1. Introdução

1.1. Uma estrangeira no universo do design

Sou jornalista e entrei para o Programa de Pós-Graduação em Design e para o Laboratório de Pesquisa Design, Memória e Emoção (Labmemo) da PUC-Rio, encantada com as atuais possibilidades, viabilizadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's)¹, de suporte a práticas colaborativas. Minha proposta de pesquisa de então tinha como tema central o estudo de projetos de suporte a novas práticas colaborativas, entendidas por esta investigação como ações colaborativas voluntárias, viabilizadas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's).

Sites de compartilhamento de vídeos no estilo You Tube eram usados para ilustrar o objeto de estudos, e meu interesse se restringia basicamente à abordagem em design focada em tecnologias, métodos e processos produtivos.

Ao longo de meu 1º semestre de estudos, porém, fui sendo apresentada a uma "nova" abordagem em design com foco nos efeitos de suas ações sobre as pessoas e a sociedade. Ou seja, um design mais preocupado com o resultado social de suas criações do que com processos e produtos em si.

Como jornalista com atuação em jornais e assessorias de imprensa, confesso que não conhecia o alcance social do design. Minha percepção ia ao encontro do que hoje acredito ser um dos maiores estigmas da atividade junto ao público leigo: sua redução à pura construção de objetos sofisticados, inovadores e de qualidade estética.

Com o tempo, porém, fui percebendo que além de criar coisas belas, originais, desejáveis e tecnologicamente inovadoras, o design é uma atividade plural, interdisciplinar e multifacetada, inserida nas esferas das Artes, da Ciência e da Tecnologia (Couto, 1997), e que se preocupa com muitos outros aspectos,

Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) - são tecnologias e métodos para comunicar desenvolvidos gradativamente desde a segunda metade da década de 1970 e, principalmente, nos anos 1990. A imensa maioria delas se caracteriza por agilizar, horizontalizar em tornar menos palpável - fisicamente manipulável - o conteúdo da comunicação, por meio da digitalização e da comunicação em redes - mediada ou não por computadores - para a captação, transmissão e distribuição das informações - texto, imagem estática, vídeo e som (Wikipédia, a enciclopédia livre).

como: resolução de problemas, *performance*, usabilidade, negócios, desenvolvimento econômico e, principalmente, com as pessoas, com a sociedade e com os efeitos de toda ordem, decorrentes de sua prática, sejam eles emocionais, ecológicos, sociais, políticos, espirituais, imediatos, simples, visíveis, complexos e transcendentais.

A leitura de autores como Jorge Frascara, Ezio Manzini e John Thackara foi especialmente surpreendente para mim durante meu mestrado. Juntamente com as ideias disseminadas pelo Labmemo, a visão destes autores colaborou de modo significativo para a elaboração de minha nova concepção sobre design: uma atividade projetual criativa, preocupada em solucionar problemas - sejam eles de caráter material ou imaterial -, para qual a Comunicação, área de minha formação, pôde trazer contribuições, e que, principalmente, também se interessa pelos resultados sociais de suas produções.

1.2. O design sob a perspectiva do Labmemo

As pesquisas desenvolvidas pelo Laboratório Design, Memória e Emoção (Labmemo), do qual passei a integrar, a partir de minha entrada no Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio, assumem, em sua essência, o design como uma atividade fundamentalmente voltada para o bem-estar social. Por isso, suas ações têm como foco pessoas e situações sociais, mais do que produtos.

A linha de atuação do laboratório parte do pressuposto de que produtos e serviços, além de desempenhar funções mecânicas, também promovem experiências, mediam relações sociais e afetam comportamentos e atitudes de seus usuários e das sociedades a que pertencem.

Desta forma, e interessados em melhor guiar as pesquisas desenvolvidas em seu território, os estudos no campo da memória afetiva e do design emocional, desenvolvidos pelo Labmemo, identificaram e desenvolveram cinco perspectivas de atuação. São elas:

- 1) Design & Sociabilidade inclui produtos que fortalecem laços afetivos; facilitam o convívio; promovem interações sociais; ampliam o entendimento intercultural; dentre outras ações em prol do bem viver em sociedade.
- 2) Design & Cidadania inclui produtos que contribuem para formar práticas e comportamentos sociais saudáveis e desejáveis; promovem a civilidade;

aumentam a responsabilidade social e a cooperação; incentivam atitudes humanitárias e inclusivas e servem como meio de promover o bem comum.

- 3) Design & Autoexpressão inclui produtos passíveis de serem individualizados e transformados de acordo com a ocasião e a vontade do usuário.
- 4) Design & Bem-estar inclui produtos que promovem o bem-estar físico e mental; reduzem o estresse, a tensão e a ansiedade; e desaceleram.
- 5) Design & Autoestima inclui produtos que fazem as pessoas se sentirem queridas e importantes.

1.3. A perspectiva Design & Cidadania

Dentre as perspectivas de estudos criadas pelo Labmemo, a denominada Design & Cidadania foi a que mais me despertou interesse, em função de sua relação com produtos que contribuem, dentre outras coisas, para promover o bem comum. Vale mostrar aqui quatro exemplos que a representam.

1) O projeto *Bleeding Billboard* (2009), Nova Zelândia: um *outdoor* que utilizou um retrato que 'sangra', quando entra em contato com água, para alertar sobre os perigos de conduzir veículos na chuva. Mesmo que de forma chocante, este produto cumpriu o efeito social pretendido: diminuir acidentes de trânsito em dias chuvosos. Segundo dados do Conselho Distrital de Paparuka, onde o *outdoor* foi instalado, no ano de 2009, quando ocorreu a campanha, não houve mortes no distrito no período da Páscoa, a época mais chuvosa do ano naquela região. Ver mais em: http://www.colensobbdo.co.nz/Work/63/Bleeding-Billboard.



Figura 1: O cartaz que sangra, Bleeding Billboard, em Paparuka, na Nova Zelândia

Fonte: Foto de divulgação/ Internet

2) A ação *Piano Staircase*: idealizada pela campanha *The Fun Theory*, da *Volkswagen* sueca, ela transformou em piano a escadaria da estação de metrô *OdenPlan*, em Estocolmo, na Suécia. No projeto, cada degrau da escadaria toma a forma de uma tecla sonora que emite o som de uma nota musical.

A ideia, baseada na premissa da campanha de que "o jeito mais fácil de mudar o comportamento de pessoas para melhor é através do humor" (campanha *The Fun Theory*), foi encorajar a deixar o conforto da escada rolante e encarar o exercício na escada comum. Segundo a campanha, 66% a mais de indivíduos do que o normal escolheu a escada comum durante a permanência da instalação. Ver mais em: http://www.thefuntheory.com.

Figura 2: A escada piano, Piano Staircase, em estação de metrô em Estocolmo, Suécia





Fonte: Foto de divulgação/ Internet

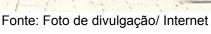
3) A lixeira *The World's Deepest Bin*, também da campanha sueca *The Fun Theory*: um projeto instalado num parque da Suécia, com o fim de incentivar as pessoas a cooperar com a limpeza da cidade, jogando lixo no lixo.

Nesta ação, o que estimulava o ato de usar a lixeira era um som emitido pela mesma, toda vez que alguma coisa era jogada em seu recipiente. O barulho imitava o ruído de algo caindo em um buraco profundo e chamava a atenção dos transeuntes, fazendo com que alguns até procurassem lixo nas ruas para ouvir o ruído.

Segundo a campanha, durante o dia de intervenção, 72 quilos de lixo foram coletados pela lixeira, 41 quilos a mais do que o normal no mesmo local. Ver mais em: http://www.thefuntheory.com.

Figura 3: A lixeira The World's Deepest Bin, instalada em um parque na Suécia







4) A festa *Vampire Party*: promovido pela Cruz Vermelha húngara e pela empresa de telecomunicações *Djuice*, o evento teve o intuito de incentivar as pessoas, especialmente a geração mais jovem, a doar sangue. O evento, voltado ao público jovem, teve como taxa de entrada a doação de sangue e foi um dos mais bem sucedidos da Cruz Vermelha húngara. Segundo dados do órgão, dentro de poucas horas vinte e cinco litros de sangue foram arrecadados. Ver mais em: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=3OcnuheqOfA.

Figura 4: Fotos da festa projetada pela Cruz Vermelha húngara Vampire Party





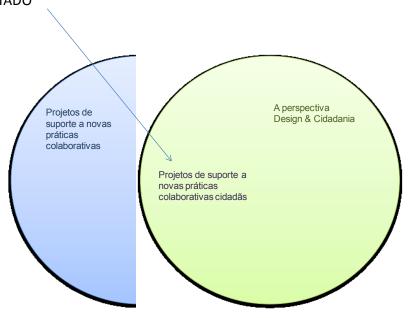
Fonte: Foto de divulgação/ Internet

1.4. Definição do objeto de estudos

Após descobrir e me encantar pela abordagem em design focada nos efeitos de suas ações sobre as pessoas e a sociedade e acreditando que meu tema de interesse em pesquisa - novas práticas colaborativas - em muito poderia favorecer projetos associados à promoção de ações cidadãs, recortei meu objeto de estudos em sua interseção com a perspectiva de estudos Design & Cidadania.

Meu objeto de estudos, portanto, tornou-se: projetos de suporte a novas práticas colaborativas cidadãs. Ou seja, ações colaborativas voluntárias e cidadãs, viabilizadas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's).

Quadro1: Diagrama que identifica recorte estabelecido em meu objeto de estudos OBJETO DE ESTUDOS RECORTADO



Fonte: Diagrama feito pela autora desta dissertação

Um projeto que ilustra bem o que chamei de "suporte a novas práticas colaborativas cidadãs" é o Projeto *Rio 1746*, desenvolvido pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, para facilitar conexões entre o órgão e os cidadãos na busca por soluções para problemas urbanos.

Figura 5: Página inicial da plataforma de suporte à colaboração cidadã Rio 1746



Fonte: Endereço eletrônico http://www.1746.rio.gov.br/

O *Rio 1746* se estabelece através de serviço de atendimento a solicitações, funciona 24 horas por dia e pode ser acessado tanto através de telefone, quanto de *site* e aplicativos móveis. Através do aplicativo *Rio 1746* para celular, os cidadãos cariocas podem descrever, fotografar, geolocalizar e demandar problemas, tais como: sinais de trânsito defeituosos, iluminação pública precária, pistas com buracos, estacionamentos irregulares, dentre outros. Ver mais em: http://www.1746.rio.gov.br/.

1.5. CouchSurfing: um caso a ser estudado

Depois de recortar meu objeto de estudos, dei início a uma pesquisa de levantamento e análise de projetos de suporte a novas práticas colaborativas cidadãs. Diante dos resultados obtidos nesta fase e de meu interesse em estudar um dos projetos levantados sobre sua perspectiva de uso, me voltei, então, a identificar um caso que especialmente me chamasse atenção.

Assim, descobri o que identifiquei como sendo novas práticas colaborativas cidadãs em consumo - ou consumo colaborativo² -, onde as possibilidades colaborativas viabilizadas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) passam a suportar novas, econômicas e cidadãs formas de consumo. Como nos mostram os dois projetos seguintes:

² **Consumo colaborativo** - termo cunhado pelo consultor em gestão britânico Ray Algar (2007), e interpretado por Botsman e Rogers (2010), como sendo novas formas de consumo, fundamentadas nas tradicionais práticas de "partilha, troca, permuta, empréstimo, aluguel e doação de produtos", mas redefinidas pelas novas tecnologias e por comunidades em pares.

1) Projeto Vá de Galinha

Figura 6 - Página inicial da campanha Vá de Galinha da ONG SOS Mata Atlântica

Vá de galinha - Mocila Firetox

Arquivo Editar Estrir Hatórico Fayoritos Ferramentas Algula



Fonte: Endereço eletrônico http://www.vadegalinha.org.br

Campanha desenvolvida pela ONG SOS Mata Atlântica com o objetivo de estimular e suportar o uso de formas alternativas de transporte, tais como: bicicleta, transporte coletivo e carona. Em seu site, a campanha encaminha seus usuários a duas plataformas paulistanas de suporte a sistemas de compartilhamento de rota entre universitários e de carona entre trabalhadores: Campus Aberto Caronetas. respectivamente. mais em: http://www.vadegalinha.org.br/; http://www.campusaberto.com.br ehttp://www.caronetas.com.br/.

Na plataforma *Campus Aberto*, universitários podem se cadastrar e compartilhar suas rotas por meio de mapas de geolocalização. A ideia é que se possa oferecer e encontrar companhia para ir e voltar da universidade, seja a pé, de bicicleta, de taxi ou de carro. Já na *Caronetas*, empresas e centros comerciais se cadastram para que seus funcionários possam utilizar o sistema de trocas de caronas, que disponibiliza buscas através da rede de contatos da própria empresa.

2) Plataforma DescolaAí

Figura 7: Página inicial da plataforma de troca e aluguel colaborativo DescolaAí



Fonte: Endereço eletrônico http://www.descolaai.com/

Primeiro portal de empréstimo e aluguel colaborativo de produtos em estilo *peer-to-peer*³ do Brasil, a plataforma *DescolaAí* suporta o "encontro" de pessoas interessadas em alugar ou trocar, entre si, produtos em sua maioria, usados. Na plataforma, os interessados podem tanto cadastrar produtos que desejam disponibilizar ao aluguel ou à troca, quanto procurar por produtos que desejam usar ou obter. As negociações acontecem entre os próprios usuários, que podem exercer tanto o papel de provedor, quanto de cliente. Ver mais em: *http://www.descolaai.com/*.

Bastante interessada em novas práticas colaborativas em consumo, mergulhei no levantamento de casos, o que me possibilitou conhecer e me instigar pela perspectiva de uso em projetos que suportam novas práticas colaborativas cidadãs em consumo de forma bastante relacional - através do compartilhamento de bens pessoais, como carros, casas e roupas, por meio de situações que, como

³ **Peer-to-peer -** 'par-a-par' ou 'entre pares' é uma "arquitetura de sistemas distribuídos, caracterizada pela descentralização das funções na rede, onde cada nodo realiza funções tanto de servidor quanto de cliente" (*Wikipédia*, a enciclopédia livre).

apresentado pelos designers e professores Carla Cipolla e Ezio Manzini, em seu trabalho intitulado *Relational Services* (2009), exigiam o desenvolvimento de "intensas relações interpessoais" (2009, p.45) entre os envolvidos para operar.

Assim, e bastante influenciada pelos relatos de uso de uma colega de mestrado, cheguei ao *site* de hospitalidade *CouchSurfing:* uma plataforma que possibilita que pessoas interessadas em viajar e conhecer gente - principalmente moradores locais - se conectem ao redor do mundo. A ideia é suportar a troca de hospitalidade⁴ entre os interessados. Ver mais em: http://www.couchsurfing.org/. Hospitalidade significa "qualidade do que é hospitaleiro; boa acolhida". Já a palavra hospitaleiro, significa "que(m) oferece hospedagem por bondade ou caridade"; que dá boa hospitalidade, que acolhe" segundo o *Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa*,2001.

CouchSurfing - The world's largest travel community - Mapilla Fierbox

Agration Estate - Egibir - Historic Feyeritos | Ferranemitas - Aguda

| CouchSurfing - The world's largest travel community - Mapilla Fierbox

| CouchSurfing - The world's largest travel community - Mapilla Fierbox
| CouchSurfing - CouchSurfing -

Figura 8: Página inicial da plataforma de hospitalidade colaborativa CouchSurfing

Fonte: Endereço eletrônico http://www.couchsurfing.org/.

Buscando obter maior entendimento sobre a perspectiva de uso da plataforma, decidi, como pesquisadora, me aproximar da comunidade *CouchSurfing* do Rio de Janeiro e, posteriormente, vivenciar a experiência de ser uma *couchsurfer*.

1.6. Objetivos geral e específicos

O objetivo geral desta pesquisa é contribuir com subsídios teóricos e metodológicos para o desenvolvimento de produtos/serviços de design com foco em novas práticas colaborativas cidadãs.

Assim, seus objetivos são: 1) Estudar a relação entre design e cidadania; 2) Identificar projetos de suporte a novas práticas colaborativas e a novas práticas colaborativas cidadãs; 3) Identificar no universo do design conceitos e ações que relacionam ou tratam de novas práticas colaborativas e de novas práticas colaborativas cidadãs; 4) Estudar o uso na plataforma de suporte a novas práticas colaborativas cidadãs *CouchSurfing*.

1.7.

Metodologia

Os métodos de pesquisa escolhidos para esta investigação variaram de acordo os objetivos específicos de cada uma das fases da presente pesquisa. De forma geral, porém, estes métodos se dividiram em três: 1) pesquisa e análise bibliográfica e de internet; 2) levantamento e análise de casos/ ações projetuais; 3) estudo de caso voltado a entender a perspectiva de uso, através de técnicas qualitativas e etnográficas, baseadas no kit de ferramentas de inovação centrada no ser humano *Human Centered Design* (HCD), desenvolvido pela consultoria de inovação americana IDEO.

As técnicas utilizadas no estudo de caso da plataforma *CouchSurfing* foram as seguintes: 1) imersão em contexto: onde o pesquisador emerge na situação a ser estudada; visitando as pessoas - os usuários - em seus contextos de uso; 2) entrevistas individuais e em grupo: entrevistas que proporcionam tanto um mergulho em comportamentos e razões de vida das pessoas, como ajudam a entender a dinâmica de certas comunidades; 3) experiência empática: experiência na qual o pesquisador vivencia a perspectiva do usuário, com o intuito de melhor entender seu ponto de vista.

1.8. Visão geral e estrutura da dissertação

Este estudo parte do princípio de que o exercício projetual pode ter como fim a resolução de problemas sociais complexos⁵ e também servir como ferramenta à disseminação de práticas cidadãs, através do desenvolvimento de plataformas que suportem e encorajem estas ações. Este estudo parte do princípio ainda de que as possibilidades colaborativas viabilizadas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) podem ser aliadas a estas finalidades. Neste sentido, esta dissertação de mestrado se ocupa do estudo de projetos de suporte ao que chama de "novas práticas colaborativas cidadãs", ou seja, ações colaborativas voluntárias e cidadãs, viabilizadas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação.

Sendo assim, esta dissertação se divide em seis fases. São elas: 1) fase dedicada à definição da pesquisa; 2) fase que investiga a relação entre design e cidadania; 3) fase que investiga projetos de suporte a novas práticas colaborativas e a novas práticas colaborativas cidadãs; 4) fase dedicada a identificar no universo do design conceitos e ações que relacionam ou tratam de novas práticas colaborativas e de novas práticas colaborativas cidadãs; 5) fase voltada a estudar o uso na plataforma de suporte a práticas colaborativas cidadãs *CouchSurfing*; 6) considerações finais e futuros desdobramentos.

⁵ **Problemas complexos** - segundo Burns *et al.*, 2006, são problemas que, diferentemente de problemas complicados, são confusos, ambíguos, imprevisíveis e nãolineares; além de também produzirem consequências não intencionais. Ainda segundo o autor, desafios modernos como mudanças climáticas, são muito mais complexos do que complicados.