionais, que estavam participando de intercâmbio na PUC-Rio, e alguns alunos brasileiros, que estavam no exterior participando de programas de mobilidade internacional através da CCCI, a responderem a um questionário-pesquisa. A intenção era levantar informações, na qualidade de fontes primárias, que pudessem contribuir com o nosso estudo.

A pesquisa realizada com os alunos internacionais teve como meta examinar o *Brother Carioca* sob o ponto de vista dos (possíveis) participantes – usuários desta rede de acolhimento e integração. Os principais objetivos foram: 1) Examinarmos a

satisfação desses alunos quanto às atividades oferecidas; e 2) Identificarmos as preferências de uso das tecnologias digitais pelos integrantes do “*Brother*”.

Nesse sentido, considerando que as atividades de acolhimento e de integração se mostram ainda mais relevantes para os estudantes que possuem pouco domínio do idioma e pouca familiaridade com a cultura do país de destino, decidimos realizar a pesquisa com alguns alunos internacionais que estavam cursando os níveis iniciais da disciplina de ensino de português para estrangeiros. Portanto, alunos dos níveis 1 e 2. Dessa forma, no dia 26 de setembro de 2019, entregamos, presencialmente, o nosso questionário-pesquisa a todos os alunos que estavam nessa data em duas turmas da disciplina, uma turma do nível 1 e uma do nível 2. O apêndice 3 apresenta o questionário utilizado.

Um total de 39 estudantes respondeu o questionário: 21 alunos pertencentes à turma de ensino de português do nível 1 e 18 alunos pertencentes ao nível 2. Essa amostra foi relevante porque incluiu alunos de diferentes instituições, países e um extenso leque de culturas. As respostas revelaram que os alunos eram originários da Alemanha, Bolívia, Canadá, Chile, Espanha, EUA, França, Holanda, Inglaterra, Israel, Japão, Noruega, Suíça e Uruguai. Portanto, a pesquisa, além de ter incluído alunos dos principais países que participam de programas de intercâmbio na PUC-Rio através da CCCI, também se mostrou bastante representativa da diversidade de alunos internacionais que estudam nessa instituição.

As respostas mostraram que aproximadamente 95% desses alunos estavam familiarizados com o *Brother Carioca* e já haviam participado de algum programa/atividade de adaptação e/ou integração oferecidos pelo “*Brother*” ou pela CCCI. Em torno de 90% dos estudantes pesquisados estavam cientes de que o *Brother Carioca* era uma iniciativa administrada e organizada por alunos da PUC-Rio.

Cerca de 50% dos alunos afirmaram terem conhecido o programa *Brother Carioca* apenas quando participaram da orientação de boas-vindas oferecida pela CCCI. Aproximadamente 35% já tinham conhecimento deste programa antes mesmo de terem deixado seus países de origem, através de pesquisas realizadas na internet, informações disponibilizadas por suas Universidades de origem e, também, através de

relatos de outros alunos que haviam participado de programas de intercâmbio em outros períodos na PUC-Rio. Em torno de 15% dos alunos tomaram conhecimento das iniciativas promovidas pelo *Brother Carioca* apenas durante o intercâmbio.

Embora os alunos internacionais tivessem conhecimento que o “*Brother*” oferecia atividades de apoio relacionadas à vida acadêmico-universitária e à adaptação na cidade, aproximadamente 85% dos alunos mencionaram que as atividades propostas eram direcionadas, principalmente, à socialização e a integração. Nesse sentido, foi possível verificar que, de acordo com a percepção dos alunos internacionais, as atividades culturais estavam em um segundo plano. Não foi relatado o uso de qualquer tecnologia digital para aprofundar ou promover experiências culturais ou interculturais.

O envolvimento nas atividades propostas pelo “*Brother*” variou entre envolvido (35%), indiferente (25%) e pouco envolvido (25%). Cerca de 12% afirmaram não terem se envolvido com as atividades propostas. Apenas 3%, aproximadamente, relataram um alto nível de envolvimento.

As redes sociais digitais foram indicadas como as principais ferramentas de comunicação utilizadas pelo “*Brother*”. Embora o *WhatsApp* tenha sido apontado como a ferramenta mais utilizada, os estudantes também mencionaram o uso do *Instagram* e do *Facebook*. Quando questionamos sobre quais eram as redes sociais mais utilizadas por eles, as respostas foram semelhantes: *WhatsApp*, seguido do *Instagram* e *Facebook* em intensidade similar.

Em torno de 60% dos alunos afirmaram que participavam de alguma comunidade no *Facebook* com o objetivo de obter mais informações sobre algum tema, saber sobre eventos e para integração.

Aproximadamente 80% dos alunos relataram terem recebido alguma informação sobre como as atividades propostas pelo “*Brother*” seriam realizadas, ou que estas informações estavam disponíveis nas redes sociais usadas pelo programa. Cerca de 50% dos pesquisados mencionaram que houve algum acompanhamento após a realização das atividades. Entretanto, foi possível observar que estes alunos estavam se referindo à repercussão das atividades por meio de “boca-a-boca” e nas

redes sociais digitais – notadamente pelos comentários no formato textual e através do compartilhamento de imagens e vídeos.

Aproximadamente 55% dos alunos afirmaram que o “*Brother*” facilitou o seu processo de adaptação. Cerca de 60% confirmaram que o “*Brother*” ajudou a integrá-los. 20% dos alunos afirmaram terem ficado muito satisfeitos com o *Brother Carioca* enquanto programa de adaptação/integração como um todo. Em torno de 43% consideraram o programa apenas satisfatório, enquanto aproximadamente 30% dos estudantes indicaram indiferença quanto ao programa. Cerca de 3% dos alunos que participaram de nossa pesquisa indicaram insatisfação e 4% não responderam a essa questão. Nenhum aluno mencionou total insatisfação.

Quanto às críticas e sugestões mais relevantes apresentadas, podemos destacar: 1) Crítica quanto à baixa presença de brasileiros nas atividades propostas pelo “*Brother*”. Nesse sentido, foi sugerido que uma divulgação mais intensa fosse realizada entre os alunos da PUC-Rio e até de outras Universidades; 2) Insatisfação quanto ao excesso de comunicações realizadas em português no grupo do *WhatsApp*. Considerando que muitos alunos que participam do *Brother Carioca* não possuem o domínio do idioma Português, alguns alunos sugeriram que uma maior quantidade de comunicados e aqueles de maior relevância fossem escritos no idioma Inglês; e 3) Reclamação quanto ao excesso de informações consideradas inúteis, lixo eletrônico e spam, publicados no grupo do *WhatsApp*. Conforme já percebido pelos responsáveis pelo núcleo do *Brother Carioca*, a grande quantidade de conteúdos publicados no grupo do *WhatsApp* de forma não organizada e/ou não referenciada/hierarquizada, prejudicam uma comunicação eficiente entre os integrantes do “*Brother*”. Dessa forma, muitos alunos destacaram que inúmeros comunicados e informações importantes são constantemente perdidos pelo excesso de conteúdo e pela dificuldade em acompanhar as atualizações nessa rede social. Também foi recomendado um uso mais intenso de outras redes sociais digitais, como o *Instagram* e o *Facebook*, e que fossem observados os pontos fortes de cada rede social para assim garantir mais efetividade nas comunicações.

Já a pesquisa realizada com os alunos brasileiros, que estavam em intercâmbio no exterior, e foram convidados a participar respondendo a um questionário, teve

como principais objetivos: 1) Verificarmos as suas percepções quanto ao processo de acolhimento e integração em suas Universidades de destino; e 2) Identificarmos as tecnologias digitais mais utilizadas por esses programas de acolhimento. A pesquisa com esses alunos foi realizada durante o mês de outubro de 2019, por meio de um questionário disponibilizado na plataforma *Google Forms*. O apêndice 4 apresenta este questionário.

Com o imprescindível auxílio da CCCI, cerca de 120 alunos, que tinham iniciado seus programas de intercâmbio internacional no segundo semestre de 2019, foram aleatoriamente convidados a responder a esse questionário. A fim de garantir que o convite para participar dessa pesquisa efetivamente chegasse a esses alunos, uma mensagem de correio eletrônica foi enviada pela CCCI. 16 alunos responderam ao questionário-pesquisa. Embora não seja um número relativamente expressivo, essa amostra foi relevante porque cobriu diversas instituições em diferentes países: Alemanha, Canada, Dinamarca, Escócia, Estados Unidos, Espanha, França, Holanda, Inglaterra, Peru e Portugal. Vale ressaltar que esses países são muito procurados pelos alunos da PUC-Rio para a realização de programas de mobilidade internacional. Além disso, os 16 alunos estavam participando ou já haviam participado de algum programa/atividade de adaptação e/ou integração.

As respostas registradas nesse questionário revelaram que 62% desses alunos tomaram conhecimento desses programas de acolhimento nas universidades de destino antes mesmo de viajar, por meio de pesquisas realizadas por conta própria na internet e através de manuais de orientação disponibilizados para eles. Os demais alunos souberam dessas iniciativas apenas no momento da orientação de chegada em suas instituições de destino. Entretanto, não foi possível ter clareza quanto às pessoas e organizações responsáveis pela administração desses programas. Portanto, se esses programas de acolhimento/integração eram organizados pela instituição de ensino ou pela unidade responsável pela cooperação internacional na Universidade; pelos alunos (organizados em comitês estudantis, organizados em associações/iniciativas gerenciadas por eles mesmos, ou até de forma independente), ou por organizações sem vínculos institucionais com a universidade. Entendemos que a pergunta relativa a esse tema não propiciou uma resposta devidamente esclarecedora.

As respostas revelaram que 62% desses alunos tomaram conhecimento desses programas antes mesmo de viajar, por meio de pesquisas realizadas por conta própria na internet e através de manuais de orientação disponibilizados para eles. Os demais alunos souberam dessas iniciativas apenas no momento da orientação de chegada em suas instituições de destino. Entretanto, não foi possível ter clareza quanto às pessoas e organizações responsáveis pela administração desses programas. Portanto, se esses programas de acolhimento/integração eram organizados pela instituição de ensino ou pela unidade responsável pela cooperação internacional na Universidade; pelos alunos (organizados em comitês estudantis, organizados em associações/iniciativas gerenciadas por eles mesmos, ou até de forma independente), ou por organizações sem vínculos institucionais com a universidade. Entendemos que a pergunta relativa a esse tema não propiciou uma resposta devidamente esclarecedora.

Ainda nas respostas registradas no questionário, verificamos que, 75% atividades propostas estavam relacionadas à integração dos alunos. As demais ações de acolhimento eram referentes à vida acadêmico-universitária e a atividades culturais em geral. Os entrevistados afirmaram um alto envolvimento/participação nas atividades propostas. Assim como relatado pelos alunos internacionais que participaram da nossa pesquisa, nenhum desses alunos brasileiros comentou sobre o uso de qualquer tecnologia digital para aprofundar ou promover experiências culturais ou interculturais.

As atividades eram divulgadas, principalmente, nas redes sociais e também por mensagens enviadas por correio eletrônico. As três redes sociais identificadas como as mais utilizadas pelos programas de acolhimento/integração, por ordem de importância, foram: *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram*. Cabe ressaltar que quando questionamos esses alunos brasileiros sobre quais eram as redes sociais mais utilizadas por eles, as respostas também foram equivalentes: *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook*. 75% dos alunos afirmaram que participavam de alguma comunidade no *Facebook* e, semelhante aos alunos internacionais que participaram de nossa pesquisa, com o objetivo de obter mais informações sobre algum tema, saber sobre eventos e para integração.

Cerca de 95% dos alunos confirmaram que haviam recebido algum tipo de informação sobre como as atividades propostas seriam realizadas. Apenas 31% relataram o uso de pesquisas de satisfação (*feedback*) após a realização das atividades.

Um total de 56% dos alunos mencionaram que um estudante local havia sido indicado para ser o seu anfitrião (*buddy*) para auxiliar no processo de adaptação na universidade e integração. Desses 56%, 37% indicaram terem ficado muito satisfeitos ou satisfeitos com os seus anfitriões. Contudo, 63% dos alunos afirmaram terem ficado insatisfeitos ou demonstraram indiferença quanto aos seus anfitriões.

Um total de 55% dos alunos afirmou ter ficado muito satisfeito com os programas de adaptação/integração como um todo. 25% os consideraram apenas satisfatórios, enquanto 20% indicaram indiferença quanto a esses programas.

Em relação as críticas apresentadas, foram observadas reclamações quanto aos custos relacionados a algumas atividades propostas e à necessidade dos alunos participantes de intercâmbio, em algumas instituições, serem obrigados a adquirirem (comprarem) um pacote de serviços para terem direito a participar das atividades de adaptação e de integração disponíveis. Vale ressaltar que o pacote tinha um valor relativamente alto, ocasionando insatisfação na maioria destes alunos.

A partir dessa pesquisa de campo, verificamos que de uma forma geral o potencial das tecnologias digitais está sendo subutilizado nos projetos de acolhimento e de integração estudados. A seguir, apresentamos o processo de desenvolvimento, aplicação e os resultados de um experimento que propusemos aos integrantes do *Brother Carioca*, com a finalidade de oferecer um outro uso dessas tecnologias, e que procura ajudar a responder à questão: “Como o Design pode facilitar experiências interculturais entre estudantes de intercâmbio internacional por meio de tecnologias digitais?”

5.2. Dinâmica de uma experiência-piloto

Visão geral, proposta & objetivos da experiência-piloto

Como já visto, na pesquisa de campo os alunos internacionais participantes do *Brother Carioca* relataram que são oferecidas atividades de apoio relacionadas à vida acadêmico-universitária e à adaptação na cidade. Entretanto, identificamos, também, que as atividades propostas pelo “*Brother*” são direcionadas, principalmente, à socialização e à integração, e que essas atividades acontecem, exclusivamente, em nível presencial. Além disso, observamos que as tecnologias digitais têm sido utilizadas pelo “*Brother*” quase exclusivamente para facilitar a comunicação entre os seus membros, que se dá por meio das redes sociais digitais – *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook*. Diante dessas constatações, verificamos que existia a oportunidade de, no contexto do *Brother Carioca*, **contribuir para que as tecnologias digitais fossem utilizadas também para aprofundar e promover experiências interculturais**, e assim colaborar com os esforços dessa rede e, por consequência da CCCI/PUC-Rio.

Considerando a relevância das tecnologias digitais na sociedade contemporânea, a preponderância que os conteúdos visuais adquiriram para as experiências sociais, as articulações desenvolvidas entre os conceitos teóricos observados nessa dissertação, e a oportunidade impar que representa estudar em uma instituição de ensino superior fora do seu país de origem, definimos algumas diretrizes que possibilitaram o desenvolvimento de um experimento a fim de atender a esse objetivo, conforme pode ser examinado a seguir:

- . Fazer uso das principais tecnologias digitais já utilizadas pelos membros do *Brother Carioca* – *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook*;
- . Aproveitar o potencial de interação e colaboração existentes entre os integrantes da rede *Brother Carioca*;
- . Dispor do potencial do Design para criar sentido e condições para que experiências significativas aconteçam por meio de uma linguagem visual;
- . Proporcionar uma experiência reflexiva;

- . Possibilitar a análise dos resultados de acordo com os modelos de categorização examinados;
- . Ser incorporado como um serviço/atividade/prática oferecido de forma permanente pelo *Brother Carioca* e/ou pela CCCI;

A partir dessas diretrizes e da compreensão de que produzir e compartilhar conteúdos visuais é algo relativamente natural e ocorre com frequência entre os integrantes do “*Brother*” e que imagens e vídeos podem ser entendidos como relatos visuais de experiências, formas de ver o mundo, registros de épocas, o experimento tomou forma através da proposta de criação de um “**Acervo de memórias**”, desenvolvido através do uso de uma linguagem primordialmente visual.

Tendo por base a noção de Design Participativo e de uma abordagem centrada no usuário, a proposta desse acervo é que ele seja construído pelos próprios integrantes do “*Brother*”, de forma voluntária, colaborativa e compartilhada. Ao se tornarem responsáveis pela criação desse acervo os participantes seriam parceiros de projeto. Acreditamos que esse processo iria gerar empatia, estimularia o engajamento e um maior comprometimento das pessoas com a iniciativa, aumentando as chances de seu sucesso.

Os participantes seriam convidados a selecionar e compartilhar algumas imagens (ou vídeos curtos) que oferecessem um panorama sobre as experiências vividas durante o período de intercâmbio e que iriam fazer parte de um acervo permanente de memórias do intercâmbio da PUC-Rio e do *Brother Carioca*. Essas imagens revelariam informações sobre o cotidiano dos participantes, suas maneiras de perceber o mundo e de entender o seu próprio repertório cultural.

Nesse projeto o Design se apresenta como uma atividade que se propõe a projetar um processo que facilita a construção de sentido desses conteúdos visuais, a partir da organização desses registros. Em um primeiro momento os pesquisadores dessa dissertação assumem o papel de curadores dessas narrativas e, posteriormente, os próprios membros do “*Brother*” e da CCCI ganham autonomia para dar continuidade a esse trabalho. Conforme destaca o filósofo e historiador da arte Georges Didi-Huberman (2012):

Uma imagem bem olhada seria, portanto, uma imagem que soube desconcertar, depois renovar nossa linguagem, e portanto nosso pensamento. [...] Porque a imagem é outra coisa que um simples corte praticado no mundo dos aspectos visíveis. É uma impressão, um rastro, um traço visual do tempo que quis tocar, mas também de outros tempos suplementares – fatalmente anacrônicos, heterogêneos entre eles – que não pode, como arte da memória, não pode aglutinar. É cinza mesclada de vários braseiros, mais ou menos ardentes. (DIDI-HUBERMAN, 2012, p.215)

Além de contribuir para a criação e desenvolvimento desse acervo permanente de memórias do intercâmbio da PUC-Rio e do *Brother Carioca*, a participação nessa iniciativa tem como objetivo encorajar os estudantes a se permitirem um momento de reflexão sobre as suas experiências de intercâmbio. Dessa forma, permite que os alunos estabeleçam um momento de reencontro com o seu momento de vida e de intercâmbio, com as suas individualidades, singularidades e referências. A possibilidade dos participantes acessarem suas memórias afetivas e revisitarem registros do período de intercâmbio é viabilizada. Assim, eles poderiam redescobrir motivações e aspirações. Novas reflexões e construções de sentido – individuais e coletivas, são estimuladas. Encontros e estranhamentos culturais poderiam ser revistos. Os laços desenvolvidos durante o período, e as sensações de pertencimento e de comunidade (com outros alunos de intercâmbio da PUC-Rio, por exemplo), podem ser fortalecidos.

Portanto, a proposta de um acervo de memórias oportuniza um outro uso das redes sociais digitais, que não prioriza a urgência imposta pela interatividade do mundo digital, na qual a vida parece acontecer de forma acelerada, onde tudo precisa ser comunicado de forma imediata, onde os micro instantes de atenção e a excessiva exposição tornam as coisas pobres de significado e de sentido. A proposta é de um outro uso que abre espaço para um tempo de reflexão e sentido. Oferecemos uma oportunidade dos participantes se questionarem e ao mesmo tempo se emocionarem durante o processo. “Uma das grandes forças da imagem é criar ao mesmo tempo sintoma (interrupção no saber) e conhecimento (interrupção no caos)”, (DIDI-HUBERMAN, 2012, p.213). Assim, mal comparando com as artes em geral, e o que as instalações artísticas representam (ou pretendem representar), esse projeto produz mobilizações – enquanto potencial reflexivo – e desmobilizações – no que se refere a

ir contra a apropriação do tempo, o esvaziamento das relações pessoais e a produção de experiências de pouca representatividade.

Para a CCCI/PUC-Rio e para o *Brother Carioca* essas imagens, testemunhos e expressões visuais de diversos estudantes contam a história dos esforços dessas organizações (e pessoas) em fomentar iniciativas de cooperação e integração entre indivíduos de diferentes culturas – por mais complexo, difícil e até mesmo áspero que as bases para essas relações às vezes possam ser. Recorrendo novamente a Didi-Huberman, “é justamente por que as imagens não estão “no presente” que são capazes de tornar visíveis as relações de tempo mais complexas que incumbem a memória na história.” (DIDI-HUBERMAN, 2012, p.212).

Planejamento, desenvolvimento e dinâmica da experiência-piloto

Para dar vida ao projeto entramos em contato com os quatro representantes do núcleo do projeto *Brother Carioca*. Após algumas conversas informais, no início de novembro de 2019 enviamos a eles uma mensagem de correio eletrônico que formalizava a proposta sobre a qual havíamos conversado e seus objetivos. Aproveitamos para sugerir que os alunos de Design integrantes do núcleo ficassem encarregados do desenvolvimento da arte que faria a divulgação do projeto nas redes sociais digitais. Poucos dias depois fomos informados que um desses alunos já estava começando a desenvolver essa arte.

A partir desse momento, estabeleceu-se uma relação de cooperação e parceria para definir como este projeto seria executado. Como o semestre acadêmico já estava chegando ao fim, definimos que a arte precisaria ficar pronta o mais rápido possível para que a divulgação pudesse começar. Ficou decidido que o projeto seria divulgado nas três redes sociais digitais mais utilizadas pelos membros do “*Brother*”.

A fim de preservar a qualidade das imagens que seriam compartilhadas pelos alunos participantes do projeto, decidimos criar e disponibilizar um *weblink* na ferramenta *Google Drive* para o envio dos arquivos. De acordo com os representantes do núcleo do “*Brother*” esse expediente já havia sido utilizado com sucesso anteriormente pelos integrantes da rede para o compartilhamento de imagens de um

evento organizado por eles. Observamos, também, que o uso do *Google Drive* facilitaria o processo de catalogação desses arquivos.

Pensando no volume de registros que receberíamos e na duração do período de intercâmbio de cada participante, decidimos que 10 imagens seria o número ideal a ser enviado por cada um para retratar as suas experiências. Todos os integrantes do “*Brother*”, independente do período em que fizeram intercâmbio na PUC-Rio, poderiam participar da iniciativa e enviar as suas imagens. Não haveria qualquer restrição quanto a imagens feitas de forma casual e já postadas nas redes sociais, fotos artísticas ou com conteúdo político, desde que não apresentassem conteúdo ilegal, ofensivo, segregacionista e/ou discriminatórios, portanto, inapropriados.

Concordamos que, caso a CCCI permitisse, após uma curadoria, algumas imagens seriam transformadas em um vídeo que tentaríamos exibir no coquetel de encerramento do semestre organizado por essa coordenação. Considerando que este coquetel iria acontecer no dia 05 de dezembro de 2019, que muitos alunos já estavam encerrando os seus períodos de intercâmbio na PUC-Rio, que alguns já estavam deixando o Rio de Janeiro, e que precisaríamos de tempo para preparar o vídeo, estabelecemos como prazo limite para o envio das imagens o dia 25 de novembro.

Em conversa com os integrantes do núcleo do “*Brother*”, ficou decidido que eles se responsabilizariam inteiramente pela divulgação do projeto. A divulgação teve início no dia 15 de novembro, logo após a arte ter ficado pronta. Um texto acompanhou a arte explicando em detalhes a proposta. O idioma inglês foi utilizado tanto nos textos presentes na arte como no texto que a acompanhou. O título atribuído ao projeto e utilizado na arte foi: “*Memories Mural 2019.2*” (Mural de Memórias 2019.2). Visando complementar as informações, foi inserido na própria arte o texto: “*The semester is coming to an end and we know everyone has had amazing and incredible experiences!! Be part of our collective memory bank! Let`s share memories!*” (“O semestre está chegando ao fim e sabemos que todos tiveram experiências maravilhosas e incríveis! Faça parte do nosso acervo de memória coletiva! Vamos compartilhar memórias!”).

O texto⁴² que acompanhou a arte detalhou a iniciativa, procurou incentivar os integrantes do “*Brother*” a participarem do projeto, e divulgava o endereço referente ao *weblink* para o envio das imagens, através da plataforma *Google Drive*. A figura 20 apresenta a arte utilizada para divulgar o projeto na rede social *Instagram* do *Brother Carioca*.

Figura 20: Acervo de Memórias 2019.2



Fonte: *Brother Carioca* - rede social Instagram.
Acesso em: 18/11/2019

No dia 21 de novembro de 2019, seis dias após o início da divulgação e apenas a quatro dias para o encerramento do prazo limite para a participação no projeto, verificamos que, até aquele momento, nenhuma imagem havia sido enviada para o *Google Drive*. Na data citada acima, foi realizado um novo esforço de divulgação no grupo principal do “*Brother*” na rede social *WhatsApp*. Nessa oportunidade, um novo texto acompanhou a arte elaborada para a divulgação do projeto. Esse texto incentivava, mais uma vez, a participação nessa iniciativa e alertava sobre a proximidade da data-limite para o envio das imagens. Além disso, informava que, a partir dessa data, também seria possível enviar as imagens

⁴² Hey brothers!! The semester is coming to an end... and we are very nostalgic about it. We know you all certainly had the greatest times getting to know a new country, making friends from all over the world and being close to the carioca way of life!! So many moments, so many memories, so many pictures!! With that, we would like to invite you all to participate in our Brother Carioca collective memory bank. To be part of this simply send us 10 photos that portray your exchange experiences during this semester. Also!! If you did your exchange in another semester but want to share your experience, feel free to send us your pictures as well!! We will love to go back and remember so many good times we had!! Link for uploading photos <https://drive.google.com/drive/folders/12M7wjzN8uIKGzRHveAWAbder3-xtiA49?usp=sharing>. Please send us till 25th November. Brother Carioca Team

diretamente para um dos representantes do núcleo, utilizando a rede social digital *WhatsApp*. Essa ação teve por objetivo simplificar o processo de envio das imagens, mesmo que isso compromettesse, em alguma extensão, a qualidade delas.

Ainda no dia 21 de novembro de 2019, em uma conversa informal com um dos representantes do núcleo, foi levantada a possibilidade deles também contribuírem com a construção do acervo, e que essa iniciativa poderia incentivar outros integrantes a participarem também. Além disso, comentou-se que as imagens enviadas por eles seriam um excelente exemplo do tipo de imagens esperadas para compor este acervo de memórias. Portanto, a participação e as imagens enviadas por eles serviriam como inspiração e referência para os demais integrantes do *Brother*.

Entretanto, ao final do prazo-limite para o envio das imagens, dia 25 de novembro, infelizmente constatamos que não havíamos recebido nenhuma imagem. No dia 27 de novembro, dois dias após o encerramento do prazo-limite, decidimos reabrir o projeto e estender o prazo anteriormente previsto, estipulando um novo limite – dia 04 de dezembro, véspera do coquetel de encerramento da CCCI. Nesse caso, a ideia inicial, de produzirmos um vídeo com algumas dessas imagens, foi pontualmente descartada.

Ainda no dia 27 de novembro, uma nova divulgação foi realizada no grupo principal do “*Brother*”, na rede *WhatsApp*, comunicando essa prorrogação. Entretanto, mais uma vez, não houve contribuições de imagens para o projeto.

Finalmente, cabe ressaltar, também, que mais um esforço de aplicação desse experimento foi considerado em janeiro-fevereiro de 2020, quando a CCCI recebeu um novo grupo de alunos internacionais, para iniciarem seus programas de mobilidade internacional na PUC-Rio. Cogitamos a ideia de convidá-los a participar do experimento, mas com os aprendizados adquiridos nas tentativas anteriores, vimos que, novamente, não haveria tempo suficiente para estruturar a divulgação da proposta e gerar engajamento entre esses alunos. Refletimos também sobre a maneira como deveríamos encaminhar uma nova tentativa do experimento e decidimos que teríamos que nos preparar melhor para isso, com base no que havíamos aprendido e traçar uma nova estratégia.

5.3.

Resultados do experimento e conclusões parciais

Conforme relatamos, não recebemos contribuições de imagens para a formação do acervo. Dessa forma, não houve registros ou dados que pudessem ser examinados e que nos permitissem apurar os resultados do experimento de forma efetiva. Esse fato nos surpreendeu, uma vez que no estudo realizado ao longo da pesquisa observamos que os integrantes da Geração Z fazem uso intenso e se expõem de forma vigorosa nas redes sociais e, portanto, acreditávamos que o experimento provocaria grande interesse e participação. Torna-se difícil compreender os motivos que levaram os integrantes do *Brother Carioca*, inclusive dos membros do núcleo dessa rede, a não se envolverem na proposta contribuindo com imagens. Entretanto, como experimento-piloto, idealizado e desenvolvido a partir de uma abordagem colaborativa, resultante do diálogo entre os participantes do projeto, numa perspectiva de Design Participativo, trazemos algumas reflexões e conclusões que podem guiar novas tentativas da experiência de criação do acervo no futuro.

A partir das considerações que oferecemos no subcapítulo 3.3, que evidenciaram a importância que deve ser atribuída a todos os elementos que participam da interação usuário-produto (usuário, produto e contexto de uso), uma primeira reflexão está associada ao curto período existente entre o início da divulgação do projeto e o prazo limite estabelecido para o envio das imagens, apenas 10 dias. Este prazo se mostrou muito curto para a divulgação do experimento e para a sensibilização do público-alvo. Uma segunda razão está associada ao momento de realização do experimento. Ficou evidente que conduzir um experimento desse tipo próximo ao encerramento do ciclo acadêmico e, portanto, perto das provas de fim de ano e do momento de regresso dos alunos para os seus países de origem, não colaborou com o seu sucesso. Acreditamos que uma iniciativa como esta necessita de mais tempo para ser divulgada e que o seu início deve acontecer no momento da chegada dos alunos para os seus programas de mobilidade internacional. Dessa forma, o engajamento dos participantes pode acontecer gradualmente e os objetivos da proposta podem ser reforçados com frequência ao longo do período de intercâmbio.

Entendemos que o excesso de estímulos e distrações a que todos nós estamos sujeitos no dia-a-dia, conforme visto no subcapítulo 2.3, que abordou questões referentes à sociedade digital e à Geração Z, podem ter contribuído para um esvaziamento do experimento, dificultando a compreensão de seus objetivos, prejudicando a formação de uma relação emocional e empática dos participantes com a experiência e, por consequência, comprometendo o engajamento dessas pessoas. Dessa forma, é provável que os integrantes do “*Brother*” e o experimento em si possam ter sido vítimas da velocidade acelerada imposta pelas tecnologias digitais à sociedade contemporânea, que esvazia as coisas de sentido e transforma qualquer experiência em algo efêmero. Retomando as reflexões apresentadas no subcapítulo 3.3, que destacaram a importância da emoção como um dos fatores mais relevantes para a produção de experiências ricas em significado e, portanto, de um design bem-sucedido, é possível que não tenha ficado claro que esta proposta, além de ser interessante para o *Brother Carioca* e para a CCCI/PUC-Rio, poderia ser proveitosa para os próprios intercambistas. Conforme examinado anteriormente, através de uma linguagem visual, o Acervo de Memórias poderia proporcionar aos participantes uma experiência reflexiva, onde as memórias – individuais e coletivas – relacionadas à experiência de intercâmbio pudessem ser revisitadas. Estamos certos de que este é um dos pontos mais interessantes dessa proposta. Todavia, isto parece não ter sido percebido pelos participantes e, portanto, assumimos que não foi devidamente trabalhado durante o período de divulgação e no decorrer do processo que buscava gerar engajamento.

Por outro lado, cumpre lembrar que, no momento dessa pesquisa e da realização do experimento, o núcleo responsável pelo projeto *Brother Carioca* era composto por apenas quatro integrantes. Dois alunos que estavam próximos de se graduarem e, de certa forma de se afastarem do “*Brother*”, e dois alunos que haviam entrado para o núcleo há pouco tempo. Entendemos que essa composição não favoreceu a divulgação do experimento e o processo de engajamento. A atenção dos que estavam se graduando se encontrava voltada mais para fora da universidade e a dos alunos que estavam entrando para o “*Brother*”, ainda para um reconhecimento do contexto e adaptação inicial. Nesse sentido, como os integrantes do núcleo do

“*Brother*” ficaram responsáveis por toda a divulgação do experimento, não acompanhamos mais de perto a sua execução ou a troca de comentários que ocorreu nas redes sociais. Acreditamos que com mais pessoas encarregadas pela divulgação de uma proposta desse tipo e com mais tempo para se dedicar a essa função, nosso intuito possa ser alcançado.

Observamos que a proposta também deveria ter sido levada à apreciação da CCCI. Dessa forma, na qualidade de Coordenação Central de Cooperação Internacional da PUC-Rio, ela poderia ter sido abraçada institucionalmente, e contado com uma contribuição efetiva na sua divulgação e execução, atingindo um número maior de estudantes – e não apenas os integrantes da rede *Brother Carioca*.

Para efeito de complementação do experimento, em nosso planejamento prevíamos que os registros visuais obtidos seriam tratados e examinados da seguinte forma:

- . Classificação das imagens de acordo com a sua adequação - apropriadas seriam mantidas e inapropriadas (conteúdo ilegal; ofensivo; segregacionista e/ou discriminatório) não seriam utilizadas;
- . Organização das contribuições classificadas como adequadas/apropriadas dos participantes pelos seus países de procedência;
- . Agrupamento das imagens quanto ao período (data) em que foram feitas;
- . Catalogação das imagens quanto às suas categorias temáticas ou tipos de imagens (lugares; pessoas; representações; emoções; relações afetivas; ...);
- . Verificação, reconhecimento de narrativas e memórias individuais em cada composição de imagem;
- . Construção de narrativas e histórias coletivas a partir das composições individuais;
- . Desenvolvimento de reflexões e estabelecimento de relações entre essas narrativas coletivas e os modelos de categorização de cultura, conforme elaborados por Edward T. Hall (1977, 1983 e 1989); Hofstede & Hofstede (2005); e Richard D. Lewis (2006).

Acreditamos que, através desses procedimentos, tal qual em um jogo de quebra-cabeça ou em um caleidoscópio, as imagens revelariam semelhanças e diferenças de narrativas. Assim, um denso mapa de experiências, relações afetivas, emoções e sentimentos viria à tona. Uma pluralidade de olhares, referências, escalas e escolhas temáticas que permearam as experiências de intercâmbio internacional desses participantes formaria uma constelação de sentidos ou percepções. Desta forma, buscaríamos produzir um saber crítico sobre essas imagens e, conforme sugere Didi-Huberman (2012), entendê-las “ao mesmo tempo como documento e como objeto de sonho, como obra e objeto de passagem, como monumento e objeto de montagem, como não saber e objeto de ciência” (DIDI-HUBERMAN, 2012, p.208).

Nossa indicação, para uma próxima tentativa de criar as condições para que o “**Acervo de memórias**” seja proposto e realizado de forma a atingir os seus objetivos e efetivamente aconteça, é que a iniciativa seja organizada conjuntamente pela CCCI e pelo “*Brother*”. Assim, os esforços para a sua divulgação e engajamento poderão ser compartilhados e todos os alunos internacionais sob a responsabilidade da CCCI poderiam ser alcançados. Nesse sentido, um outro ponto que apareceu no experimento-piloto e deve ser contemplado está relacionado às ações de divulgação da proposta, que devem considerar o calendário acadêmico da PUC-Rio e de atividades oferecidas durante o semestre, conciliando as agendas e viabilizando a participação dos alunos sem sobreposições de demandas.

Recomendamos, também, que uma ação de divulgação dessa proposta seja feita antes dos alunos internacionais deixarem suas cidades de origem. Dessa forma, os alunos seriam informados sobre a proposta de elaboração de um acervo de memórias, antes mesmo de chegarem ao Rio de Janeiro, e convidados a trazerem consigo ou enviarem algumas imagens que fossem representativas de suas experiências de vida e também de algumas expectativas relacionadas ao período de intercâmbio no Brasil, na PUC-Rio. Acreditamos que essas imagens poderiam contribuir para desencadear conversas iniciais, trocas entre estudantes de diferentes culturas e para o processo de integração dos intercambistas. Além disso, funcionariam como um exercício de composição de experiências e construção de narrativas por

meio das imagens, e assim os alunos seriam estimulados a registrar suas experiências durante o período de intercâmbio, e contribuir para o “Acervo de memórias” proposto.

Finalmente, após as primeiras manifestações de adesão ao projeto, com imagens coletadas/recebidas e, portanto, a partir de um primeiro acervo de imagens, mais uma ação poderia ser acrescentada aos esforços para a divulgação e para gerar novos engajamentos: no coquetel oferecido como boas-vindas no início do semestre, as imagens dos alunos que estão chegando e dos que participaram do intercâmbio na Universidade em períodos anteriores, poderiam ser exibidas, retratando o universo de pessoas que participaram do programa de mobilidade internacional da PUC-Rio. Desta forma, seriam integradas as expectativas dos alunos que chegam com as experiências vividas por estudantes de outros períodos, promovendo assim um ambiente de trocas interculturais e intercâmbio na Universidade.

Cabe ressaltar que até que esse projeto seja reconhecido e internalizado como parte da experiência de intercâmbio na PUC-Rio, os objetivos da dinâmica e sua proposta devem ser esclarecidos e reforçados com frequência. Assim, conforme mencionado anteriormente, deve ser fortalecida a ideia de que através de uma linguagem visual, o projeto proporciona uma experiência reflexiva – individual e coletiva – sobre o período de intercâmbio. Portanto, um projeto que se mostra valioso para os próprios participantes.

Acreditamos que essas ações irão criar as condições para que haja engajamento dos alunos e seus resultados possam ser verificados.

6. Considerações finais e desdobramentos da pesquisa

Esta pesquisa partiu da motivação de estudar questões relacionadas ao Design, ao cruzamento de culturas e as tecnologias digitais a fim de discutir algumas possibilidades de contribuição do design para o desenvolvimento de uma sociedade que seja melhor para se viver.

Observamos que na PUC-Rio, as ações empreendidas pelo departamento de cooperação internacional dessa instituição (CCCI) e pela iniciativa *Brother Carioca*, para facilitar o processo de adaptação e integração dos alunos internacionais e nacionais da Universidade em situação de intercâmbio e fomentar trocas culturais poderiam ser examinados por uma abordagem de design. Considerando a relevância que as tecnologias digitais adquiriram para a sociedade contemporânea e reconhecendo o seu potencial para contribuir com os nossos objetivos, apresentou-se de forma natural a questão que norteou essa pesquisa: “como o Design pode facilitar experiências interculturais entre estudantes de intercâmbio internacional por meio de tecnologias digitais?” A partir dessa provocação foi desenvolvido um trabalho de investigação com o objetivo de entender possíveis formas de abordar e responder a essa questão. Nesse contexto, identificamos que o *Brother Carioca* se apresentava como um excelente objeto de estudo, uma vez que esse projeto se desenvolveu a partir da iniciativa de alguns alunos da PUC-Rio, de forma colaborativa e voluntária, e é estruturada num formato de rede.

Iniciamos a nossa pesquisa desenvolvendo reflexões sobre a noção de cultura e discutindo como a sociedade (de uma forma geral) e os integrantes da rede *Brother Carioca* são impactados e fazem uso das tecnologias digitais contemporâneas.

Verificamos que a cultura não pode ser dissociada da forma como os seres humanos compartilham significados e dão sentido às coisas. Observamos que a cultura é dinâmica e se transforma, e que a base identitária de um indivíduo e o que define um grupo são, sobretudo, aspectos psicológicos e abstratos. Códigos sociais e de convivência, considerações de ordem moral e de juízo de valor, representações simbólicas que são aprendidas, construídas e compartilhadas nas interações sociais que se desenvolvem no dia-a-dia. Verificamos, portanto, que parte dos problemas que

surgem nas interações entre diferentes culturas pode ser atribuído ao não compartilhamento de um mesmo repertório comunicacional e de uma assimetria referente à interpretação de valores e símbolos culturais.

A fim de entender como as diferentes culturas se relacionam, partimos das percepções de que a cultura funciona como uma lente através da qual as pessoas interpretam o mundo e que as relações culturais estão atravessadas por questões de poder, por relações hierarquizadas, marcadas pelo preconceito e discriminação, por generalizações e estereótipos. No entanto, enfatizamos que em virtude dos avanços tecnológicos contemporâneos, os intercâmbios culturais ocorrem em um ritmo intenso, provocando uma sobreposição e, com relativa frequência, uma homogeneização de culturas. Dessa forma, embora qualquer generalização deva ser tratada com extrema parcimônia, fizemos uso dos principais modelos de categorização de culturas para examinar, através dessas propostas de generalizações, como pessoas de distintas culturas fazem uso dos seus repertórios culturais e em diferentes contextos.

Essas observações nos levaram a investigar os impactos das tecnologias digitais na sociedade contemporânea através de uma abordagem centrada em aspectos sociais e de subjetividade. Isto nos permitiu desenvolver reflexões sobre algumas transformações que estão ocorrendo na relação espaço-tempo, nas relações sociais, nas relações de trabalho e nas dinâmicas de produção, em consequência da adoção massiva das tecnologias digitais. Examinamos que esse modelo de sociedade se estabelece centrada num fluxo veloz de produção e de troca de informações, valoriza a atividade ininterrupta, as interações constantes, e a reação ao invés da reflexão. Observamos que há uma excessiva exposição e que os conteúdos visuais adquiriram preponderância nas interações e experiências sociais. Verificamos, também, que há um excesso de consumo, em suas mais variadas formas, que esvazia as experiências e reduz os momentos significativos a uma ininterrupta sucessão de momentos que produzem pouco sentido e satisfação. Vive-se com uma eterna angústia de não se estar fazendo tudo o que poderia ser feito, uma constante frustração em virtude de algo que nunca se concretiza ou se realiza. Assim, identificamos que está em curso uma mercantilização quase generalizada do modo de viver, que impõe uma

homogeneização da vida humana e, conseqüentemente, a perda de singularidade dos indivíduos.

Portanto, nossas reflexões apontaram para uma situação, sem dúvida, complexa. Qualquer projeto que se proponha a oferecer soluções para um público jovem, diverso, internacional e que faz uso intenso das tecnologias digitais, como é o caso dos integrantes da rede *Brother Carioca*, nosso objeto de estudo, deve considerar as suas singularidades e os contextos onde estão inseridos. Nesse âmbito, empreendemos uma revisão de literatura sobre Design com o objetivo de examinar oportunidades de contribuição para a elaboração de um projeto que atendesse aos objetivos da nossa pesquisa.

Verificamos que o Design se caracteriza por ser uma área dinâmica, estreitamente relacionada às artes, à cultura, e à tecnologia, e que vem se transformando e se adaptando procurando responder às necessidades da sociedade ao longo do tempo. Destacamos o entendimento do Design como uma atividade prática, que tem em sua essência o projeto. Nesse sentido, evidenciamos que Design é o processo utilizado para criar algo e não o produto em si. Observamos que a ação projetual no Design é muitas vezes permeada por variáveis de diferentes naturezas, num processo muitas vezes complexo, observando aspectos técnicos, culturais, sociais, éticos e sustentáveis (financeiramente e ambientalmente), e que não obedecem necessariamente a uma cadeia linear de raciocínio. Ao examinarmos o modo particular de pensar do Design e de suas habilidades de integrar conhecimentos e equipes, ressaltamos a essência interdisciplinar e transdisciplinar deste campo do conhecimento.

A partir dessas reflexões, estruturamos o desenvolvimento de nossa investigação em torno do conceito de problemas complexos (*Wicked-Problems*), aqueles que são de difícil enunciação por não possuírem contornos definidos, conforme proposto por Rittel e Webber (1973) e Buchanan (1992). Considerando que “a formulação de um problema *wicked* é o problema” (RITTEL & WEBBER, 1973, p.161, grifo no original), esse conceito nos ajudou a entender como o processo projetual do Design é potencialmente universal e pode ser aplicado a qualquer área da experiência humana. Investigamos que as abordagens de Design vêm contribuindo

com soluções para os desafios que se apresentam na sociedade contemporânea em distintas áreas, como, por exemplo, os relacionados à área tecnológica, a políticas públicas, e também a projetos associados a melhoria da qualidade de vida e a facilitação de inovações sociais, confirmando assim a expansão de seu escopo de atuação.

Consideramos oportuno prosseguir o nosso estudo investigando a relevância das dimensões culturais para o campo do Design. Nesse sentido, partimos da noção de que todo objeto é um signo cultural e está associado a um contexto. O referencial teórico pesquisado e os exemplos relacionados a esse tema reforçaram a ideia de que no processo de concepção e elaboração de um projeto são examinadas diversas referências culturais. Dessa forma, seja na configuração de objetos de uso, ou no desenvolvimento de sistemas de informação, o design participa da composição do universo simbólico e material, promovendo mudanças na sociedade, reinventando o cotidiano e influenciando a construção de valores. Por consequência, constatamos que o design cumpre a relevante função de ao mesmo tempo se apresentar para a sociedade como um produto da cultura e, também, como um antecipador de novos signos e aspectos culturais.

Identificamos que o Design de Serviços, enquanto campo de estudos foi formalmente introduzido no meio acadêmico em 1991. Essa data pode ser considerada um marco na evolução do campo do design, que começa a ser reconhecido como uma área do conhecimento disposta a oferecer soluções para a sociedade que abrangem um conjunto integrado de produtos e serviços. Portanto, não apenas produtos que são o resultado de um processo industrial. Dessa forma, pode-se dizer que através do processo projetual de serviços os designers vêm transformando e ampliando o seu campo de atuação.

Observamos o desenvolvimento de uma atividade projetual de design centrado nas pessoas e no contexto de uso, no qual o usuário é deslocado para o centro do projeto, ocupando, dessa forma, o lugar que antes era reivindicado pelo produto, pela indústria e pelos padrões de consumo. Essa mudança de perspectiva permite que as necessidades do usuário sejam examinadas a partir de uma visão holística, que inclui características físicas, psicológicas e cognitivas, sociais e ideológicas. Nesse sentido,

constatamos que abordagens de design que projetam com o usuário, ao invés de projetar para o usuário, se apresentam com mais capacidade para responder ao desafio que é conceber produtos, serviços e sistemas que atendam às demandas de um indivíduo que está frequentemente sendo envolvido pelos mais variados estímulos. Ao mesmo tempo em que este indivíduo é uma pessoa informada, está constantemente procurando validar seus próprios valores e identidade, por meio de seus hábitos de consumo e de sua própria exposição. Verificamos, ainda, que nesse processo de design com o usuário podem ser criadas condições para que a cooperação entre pessoas, recursos e locais seja facilitada. O designer oportuniza a integração de conhecimentos teóricos e práticos de diversos campos do saber e estabelece as bases para que especialistas e não especialistas em design desenvolvam soluções para as mais variadas demandas. Assim, incluir o usuário como um “parceiro de projeto”, facilita a formação de redes de colaboração e permite que o usuário se torne familiarizado com uma parte significativa do processo projetual. Esse conhecimento gera autonomia e competência possibilitando que o próprio usuário desenvolva outras soluções. Portanto, por meio dessa relação que se estabelece, o design lança as bases para o empoderamento das pessoas envolvidas no projeto.

Observamos que um dos desafios contemporâneos é promover o envolvimento e o engajamento das pessoas em questões que extrapolem o benefício individual ou local e que representem soluções para uma parcela considerável da sociedade. Dessa forma, soluções que encontrem no respaldo das pessoas o apoio para se tornarem soluções escaláveis. Identificamos que isso só ocorre de forma plena quando há objetivos em comum e quando propósitos pessoais e coletivos se alinham. A dificuldade reside, portanto, no fato de que a construção de sentido está relacionada a como as pessoas atribuem significado e conferem sentido às coisas. Desta forma, constatamos que a percepção de valor de um produto ou serviço é gerada pelo usuário e através de uma combinação de atributos funcionais (valor utilidade) e atributos subjetivos/emocionais (elementos intangíveis relacionados a experiência desfrutada durante a utilização do serviço). Compreender como esses elementos se relacionam, e como as pessoas atribuem significado e conferem sentido às coisas, permite que

produtos e serviços produzam experiências mais significativas, levando ao engajamento das pessoas.

A partir das nossas investigações verificamos que a experiência é um dos fatores mais relevantes para a construção do significado e que a emoção deve ser entendida como a base para os estudos sobre a experiência. Entretanto, nós identificamos que podemos apenas criar as condições para que uma experiência seja vivida, mas não que essa experiência será vivida e assimilada da forma como ela foi projetada. Observamos, ainda, que uma combinação de elementos participa e influencia a experiência como um todo. Aspectos culturais, que tornam as pessoas únicas e, ao mesmo tempo, pertencentes a determinados grupos, circunstâncias emocionais, psicológicas e físicas, além de experiências anteriores com situações semelhantes são alguns desses elementos. Dessa forma, torna-se essencial compreender que para desenvolver soluções que respondam de forma adequada às demandas da sociedade, torna-se essencial interpretar e traduzir valores culturais e especificidades simbólicas.

Consideramos importante, para o tema central de nossa pesquisa, fazer um levantamento da trajetória da Coordenação Central de Cooperação Internacional da PUC-Rio e de suas iniciativas para viabilizar a mobilidade internacional de estudantes e pesquisadores nessa instituição. Embora tenha sido possível verificar o sucesso dos esforços dessa unidade, percebemos que existe uma oportunidade para contribuir com as ações empreendidas por essa coordenação para facilitar o processo de adaptação e integração dos alunos internacionais e nacionais em situação de intercâmbio na Universidade e também para fomentar trocas culturais.

O estudo realizado sobre o projeto *Brother Carioca* identificou que essa iniciativa se desenvolveu em virtude das limitações encontradas pela PUC-Rio e pela CCCI nesse sentido e que o “*Brother*” tem por objetivo contribuir e complementar os esforços empreendidos pela Universidade. Entre os pontos fortes do *Brother Carioca* destaca-se o fato de ser uma iniciativa desenvolvida de forma colaborativa por estudantes da Universidade. Além disso, verificamos que estar estruturado em um formato de rede, com apenas três níveis, favorece a integração e a colaboração entre

os seus membros, gerando maior envolvimento e possibilitando integrações de mais qualidade.

Constatamos que as tecnologias digitais são utilizadas pelos integrantes do “*Brother*” de forma determinante – e quase exclusiva – para facilitar a comunicação, viabilizar a troca e a exposição de conteúdos, e permitir que pesquisas sejam feitas no ambiente digital. Verificamos que as redes sociais se destacam entre as tecnologias digitais mais relevantes para o “*Brother*” e que dentre as redes sociais mais utilizadas por eles estão, em ordem de prioridade, o *WhatsApp*, o *Instagram* e o *Facebook*. Dessa forma, confirmamos que as tecnologias digitais estão sendo subutilizadas nesse contexto e que existe a oportunidade de, por um processo de design, se aprimorar e potencializar o uso dessas tecnologias.

Identificamos que uma forma de contribuição nesse sentido e de resposta à questão central dessa pesquisa pode ser pela associação do uso das tecnologias digitais a questões culturais e à valorização da construção de sentido da experiência do intercâmbio.

Considerando a preponderância que os conteúdos visuais adquiriram para a sociedade contemporânea, em especial para os integrantes da Geração Z, e partindo do entendimento que ao falarmos de imagens estamos falando de cultura, foi proposto um experimento que consistiu na criação de um “Acervo de memórias do *Brother Carioca*”, que seria construído pelos próprios integrantes do “*Brother*”, de forma voluntária, através de uma linguagem primordialmente visual – imagens (ou vídeos curtos). Além de revelar aspectos culturais dos integrantes dessa rede, essa iniciativa teve como objetivo propiciar aos participantes um momento de pausa e reflexão, em que as experiências de intercâmbio pudessem ser acessadas a fim de permitir uma construção de sentido – de forma individual e/ou coletiva. Portanto, consistiu numa provocação que fomentou um outro uso das tecnologias digitais, contrário à urgência imposta pelo mundo digital, na qual os micro instantes de atenção e a excessiva exposição tornam as coisas pobres de significado e de sentido.

Os resultados do experimento nos permitiram verificar que o uso das tecnologias digitais pode ser aprimorado e potencializado a fim de promover experiências interculturais e aprofundá-las, tanto em nível digital (virtual) quanto real

(presencial). O design pode ser um facilitador para propor iniciativas com esse objetivo e para colocar os usuários no centro desse processo. O desafio, conforme verificado através do nosso experimento, é compreender as especificidades desse ambiente, gerar engajamento, envolvimento e assim oportunizar a construção de experiências significativas.

Nosso estudo revelou um Design que se mostra determinado a conduzir as pessoas para o centro do processo projetual, que procura entender as suas demandas e como elas se articulam na sociedade. Portanto, um Design que observa as dimensões culturais, suas particularidades e valores, e os contextos específicos que permeiam as relações e interações entre as pessoas e entre as pessoas e os objetos. Por consequência, um Design que se apresenta como um tradutor cultural, antecipando e interpretando signos e aspectos culturais, tendo por objetivo desenvolver soluções que enfatizam as necessidades reais dos seres humanos. Um Design que facilita a articulação entre recursos, que relaciona funcionalidade, usabilidade e emoções, e propicia melhores interações entre pessoas de diferentes culturas e contribui para um melhor viver.

Ao relacionar a complexidade que permeia as interações entre diferentes culturas, o conceito de *Wicked-Problems* e a noção de construção de sentido, concluímos ser apropriado tipificar situações de ordem cultural como problemas complexos. Por consequência, indicamos que as iniciativas que tenham como objetivo facilitar o processo de adaptação, integração e fomentar trocas culturais de alunos em situação de intercâmbio sejam identificadas como situações complexas e, portanto, examinadas através de abordagens do Design.

Por outro lado, a conclusão dessa pesquisa foi elaborada durante a pandemia causada pela COVID-19. É inegável que o modo de vida de todos os seres humanos foi transformado pelos riscos associados a essa enfermidade. Diversos setores da economia estão sendo duramente afetados. O setor educacional não é exceção. No que se refere especificamente a nossa pesquisa, foi possível constatar que, até o momento, a mobilidade internacional de estudantes e pesquisadores está temporariamente suspensa.

As tecnologias digitais assumiram ainda mais relevância ao facilitar as colaborações acadêmicas e aproximar centros de pesquisa e pesquisadores. É possível afirmar que todas as instituições de ensino, de todos os níveis, estão tentando se adaptar a essa nova realidade e investindo no oferecimento de cursos e disciplinas a distância, tanto no formato síncrono, quanto assíncrono. Portanto, além de percebermos que esse formato de ensino está recebendo mais aceitação por parte da sociedade, nota-se, também, que esse formato está passando por um momento de intenso desenvolvimento. Embora a interação promovida pelo ensino a distância não substitua a interação face-a-face, está em curso um aprimoramento da experiência de aprendizado no ambiente digital.

Nesse sentido, esperamos que as investigações e reflexões desenvolvidas em nosso estudo se mostrem relevantes para a elaboração de outras propostas sobre trocas interculturais e processos colaborativos de aprendizagem, contribuindo desta forma para que o intercâmbio de conteúdos acadêmicos e culturais seja potencializado, em experiências que aconteçam em maior profundidade no ambiente digital.

7. Referências Bibliográficas

ARAUJO, R. M. E. Um olhar sobre o design social e a prática do design em parceria. In: **Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil**. São Paulo: Blucher, 2017.

BARBOSA, L. **O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual do que os outros**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAKHTIN, M. M. (1929). **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução de Paulo Bezerra. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

BENNETT, M. J. Intercultural communication: A current perspective. In: **Basic concepts of intercultural communication**: selected readings, 1998.

BOAS, F. **Antropologia cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BOMFIM, Gustavo A. Fundamentos de uma teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. **Estudos em Design**, v. V, n. 2, p. 27-41, 1997.

_____. Transformações morfológicas dos eletrodomésticos relativos ao preparo e conservação de alimentos nas moradias da classe média carioca entre as décadas de 1930 e 60. In: COUTO, Rita Maria de Souza; FARBIAS, Jackeline de Lima; NOVAES, Luiza. **Gustavo Amarante Bomfim: uma coletânea**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014, p. 73-86.

BONELLI, João de Sá. **Prática reflexiva em interfaces físicas: uma proposta de ensino-aprendizagem de design de interação**. Tese (Doutorado). Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2016.

Brother Carioca. **Sumário Executivo**. Rio de Janeiro, 2017.

BUCHANAN, Richard. **Wicked Problems in Design Thinking**. Design Issues, The MIT Press, vol. 8, no. 2, pp. 5–21, 1992.

CANAL FUTURA. **Energia Solar | Conexão**. Exibido em: 08/06/2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rpR3k-s6fM8&feature=emb_logo. Acesso em: 05/04/2020.

CANDAU, Vera Maria. Multiculturalismo e educação: desafios para a prática pedagógica. MOREIRA, Antônio Flávio Barbosa; CANDAU, Vera Maria. **Multiculturalismo: diferenças culturais e práticas pedagógicas**. Petrópolis: Vozes, 2008.

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. (2017). **A internacionalização na Universidade Brasileira: resultados do questionário aplicado pela CAPES**. Brasília: Diretoria de Relações Internacionais da CAPES/MEC. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/images/stories/download/diversos/A-internacionalizacao-nas-IES-brasileiras.pdf>. Consulta realizada em: 03/09/2019.

CARDOSO, Rafael. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Blucher, 3. ed. 2008. 276 p.

_____. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Ubu Editora, 2016. 264 p.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede - A Era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHUL HAN, Byung. **Sociedade da transparência**. Lisboa: Relógio D'Água, 2019.

CIPOLLA, Carla. Design, inovação social e sustentabilidade. In: (Org.) MORAES, Dijon De; ITIRO, Lida; Dias, Regina. **Cadernos de Estudos Avançados do Design: Inovação**. Barbacena: EdUEMG - Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais, 2012. p. 65-79.

COUTO, Rita Maria de Souza. Reflexões sobre a questão da interdisciplinaridade. In: **Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar**. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014.

_____. O design social na PUC-Rio. In: **Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil**. São Paulo: Blucher, 2017.

_____. Entrevista (transcrita), 2019.

COORDENAÇÃO CENTRAL DE COOPERAÇÃO INTERNACIONAL. **Relatório anual 2019**. Rio de Janeiro. 2019.

CRARY, Jonathan. **24/7 – Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

BRITO CRUZ, C. H. **A Universidade, a Empresa e a Pesquisa que o País Precisa**. Parcerias Estratégicas. v.5, n. 8º, 2000. p.5-30. Disponível em: http://seer.cgee.org.br/index.php/parcerias_estrategicas/issue/view/8/showToC.

COELHO, Luis Antonio L. (Org.) **Conceitos-chave em Design**. Rio de Janeiro. Ed. PUC-Rio. Novas Ideias, 2008.

DA MATTA, Roberto. **O ofício do Etnólogo, ou como ter “Anthropological Blues”**. In NUNES, Edison de O. A aventura sociológica, Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

DAL BIANCO, Bianca. **Design em parceria: reflexões de projetar sob a ótica do design e emoção**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2007.

DE BARROS MOON, R. M.; CAMPOS ROSSI, D. A práxis do design: Um fundamento teórico no contexto da contemporaneidade. Um estudo acerca das transformações do pensar e fazer design. **Razón y Palabra**, v. 23, n. 106, p. 458-483, 14/01/2020.

DESMET, P. M. A.; HEKKERT, P. (2007). Framework of Product Experience. In: **International Journal of Design**, 1(1), 13-23.

DESMET, P. M. A. (2008). Product Emotion. In: (Org.) HEKKERT, Paul; SCHIFFERSTEIN, Hendrik N.J.; **Product Experience**. Elsevier, 2008, p. 379-397.

DICIONÁRIO DICIO. **Multi**. Disponível em <<http://www.dicio.com.br/multi/>> Acesso 03/02/2020.

_____. **Inter**. Disponível em <<http://www.dicio.com.br/inter/>> Acesso 03/02/2020.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Quando as imagens tocam o real**. Pós: Belo Horizonte, v. 2, n. 4, p. 204-219, nov. 2012.

DRAFT. **Negócios Sociais**. Publicado em: 23/02/2016. Disponível em: <http://www.projetodraft.com/como-dois-nao-engenheiros-fundaram-um-negocio-de-energia-solar-e-impacto-social-a-insolar/>, acesso em 05/04/2020.

FIGUEIREDO, C., BUCICH, C. **O conceito de prazer na relação entre o usuário e o produto**. Bauru: XII SIMPEP, 2005

FORLIZZI, J.; FORD, S.; HANINGTIN, B. 2000. The building blocks of experience: An early framework for interaction designers. In: **CONFERENCE ON DESIGNING INTERACTIVE SYSTEMS: PROCESSES, PRACTICES, METHODS, AND TECHNIQUES**, 3, New York City, 2000. Anais... New York, DIS '00. ACM, p. 419-423.

FRASCARA, Jorge. **Comunicação para Mudança: Estratégias e Dificuldades**. Arcos Design 5. UERJ - Universidade do Estado do Rio de Janeiro. ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial. PPDESDI - Programa de Pós-Graduação em Design. Dezembro de 2009. Tradução: Vera Damazio, D.Sc., PUC-Rio e Juliana Duarte Neves, Mestranda, PUC-Rio.

FREIRE, Karine. (2009). Reflexões sobre o conceito de design de experiências. In: **Strategic Design Research Journal**. Vol. 2. p. 37-44. doi: 0.4013/sdrj.2009.21.05.

GACEL-ÁVILA, Jocelyne; RODRÍGUEZ-RODRÍGUEZ, Scilia. **The Internationalization of Higher Education in Latin America and the Caribbean. An Assessment**. México: Universidad de Guadalajara, 2019.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1989.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, E. T. **A Dimensão oculta**. Tradução Sônia Coutinho. Livraria Francisco Alves Editora S.A. Rio de Janeiro, 1977. 200p.

_____. **The Dance of Life: The Other Dimension of Time**. Anchor Books/Doubleday. Estados Unidos, 1983. 256p.

_____. **Beyond culture**. Anchor Books/Doubleday. Estados Unidos, 1989. 298p.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2006.

HOFSTEDE, G.; HOFSTEDE, J.H. **Cultures and organizations: software of the mind: intercultural cooperation and its importance for survival**. McGraw-Hill; 2a edição. Estados Unidos, McGraw-Hill. 2005. 429p.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª edição. Aleph. 2012.

JORDAN, P. W. **Designing pleasurable products. An Introduction to the new human factors**. London: Taylor & Francis, 2000.

KRUCKEN, Lia. Competências para o Design na sociedade contemporânea. In: (Org.) MORAES, Dijon De; KRUCKEN, Lia. **Cadernos de Estudos Avançados do Design: Transversalidade**. Caderno 2, v. 1. Belo Horizonte: Santa Clara. UEMG, 2008. p. 23-32.

LARAIA, R. de B. **Cultura: um conceito antropológico**. 19. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 2006.

LEWIS, R. D. **When Cultures Collide: leading across cultures**. Nicholas Brealey International. 1a edição 1996, 3ª edição revisada. Estados Unidos. 2006. 625p.

LIMA, Júlia Peixoto de Carvalho. **Marcas que marcam: um estudo sobre a relação emocional das pessoas com as marcas**. Dissertação (Mestrado). Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2008.

LIPOVETSKY, G. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

_____. **A sociedade da decepção**. São Paulo: Manole, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MANZINI, E. **Design: quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2017.

MARTINS, B.; COUTO, R. **Design da Informação e a construção de sentido no desenvolvimento de materiais educativos**. 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2008, São Paulo. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/273204833_Design_da_Informacao_e_a_construcao_de_sentido_no_developmento_de_materiais_educativo_s. 18/04/2019.

MERLEAU-PONTY, M. **A Prosa do Mundo**. Tradução: Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

MELLO, R.; FERNANDES, M.; VELHO, B.; LEMOS, D. INSOLAR: a Escolha da Formalização Jurídica para Negócios Sociais no Brasil. In: **REASU - Revista Eletrônica de Administração da Universidade Santa Úrsula**, v. 4, n. 1 (2019). Disponível em: <http://revistas.icesp.br/index.php/REASU/article/view/783>. Acesso em: 05/04/2020.

MILLER, William R. (1988). **A definição de Design**. Tradução do original The definition of Design por João de Souza Leite. PUC-Rio, Departamento de Artes e Design, Rio de Janeiro, 1997.

MOURA, M. **O design de hipermídia**. Tese (Doutorado). Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP, 2003.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras. 1995.

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil: origens e instalações**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

NORMAN, Donald. **Design Emocional: Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2008.

_____. **O Design do Futuro**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2010.

Oliveira, Flávia da Silva Pereira Albuquerque. **O estereótipo da mulher brasileira nas propagandas de cerveja e a formação intercultural dos aprendizes de PL2E**. Dissertação (Mestrado). Departamento de Letras/Estudos da Linguagem. PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2014.

Oliveira, Caio; Freire, Karine; Franzato, Carlo. (2016). **A INOVAÇÃO SOCIAL ORIENTADA PELO DESIGN: PERSPECTIVAS PARA CRIAÇÃO DE UMA PLATAFORMA HABILITANTE**. 434-444. 10.5151/despro-sbds15-4st703c.

Ono, M. M. Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização. In: **Revista Design em Foco**. vol. I, no. 1, 2004, pp.53-66. Acesso em 26/01/2020. ISSN: 1807-3778. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66110107>

PAPANEK, V. **Design for the real world: human ecology and social change**. Granada publishing. Reino Unido. 1980 (1974 1ª Ed.) 312p.

PARANHOS, Maria Luiza. **Welcome to PUC-Rio!: um estudo sobre alunos internacionais e interação cultural sob a perspectiva do design**. Dissertação (Mestrado). Departamento de Artes e Design. PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2011.

PRODANOV, Cléber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2009.

RITTEL, H.; WEBBER, M. **Dilemmas in a General Theory of Planning**. Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing Company, 1973.

BENEDICT, Ruth. **O Crisântemo e a Espada**. São Paulo: Perspectiva, 1972

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço - O perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, José, L. **O que é cultura**, 16ª ed., RJ: Editora Brasiliense, 1996.

SCHMIDMEIER, Janete; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wünsch. Competência intercultural grupal: uma proposição de conceito. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 135-151, jan. 2018. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512018000100135&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 04/02/2020. <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395159430>.

SENNETT, R. **A corrosão caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

_____. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SERVICE DESIGN NETWORK. **Design de serviços**. Disponível em: <https://www.service-design-network.org/about-service-design>. Acesso em: 18/03/2020.

SIMMEL, G. **A metrópole e a vida mental**. In: VELHO, O. *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro, Zahar, 1973.

_____. **Questões Fundamentais da Sociologia**. Jorge Zahar. Rio de Janeiro, 2006.

Solomon, Michael, R. **O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo, sendo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

THACKARA, J. **Plano B: o design e as alternativas viáveis em um mundo complexo**. Tradução: Cristina Yamagami. Editora Saraiva. 2008.

VASSÃO, C. A. **Metadesign: ferramentas, estratégias e ética para a complexidade**. São Paulo. Blucher, 2017.

Apêndice 1 – Roteiro semiestruturado para entrevista com representantes do núcleo da rede Brother Carioca

1. Nome:
2. Curso/ano na PUC:
3. Você já fez intercâmbio? Sim () Não ()
 - a. Caso positivo, para onde? Quando? Como foi?
4. Durante o seu intercâmbio ou antes de ter entrado para o BC você já havia tido contato com alguma iniciativa semelhante ao BC? Sim () Não ()
 - a. Caso positivo, como funcionava? Pode falar um pouco sobre ela?
 - b. Quem administrava/organizava a iniciativa?
 - c. Quais as características que mais te chamavam a atenção?
5. Quando você entrou no BC?
 - a. Pode falar das transformações? Como era composto o grupo?
 - b. Pode comentar os desafios que foram aparecendo?
6. Por que você entrou no BC?
7. O que você faz no grupo? Qual o seu papel?
8. Qual o seu nível de envolvimento com o BC? Isso vem mudando? Como?
9. Você acha que o BC está atingindo a seus objetivos? É bem-sucedido?
10. Qual a situação do BC hoje em termos de núcleo e de participantes?
11. Tem algum aluno internacional na organização – núcleo e/ou Embaixador?
12. Há um controle quanto aos participantes?
 - a. Vocês tem um perfil deles? Nacionalidades? Idades?
 - b. Número de participantes, curso e ano na universidade?
 - c. Se, por exemplo, estão fazendo o 1º intercâmbio de suas vidas?
13. Como é o processo para fazer parte do núcleo da rede ou se tornar um Embaixador? Existe um perfil que vocês procuram – pessoa extrovertida, atleta, pertencente a algum curso específico, possuir boas notas, ...?
14. Como é realizado o planejamento das atividades do semestre?
15. Como o calendário de atividades é definido?

16. Quais os objetivos das atividades propostas?
17. Essas atividades estão relacionadas com o momento que os alunos internacionais estão vivendo aqui no Rio? Ou com o calendário acadêmico da universidade e o calendário de eventos da CCCI?
18. Como é a parceria com a CCCI e com outras unidades da Universidade?
19. Vocês já tentaram fazer laboratórios ou oficinas de algum determinado tema?
20. Como as atividades são comunicadas aos membros da rede?
21. Há alguma preparação para as atividades?
22. Existe alguma análise sistemática das ações que vocês promovem?
23. Existe algum *wrap-up* após as atividades?
24. Quais as atividades mais bem-sucedidas? Por quê?
25. Como vocês verificam a participação, o envolvimento e a experiência dos participantes nessas atividades?
26. Que tipo de ação poderia ser pensada com o objetivo de aprimorar a experiência vivida nessas atividades?
27. Quais as suas maiores preocupações com as atividades propostas?
28. Como as tecnologias digitais são usadas pelos integrantes da rede?
29. Quais as mídias digitais mais utilizadas ou “eleitas”?
30. Essas mídias “eleitas” atendem às necessidades do BC?
31. A utilização da tecnologia poderia melhorar? Como? Vocês têm críticas quanto ao uso que os integrantes do BC fazem dessas tecnologias?
32. Vocês pretendem começar a usar alguma outra mídia? Qual (quais)? Por quê?
33. Existe a oportunidade de se aprimorar e potencializar o uso das tecnologias digitais para se promover experiências interculturais ou aprofundá-las (tanto em nível digital quanto físico)?
34. O BC traz algum benefício para os alunos PUC que não participam de intercâmbio?
35. O que você gostaria de mudar ou de incluir/excluir do BC? Por quê?

Apêndice 2 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Departamento de Artes & Design

Programa de Pós-graduação em Design

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado(a) participante:

Você está sendo convidado a fazer parte da pesquisa “Design e tecnologia para experiências interculturais: um estudo a partir da rede colaborativa *Brother Carioca* (título provisório) que estou desenvolvendo em meu Mestrado no Programa de Pós-graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio, sob a orientação da professora Dra. Luiza Novaes. A pesquisa tem como objetivo estudar o tema das trocas culturais entre estudantes de intercâmbio internacional oportunizadas por tecnologias digitais.

A participação nesse estudo é voluntária e não apresenta nenhum tipo de risco ou desconfortos para você ou qualquer outro participante.

Caso concorde, sua participação envolve uma entrevista, que será gravada em áudio para transcrição posterior. As informações coletadas serão utilizadas para fins científicos e acadêmicos, se assim o permitir.

Sua colaboração é muito importante para a pesquisa. Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, indiretamente você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção de conhecimento científico. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada.

O pesquisador irá tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. O(A) Sr.(a) não será identificado em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo. O seu nome ou qualquer material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão.

Se decidir não participar ou após ter concordado em participar quiser desistir em qualquer momento, você tem absoluta liberdade de fazê-lo sem necessidade de se justificar.

Quaisquer dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelo pesquisador Daniel Castro, através do e-mail: dztemporario@hotmail.com

Atenciosamente

Nome e assinatura do pesquisador

Local e data

Após a leitura do presente termo e estando em posse de minha plenitude mental e legal, declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios da minha participação na pesquisa, e que concordo em participar. Declaro ainda que recebi uma cópia da folha de informações, a qual li, compreendi e tive plena liberdade para decidir acerca da minha espontânea participação nesta pesquisa.

Nome e assinatura do participante

Local e data

Apêndice 3 – Questionário-pesquisa aplicado a alunos internacionais

QUESTIONNAIRE - EXPLORATORY SURVEY Design and technology for intercultural experiences

You are being invited as a volunteer to participate in the survey “Design and technology for intercultural experiences”. The purpose of this survey is to obtain information from students who are at PUC-Rio participating in a international exchange program.

This is part of a Master's research thesis conducted by Daniel Vassallo and guided by Professor Luiza Novaes. Any questions about the research can be answered by the researcher through the email: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

We ask that all questions be answered and that your answers are accurate and spontaneous. Your collaboration is very important for the research.

Your answers will be treated entirely confidentially. At no time it will be necessary to identify yourself.

Thank you very much for your participation and collaboration!

1. Country of origin: _____
2. Exchange period – start (mm/yyyy): _____
3. Exchange period – end (mm/yyyy): _____
4. Are you familiar to “Brother Carioca” program, that aims to facilitate the adaptation of international exchange students at PUC-Rio and integrate them with local university students?
☐ Yes ☐ No
 For more information about the Brother Carioca program:
<https://www.facebook.com/brothercarioca2/>
<https://www.instagram.com/brothercarioca/>
brothercarioca@gmail.com
5. Have you participated in any adaptation and/or integration activities during your exchange? Please check all the relevant options
☐ Yes, offered by CCCI – International Office
☐ Yes, offered by Brother Carioca
☐ No

6. When did you find out about the Brother Carioca program?
☐ Before leaving my home country
☐ Arrival orientation
☐ During the Exchange
7. How did you hear about the Brother Carioca program?
☐ Internet
☐ Arrival orientation
☐ International student's manual
☐ Other exchange students
☐ Other:
-
8. Do you know who administers and/or organizes the activities offered by Brother Carioca? Please check all the relevant options
☐ University ☐ CCCI – International Office
☐ Students ☐ Others

If you indicated "others" in the previous question, please explain:

9. On a scale 1-5, what support or activities are offered by Brother Carioca with more emphasis?
 (1-Strongly Disagree; 2- Disagree; 3- Neutral; 4- Agree; 5- Strongly Agree)

More emphasis to	1	2	3	4	5
Advices/support related to academic / university life	()	()	()	()	()
Advices/support related to adaptation in the city	()	()	()	()	()
Integration activities with other exchange students	()	()	()	()	()
Integration activities with other local university students	()	()	()	()	()
Integration activities with all students without distinction	()	()	()	()	()
Cultural activities	()	()	()	()	()
Activities related to language practice	()	()	()	()	()

10. On a scale 1-5, the activities proposed by Brother Carioca have a focus on:

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
100% Integration	75% Integration 25% Cultural	50% Integration 50% Cultural	25% Integration 75% Cultural	100% Cultural

11. On a scale 1-5, how is your involvement in the activities proposed by Brother Carioca?

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Absolutely	Slightly	Indifferent	Involved	Very Involved
Not Involved	Not Involved			

12. What activities proposed by Brother Carioca are **MOST** relevant to your exchange experience? Please explain:

13. What activities proposed by Brother Carioca are **LEAST** relevant to your exchange experience? Please explain:

14. On a 1-5 scale, how is the participation of exchange students in the development of activities proposed by Brother Carioca?

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
No	Very limited	Limited	Some	Full
participation at	participation	participation	participation	participation
all				

15. How are you informed about Brother Carioca's activities?

Please check all the relevant options

<input type="checkbox"/> Social networks	<input type="checkbox"/> Email
<input type="checkbox"/> Website	<input type="checkbox"/> Bulletin board
<input type="checkbox"/> Word of mouth	<input type="checkbox"/> Others: _____

16. Before joining the activities proposed by Brother Carioca do you receive any explanation/description with details about the activity, its objective and how it will be conducted?

☐ Yes ☐ No.

Please explain:

17. On a 1-5 scale, what are the reasons that takes you to join the activities proposed by Brother Carioca?

(1- Strongly Disagree; 2- Disagree; 3- Neutral; 4- Agree; 5- Strongly Agree)

The reasons that takes me to join the activities are ...	1	2	3	4	5
Integration with other students	()	()	()	()	()
Briefing/ communication / informative content / activity promotion	()	()	()	()	()
Organization of the activity	()	()	()	()	()
Availability / "free time"	()	()	()	()	()
Cultural issues	()	()	()	()	()
Costs	()	()	()	()	()
Curiosity	()	()	()	()	()
Personal / professional interest	()	()	()	()	()
If you have any other reason, please explain:					

18. Is there any follow up after the activities?

() Yes () No.

Please explain:

19. What social networks does the Brother Carioca program make use?

Please check all the relevant options

() Facebook () Whatsapp () Instagram () Twitter () Youtube
() LinkedIn () Telegram () None () Other: _____

20. What is the social network most frequently used by the Brother Carioca program?

() Facebook () Whatsapp () Instagram () Twitter () Youtube
() LinkedIn () Telegram () None () Other: _____

21. What social networks do you use most?

Please check all the relevant options

() Facebook () Whatsapp () Instagram () Twitter () Youtube
() LinkedIn () Telegram () None () Other: _____

22. Do you participate in any Facebook community?

☐ Yes

☐ No

If positive, for what purpose?

23. On a 1-5 scale, what is your evaluation of the Brother Carioca program so far?

(1)
Completely
dissatisfied

(2)
Not
satisfied

(3)
Indifferent

(4)
Satisfied

(5)
Very
satisfied

24. On a 1-5 scale, is the Brother Carioca facilitating your adaptation?

(1)
Strongly
Disagree

(2)
Disagree

(3)
Indifferent

(4)
Agree

(5)
Strongly
Agree

25. On a 1-5 scale, is the Brother Carioca facilitating your integration?

(1)
Strongly
Disagree

(2)
Disagree

(3)
Indifferent

(4)
Agree

(5)
Strongly
Agree

26. Do you have any suggestions for activities that Brother Carioca may offer to improve your exchange experience?

27. Other comments:

**Thank you for your participation in this survey.
Your collaboration is very important.
Your answers will be treated entirely confidentially.**

Apêndice 4 – Questionário-Pesquisa exploratória aplicado a alunos Brasileiros

QUESTIONÁRIO – PESQUISA EXPLORATÓRIA Design e tecnologia para experiências interculturais

Você está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa “Design e tecnologia para experiências interculturais.” O objetivo da pesquisa é obter informações junto a alunos em situação de intercâmbio internacional.

Esta é uma pesquisa de Mestrado realizada por Daniel Vassallo e orientada pela Profa. Luiza Novaes. Quaisquer dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelo pesquisador Daniel Vassallo, através do e-mail: [XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX](#)

Pedimos que todas as questões sejam respondidas e que as suas respostas sejam precisas e espontâneas. A sua colaboração é muito importante para a pesquisa.

As suas respostas serão tratadas de forma inteiramente confidencial. Em nenhum momento será necessário que você se identifique.

Muito obrigado pela sua participação e colaboração

*Obrigatório

1. País de destino: *

Sua Resposta

2. Universidade de destino: *

Sua Resposta

3. Período de intercâmbio - início (MM/AAAA): *

Sua Resposta

4. Período de intercâmbio - término (MM/AAAA): *

Sua Resposta

5. Você está participando (ou participou) de algum programa/atividade de adaptação e/ou integração durante o seu intercâmbio? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

6. Quando você soube da existência desse programa/atividade? *

- ☐ Antes de viajar
- ☐ Orientação de chegada
- ☐ Durante o intercâmbio
- ☐ Fim do intercâmbio
- ☐ Depois de voltar de intercâmbio

7. Como você soube desse programa/atividade? *

- ☐ Internet
- ☐ Orientação na chegada
- ☐ Manual de orientação
- ☐ Outros intercambistas
- ☐ Outros

Caso tenha indicado "outros" na pergunta anterior, por favor, explique:

Sua Resposta

8. Quem administra (administrava) e/ou organiza (organizava) o programa/atividade? *

- ☐ Universidade
- ☐ International Office
- ☐ Alunos
- ☐ Outros

Caso tenha indicado "outros" na pergunta anterior, por favor, explique:

Sua Resposta

9. Um aluno local foi indicado para ser o seu ponto de contato e te auxiliar com a adaptação/integração (“*buddy program*”)? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Em caso positivo, qual a sua avaliação sobre o *buddy program*?

1 2 3 4 5

Nada Satisfeito ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muito Satisfeito

10. Quais atividades são (eram) oferecidas com mais ênfase? *

	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
Orientações relacionadas à vida acadêmica/universitária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Orientações relacionadas à adaptação na cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades de integração com outros alunos intercambistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades de integração com outros alunos locais da universidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades de integração com todos os alunos sem distinção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades relacionadas à prática do idioma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Em sua opinião as atividades propostas estão (estavam) centradas na prática de: *

1 2 3 4 5

Atividades de integração ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Atividades culturais

12. Como está sendo (foi) o seu envolvimento/participação nas atividades propostas? *

1 2 3 4 5

Não me envolvi ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muito envolvido

13. Quais estão sendo (foram) as atividades mais relevantes para a sua experiência de intercâmbio? *

Sua Resposta

14. Quais estão sendo (foram) as atividades menos relevantes para a sua experiência de intercâmbio? *

Sua Resposta

15. Como é (foi) a participação dos alunos de intercâmbio na organização dessas atividades? *

1 2 3 4 5

Nenhuma participação ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muita participação

16. Como as atividades são (eram) comunicadas? *

- ☐ Redes sociais
- ☐ Email
- ☐ Website
- ☐ Murais
- ☐ Boca-a-boca
- ☐ Outros

Caso tenha indicado "outros" na pergunta anterior, por favor, explique:

Sua Resposta

17. Há (havia) alguma explicação/descrição sobre como as atividades propostas seriam realizadas? *

☐ Sim

☐ Não

Por favor, explique:

Sua Resposta

18. Existe (existiu) algum acompanhamento/fechamento/follow up após o término das atividades? *

☐ Sim

☐ Não

Por favor, explique:

Sua Resposta

19. Quais os motivos que te levaram a participar das atividades propostas? *

	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
Integração com outros alunos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Briefing/ comunicação/ conteúdo informativo/ promoção da atividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organização da atividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade de tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Questões culturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Custos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade/ desconhecimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relevância/interesse pessoal/profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Quais as redes sociais usadas pelo programa de adaptação/integração? *

- ☐ Facebook
- ☐ WhatsApp
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Youtube
- ☐ LinkedIn
- ☐ Telegram
- ☐ Nenhuma
- ☐ Outro: _____

Qual delas é a mais usada? *

Escolher ▼
Facebook
WhatsApp
Instagram
Twitter
Youtube
LinkedIn
Telegram
Nenhuma

21. Quais redes sociais você mais utiliza? *

- ☐ Facebook
- ☐ WhatsApp
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Youtube
- ☐ LinkedIn
- ☐ Telegram
- ☐ Nenhuma
- ☐ Outro: _____

Caso tenha indicado "outra" na pergunta anterior, por favor, explique:

Sua Resposta

22. Você participa de alguma comunidade no Facebook? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Caso positivo, com qual objetivo?

Sua Resposta

23. Qual a sua avaliação do programa de adaptação/integração? *

1 2 3 4 5

Nada satisfeito ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muito satisfeito

24. O programa está facilitando/facilitou a sua adaptação *

1 2 3 4 5

Discordo totalmente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

25. O programa está facilitando/facilitou a sua integração *

1 2 3 4 5

Discordo totalmente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

26. Você tem sugestões de ações que podem ser (poderiam ter sido) propostas por esse programa para melhorar a sua experiência de intercâmbio?

Sua Resposta

27. Você conhece o programa Brother Carioca, que tem por objetivo facilitar a adaptação dos alunos de intercâmbio internacional na PUC-Rio e integrá-los aos alunos locais da universidade? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Caso você queira receber mais informações sobre o programa Brother Carioca, por favor, deixe o seu email

Sua Resposta

28. Outros comentários:

Sua Resposta
