

## **Comunidades Criativas e o designer como mediador social**

### *Creative Communities and the designer as a social mediator*

Larissa Vargas Teixeira, Carolina Iuva de Mello

design, comunidades criativas, inovação social, mediação

Em vista das imensuráveis mudanças que vêm ocorrendo no cenário mundial atual, o propósito deste artigo é compreender os aspectos em que o design pode promover transformações significativas dentro do contexto das comunidades criativas. Estas transformações estão associadas ao contínuo progresso do design em relação às inovações sociais que, por sua vez, estão pautadas diretamente por uma mudança de comportamento, caracterizada pelo desenvolvimento de novas estratégias, conceitos e organizações que atendem a necessidades sociais de todos os tipos, no intuito de fortalecer a sociedade na qual está inserida. Para isto, as comunidades criativas se qualificam como os meios onde essas inovações sociais são aplicadas, pois são formadas por indivíduos que se organizam com a finalidade de construir novas soluções para o seus contextos. Nesse cenário, o designer torna-se um importante facilitador, podendo auxiliar em campos de conhecimentos distintos e, conseqüentemente, promovendo novas possibilidades e novos caminhos.

*design, creative communities, social innovation, mediation*

*In view of the immeasurable changes that have been taking place in the current world scenario, the purpose of this article is to understand the aspects in which design can promote significant transformations within the context of creative communities. These transformations are associated with the continuous progress of design in relation to social innovations, which, in turn, are guided directly by a change in behavior, characterized by the development of new strategies, concepts and organizations that meet social needs of all types, in order to strengthen the society in which it is inserted. For this, creative communities qualify as the means where these social innovations are applied, this is because they are formed by individuals who organize themselves with the purpose of building new solutions for their context. In this scenario, the designer becomes an important facilitator, being able to assist in different fields of knowledge and, consequently, promoting new possibilities and new paths.*

## **1 Introdução**

As comunidades criativas são caracterizadas como grupos de indivíduos que ao se depararem com obstáculos buscam contribuir conjuntamente na construção de novas soluções a partir do seu contexto e os recursos disponíveis. Para estimular a formação dessas comunidades, o designer pode atuar nesse âmbito para desenvolver e efetivar soluções habilitantes que contribuam para a cooperação entre os membros da comunidade. No entanto, ainda há uma imensa barreira a ser ultrapassada, isso porque, o design ainda é popularmente retratado como uma profissão isolada das discussões sociais.

Muitos dos projetos que visam o desenvolvimento de comunidades ficam aquém de seus objetivos iniciais devido à falta de participação real das pessoas envolvidas. Segundo Geilfus (2002), isso ocorre porque muitos técnicos ainda veem o desenvolvimento como um processo linear simples, onde se passa da situação “A” para a situação “B” em linha reta, no qual a participação se torna uma “perda de tempo” (Geilfus, 2002).

Portanto, faz-se necessário estabelecer premissas que difundam o papel fundamental do designer nas ações em prol do desenvolvimento, introduzindo as maneiras adequadas para que ele possa se inserir neste meio como um mediador social. Assim, o presente artigo busca apresentar uma revisão bibliográfica acerca dos temas comunidades criativas e inovação social, de modo a compreender melhor as maneiras pelas quais o designer pode atuar como mediador em projetos sociais de cunho participativos, utilizando como ferramenta projetual o design de informação.

## 2 Comunidades criativas e soluções habilitantes

A essência das comunidades criativas está na interação colaborativa entre diferentes atores no intuito de solucionar problemas em seu próprio território. Estas comunidades funcionam como impulsionadoras de inovações sociais, uma vez que empregam sua criatividade de forma colaborativa, utilizando elementos do seu cotidiano para resolver suas adversidades, implicando, muitas vezes, na criação de soluções sustentáveis e criativas. Nesse sentido, Federizzi (2014) identifica três elementos que compõem o conceito de comunidades criativas, sendo eles: visão social, pensamento em rede e serviços colaborativos. “Esses elementos podem ser encarados como estágios de maturação de um serviço, mas que se movimentam de forma sistêmica, isto é, quanto mais um serviço colaborativo for utilizado, mais fortalecerá a solução proposta, permitindo ajustes e correções no caminho” (Federizzi, 2014, p. 3).

[...] as comunidades criativas resultam de uma original combinação de demandas e oportunidades. As demandas, como vimos, são sempre criadas por problemas da vida cotidiana contemporânea. As oportunidades se manifestam a partir de diferentes combinações de três elementos básicos: a existência (ou ao menos a memória) das tradições; a possibilidade de utilizar (de uma forma apropriada) uma série de produtos, serviços e infra-estruturas; a existência de condições sociais e políticas favoráveis (ou pelo menos capazes de aceitar) o desenvolvimento de uma criatividade difusa (Manzini, 2008, p. 65).

Diante disso, Manzini (2008) destaca o que chama de soluções habilitantes, que se referem à atividade de criar serviços para encorajar a participação de membros de comunidades de modo colaborativo. As soluções habilitantes são definidas como sistemas de produtos, serviços, meios de comunicação ou um conjunto de todos eles para tornar comunidades criativas mais acessíveis, eficazes, atraentes e replicáveis. O processo corrente estabelecido pelas soluções habilitantes conta com quatro níveis. São estes: (1) Reconhecimento como comunidade; (2) Desenvolvimento de habilidades sociais, criativas, colaborativas, conhecimento distribuído, etc; (3) Autonomia da comunidade, criando novas oportunidades e soluções de problemas; (4) Tornar a comunidade criativa mais eficaz, atraente, eficiente e replicável.

Desse modo, conforme indicam Freire e Oliveira (2017), para que as soluções habilitantes funcionem em comunidades criativas, deve-se partir, no nível um (1), de uma comunidade que se reconheça como tal e de pessoas que já se associam por determinados interesses. Assim, o segundo nível (2) consiste em desenvolver qualidades necessárias para uma comunidade criativa: sociabilidade, colaboração, criatividade, comunicação e conhecimento distribuído. Posteriormente, para o nível três (3), essa comunidade deve alcançar autonomia, de forma que consiga funcionar sem a presença do designer e, principalmente, criando novas oportunidades e solucionando problemas. E então, o passo final (4) seria utilizar estas soluções habilitantes para tornar a comunidade criativa mais eficiente, eficaz, atraente e replicável, conforme previsto na teoria.

### 3 O designer como mediador em contextos de inovação social

A inovação social é o resultado do conhecimento aplicado a necessidades sociais por meio da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando novas e duradouras soluções para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral. Segundo Manzini (2008, p. 61), a inovação social

[...] refere-se às mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. Tais inovações são guiadas mais por mudanças de comportamento do que por mudanças tecnológicas ou de mercado, geralmente emergindo através de processos organizacionais 'de baixo para cima' em vez daqueles 'de cima para baixo'.

Design implica mais que o mero exercício de habilidades técnicas. Em contextos de inovação social, os designers podem atuar como experts, que, graças a habilidade com ferramentas e métodos projetuais, podem ajudar outros profissionais a orientar suas iniciativas; ou podem ser parte da solução, justamente por serem os atores sociais que, mais do que qualquer outro, lidam com as interações cotidianas dos seres humanos com seus artefatos (Manzini, 2008). Nesse aspecto, Nussbaumer e Ross (2011, p. 50) afirmam que:

O ato de mediar, se assumido como prática social, possibilita recuperar a capacidade de 'agência' do ator, enquanto produtor do mundo, sem desconsiderar os condicionantes que lhe impõem o contexto sócio - histórico e institucional no qual opera. Nesta perspectiva, o mediador não é somente um intermediário, mas também intervém ativamente na produção de significados dos mundos que interconecta, dos bens que mobiliza e dos papéis que assume; o mesmo cabe para os mediados.

Assim, o designer que atua como agente de mediação social se torna capaz de potencializar soluções às comunidades que acompanha. Isso ocorre porque ele não só atua no nível do projeto, mas no processo de constituição e evolução de um determinado contexto por meio de ações coletivas (Del Gaudio, 2017).

A importância de uma atuação em rede para o desenvolvimento e promoção da inovação social pelo design é a necessidade de refletir sobre o papel da prática profissional do designer, bem como seu quadro teórico, diante do reconhecimento do valor de soluções auto-organizadas pelos cidadãos que questionam os modos hegemônicos de produção e consumo (Cipolla, 2017, p. 83).

As soluções incorporadas por Cipolla (2017) refletem o conceito de uma criatividade difusa, oferecendo para as comunidades requeridas uma abordagem focada no processo de obtenção de conhecimento em design, propondo um papel de aprendizagem social e distribuída. Nesse sentido, o profissional pode ver a sua relevância contestada, no entanto, não se trata de questionar a função do designer, mas sim de estabelecer um novo tipo de organização, atribuída em rede, para torná-lo apto a interpretar e fomentar estes processos.

Geralmente, os casos onde o designer passa a desenvolver esta mediação nascem a partir de demandas, problemas da vida cotidiana contemporânea ou, ainda, oportunidades. Esses casos são fruto de um grupo de pessoas que foram capazes de dar vida a essas soluções inovadoras, e fizeram isso recombinao o que já existe, sem esperar mudança geral no sistema (Manzini, 2008). Por isso, essas pessoas, capazes de reorganizar elementos já existentes em novas e significativas combinações, ao inventarem, aprimorarem e gerenciarem soluções inovadoras para novos estilos de vida são reconhecidas como comunidades criativas (Meroni, 2007).

Nesse sentido, o método colaborativo desenvolvido pelo designer em comunidades criativas também pode ser entendido como um recurso de design informativo, visto que, a maneira como os dados e informações são apresentados é o que define a boa interpretação de um projeto, tornando-o atrativo e reduzindo os erros no processamento (Frascara, 2011). Frascara (2011) também ressalta que o objetivo do design de informação é assegurar a efetividade da comunicação a partir da facilitação de processos de percepção, compreensão e uso da informação apresentada. Nesse cenário, o profissional de design incorpora a importante função de facilitar a recepção e interpretação das inovações que chegam até a comunidade, permitindo uma ação mais eficiente.

Assim, o designer deve ser capaz de contextualizar e globalizar, desenvolvendo soluções que relacionem favoravelmente todos os atores e/ou grupos sociais envolvidos, direta ou indiretamente no projeto. Conforme ressaltado por Meroni (2007), toma-se o caminho onde o designer se torna um colaborador para a inovação social, utilizando suas competências profissionais para ajudar as comunidades na tomada de decisões estratégicas, a fim de projetar em conjunto seu futuro, assumindo, assim, um importante papel na sociedade contemporânea.

#### **4 Considerações finais**

O designer pode atuar como um potencializador de mudanças sociais, especialmente em contextos de inovações sociais propiciadas por comunidades criativas. Contudo, para propor soluções para uma comunidade, é necessário estar verdadeiramente envolvido com ela, conhecer seus problemas, sua rotina, os processos que envolvem o seu trabalho e os valores do seu território.

Desse modo, o design de informação é imprescindível para assegurar um sistema de comunicação eficiente, acessível e completo. Para isto, a participação dos designers em projetos de cunho social prevê uma postura de colaboração e não de comando, em uma

abordagem de 'design ao lado', trabalhando como um mediador entre as necessidades das comunidades criativas e os demais atores da sociedade.

Sustenta-se, então, a figura do designer como operador para gerar relações que levem os diferentes atores a participar, pois possui habilidades inestimáveis para o desenvolvimento de relações entre os diferentes atores envolvidos. Por fim, reafirma-se a relevância desta revisão bibliográfica, uma vez que visa estabelecer as alegações que auxiliarão na criação de cenários promotores de qualidade das relações interpessoais, sendo que o sucesso dessas relações é apoiado na maneira como elas são nutridas ao longo do processo.

### Agradecimento

Fundo de Incentivo de Extensão da Universidade Federal de Santa Maria (FIEX/UFSM).

### Referências

- Cipolla, C. (2017). Ecovisões sobre Design para a Inovação Social. In: Alfredo Jefferson de Oliveira; Carlo Franzato; Chiara Del Gaudio. (Org.). *Ecovisões Projetuais. Pesquisas em Design e Sustentabilidade no Brasil*. 1ª ed. São Paulo: Blucher, 1, 83-86.
- Del Gaudio, C. (2017) Os desafios para o design no âmbito social e as perspectivas futuras: o conceito de infraestruturação e a redefinição do papel do designer. In: Alfredo Jefferson de Oliveira, Carlo Franzato, Chiara Del Gaudio. (Org.). *Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil*. 1ª ed. São Paulo: Blucher, 1, 65-80
- Federizzi, C. L. (2014). Comunidades criativas para impulsionar a participação colaborativa na cidade. *Blucher Design Proceedings*, 11º P&D Design, 1(4), 1-12.
- Frascara, J. (2011). ¿Qué es el diseño de información? Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Freire, K.; Oliveira, C. M. M. (2017). Soluções habilitantes para formação de comunidades criativas: um caminho possível do design para inovação social. In: Amilton J. V. Arruda. (Org.). *Design e Inovação Social*. 1ed. São Paulo: Blucher, 1, 109-131.
- Geilfus, F. (2002). *80 Herramientas para el desarrollo participativo: diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación*. San José: IICA Sede Central.
- Manzini, E. (2008). *Design para a Inovação Social e Sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Meroni, A. (2007). *Creative Communities. People Inventing Sustainable Ways of Living*. Milan: Edizioni Polidesign.
- Nussbaumer, B.; Ross, C. C. (2011). *Mediadores sociales: en la producción de prácticas y sentidos de la política pública*. Buenos Aires: Fundación CICCUS.

### Sobre as autoras

Larissa Vargas Teixeira, Graduanda, UFSM, Brasil <larissavargast@hotmail.com>

Carolina Iuva de Mello, Dra., UFSM, Brasil <carolainiuva@gmail.com>