

Reflexões sobre design social, design para inovação social e responsabilidade social no design

Reflections about social design, design for social innovation, and social responsibility in design

CRUZ, Bárbara de Oliveira e Cruz; Doutora; PUC-Rio

barbaradeoliveiraecruz@gmail.com

COUTO, Rita Maria de Souza; Doutora; PUC-Rio

ricouto@puc-rio.br

PORTAS, Roberta; Doutora; PUC-Rio

robertaportas@puc-rio.br

O presente artigo foi desenvolvido a partir do referencial teórico levantado na pesquisa de doutorado de uma das autoras. Foi feito um levantamento conceitual e histórico do design social, design em parceria e design para inovação social. A partir destes conceitos compreendemos a motivação de designers que atuam por um viés mais social. O designer não consegue reverter o sistema que está inserido, mas sua consciência moral e responsabilidade social é a principal ferramenta que ele pode e deve usar na busca de soluções. Para entender essa postura do designer socialmente responsável buscou-se um embasamento teórico nas ideias do filósofo Mikhail Bakhtin. A conclusão revela a importante relação entre design e democracia a partir do contexto apresentado no artigo.

Palavras-chave: design social; inovação social; responsabilidade social.

This paper was developed stemming from a theoretical reference collected from the doctorate research of one of the authors. A conceptual and historical survey of social design, collaborative design, and design for social innovation was made. Based on these concepts, the motivation of designers that focus on more socially oriented practice was clearer. The designer cannot dismantle the system in which they are inserted but the moral consciousness and social responsibility are the main tools that can and should be used when searching for solutions. In order to understand the approach of socially responsible designers a theoretical foundation was explored based on the ideas of the philosopher Mikhail Bakhtin. The conclusion reveals the importance of design and democracy within the context provided by the paper.

Keywords: social design; social innovation; social responsibility.

1 Introdução¹

O presente artigo foi fruto do referencial teórico levantado na pesquisa de doutorado de uma das autoras. A pesquisa tinha por objetivo buscar caminhos alternativos para a produção de artigos de moda a partir da conduta de designers socialmente responsáveis e a valorização da produção local. Para um aprofundamento teórico no tema da pesquisa sentiu-se a necessidade de levantar e aprofundar conceitos de responsabilidade social no design a partir de leitura analítica em livros, artigos e documentos.

Muitas perguntas, mesmo que ainda sem respostas, sempre orientaram e instigaram designers a agir por um viés mais social. O designer consegue encontrar um campo de atuação desvinculado do mercado? Qual o papel que o designer irá assumir nesse sentido? A orientação do designer pode facilitar a construção de um sistema sócio-político-econômico mais igualitário? Quais ações de designers podem facilitar mudanças?

Buscando respostas para essas perguntas esse artigo traz uma reflexão sobre o caminho que o designer tem trilhado guiando-se por uma atuação voltada aos interesses da sociedade e desvinculando-se do capital.

2 Primeiras ideias de responsabilidade social no design

Foi ainda com o surgimento das primeiras fábricas na Revolução Industrial, segunda metade do século XIX, na Inglaterra, que os designers começaram a se preocupar com a exploração dos trabalhadores industriais. O movimento Arts and Crafts, liderado por William Morris, pretendia alertar para as difíceis condições dos trabalhadores industriais da época. “O movimento pregava a democratização e a reintegração da arte na manufatura de produtos fabricados ao modo dos artesãos, recuperando a criatividade e as habilidades manuais no modelo de produção artesanal medieval” (CHAVES et al., 2018, p. 27).

Começamos apresentando as ideias de designers, como Victor Papanek, responsáveis pela difusão dessa questão ética e moral e do papel do designer na sociedade. Esses pensamentos evoluíram na comunidade do design e foram importantes para chegarmos a outro conceito que iremos tratar neste artigo, qual seja, a responsabilidade social no design. “O designer responsável é aquele que melhor entrega um conjunto de valores necessários para a construção de um mundo possível” (BERLIM; RUSSO, 2020, p.10).

2.1 Design Social e Design em Parceria

Partimos de uma tentativa de definição desse termo tão ambíguo que é o design social. O debate começa trazendo autores que acreditam que todo design é social e outros que identificam que o design social não se delimita apenas na representação dos desejos da sociedade.

A relação entre a sociedade e o design representa o cerne da disciplina do design. O senso comum desse debate centraliza-se no design como uma representação social que se desenvolve para e pela sociedade. Mas para outros autores o design social vai além dessa representação social. Segundo Bomfim (1997): [...] o design seria, antes de tudo, instrumento

¹ O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

para a materialização e perpetuação de ideologias, de valores predominantes em uma sociedade, ou seja, o designer, consciente ou não, *re-produziria* realidades e moldaria indivíduos por intermédio dos objetos (BOMFIM, 1997, p.32).

Importante ponderar que, além da consciência moral que conduz o designer a atuar com responsabilidade social, é preciso entender o cotidiano e o contexto a que está submetido, analisando a sociedade e sua estrutura. O caminho não é fácil, pois o designer sozinho não é capaz de subverter o sistema em que está inserido. Não existe indivíduo sem sociedade, sociedade sem cultura, economia e política.

Essas complexas inter-relações são enunciadas por Boron (2006):

[...] nenhum aspecto da realidade social pode ser entendido à margem – ou com independência – da totalidade na qual aquele se constitui. Carece, por exemplo, falar de “a economia”, porque esta não existe como um objeto separado da sociedade, da política e da cultura: não existem atividades econômicas que possam se desenvolver independentemente da sociedade e sem complexas mediações políticas, simbólicas e culturais. [...] A “sociedade”, por sua vez, é uma enganosa abstração se não se levar em conta o fundamento material sobre o qual ela se apoia, a forma em que se organiza a dominação social e os elementos simbólicos que fazem com que os homens e as mulheres possam se comunicar [...]. E por último a “cultura” – a ideologia, o discurso, a linguagem, as tradições e mentalidades, os valores e o “senso comum” – somente podem se sustentar graças à sua complexa articulação com a sociedade, a economia e a política (BORON, 2006, p.316).

Na procura de possíveis definições para a expressão design social encontramos um amplo campo, difícil de ser delimitado, sem respostas concretas de como, quando e onde o design social surgiu. As explicações encontradas permeiam o conceito do design como uma prática que pode beneficiar toda uma população e não apenas favorecer aquela ligada a um mecanismo de produção industrial e ao mercado. O conceito de design social é comumente associado às ideias de Victor Papanek, Tomás Maldonado e Gui Bonsiepe, a partir da década de 1970. Destacamos que neste período este conceito ainda não era nomeado de design social, a expressão ficou conhecida posteriormente.² A ambiguidade do termo levou a uma posterior substituição por outros termos, como design participativo, design colaborativo, etc.

As ideias de Papanek, na segunda metade do século XX, foram imprescindíveis para esses novos comportamentos dos designers e a evolução do design social. Papanek (2014) denominava de “design com responsabilidade moral e social”, o que posteriormente Manzini (2017) e Couto (2017) qualificaram de “ética do design”.

Ressaltamos, ainda, outro aspecto que gera controvérsia em relação ao termo design social: a existência ou ausência de assistencialismo na prática.

Ézio Manzini descreve o design social como uma prática assistencialista, quando designers atuam para uma população menos participante econômica e politicamente que não pode pagar pelo trabalho prestado pelo designer. “[...] Há um design normal que atua em termos

² Autores, como Curtis (2011), Chaves et al. (2018), Queiroz (2014), Matias e Santos (2014), destacam que o construtivismo russo representou um precursor do design social. O movimento começou no início do século XX na Rússia pós-revolução. Artistas como Tatlin, Rodchenko e El Lissitzky, contestando a arte pela arte, utilizavam a comunicação visual e as artes aplicadas como ferramenta social para a sociedade socialista russa, que era em sua maioria analfabeta (CHAVES et al., 2018).

econômicos e outro que é promovido a partir de motivações éticas e na modalidade beneficente” (MANZINI, 2017, p.79).

Apesar de o autor considerar o design social como uma prática assistencialista, ele acredita que é fundamental a geração de soluções que emergem a partir de novas organizações sociais e novos modelos econômicos, ignorando se essas inovações envolvem pobres ou ricos. O autor defende a importância da abordagem de questões socialmente delicadas diante da crise econômica social mundial contemporânea.

Hoje há uma abrangente gama de possibilidades de diálogo entre o design e a sociedade, que podem ser denominadas de diálogo social. Esse diálogo acontece através do rompimento de formas estabelecidas de pensar e fazer coisas, aspirando à mudança social (MANZINI, 2017).

Del Gaudio (2017) sintetiza que o design social atinge práticas de design para resolução de problemas sociais relevantes da sociedade ou mesmo práticas relacionadas à inovação social, podendo ser guiadas ou não por atitudes assistencialistas. A autora acentua enfoques importantes desse diálogo como: design social como empoderamento das pessoas pelo processo; design social como a lógica do usuário e da participação e o design sustentável como design social.

Em suas obras Papanek defendia o design voltado para os interesses reais da maioria da população e não apenas para a elite. Essas ideias, como mencionado acima, já eram discutidas e praticadas antes desse período, mas ainda não haviam sido amplamente divulgadas. Papanek (2014) visualizava o design como uma ferramenta inovadora, criativa e interdisciplinar, que respondesse às verdadeiras necessidades da humanidade, auxiliando na promoção de mudanças. Esse era um pensamento moderno para a época, década de 1970.

O autor critica o design como um artigo de luxo inalcançável à maioria da população mundial. Nesse período, a pobreza fica visível em toda sociedade mundial principalmente em locais como América Latina, África, Sudoeste da Ásia e Oriente Médio, para o autor era importante o acesso de todos ao design. Papanek (2014) foi um dos pioneiros da divulgação dessa relação do homem com a sociedade, engajando o design na responsabilidade de abarcar todas as camadas da população.

Del Gaudio (2014) revela que foi na conferência Design Research Society (DRS), em 1971, que essa questão foi levantada pela primeira vez internacionalmente, com a intenção de promover o debate sobre a ampliação social do design. O Symposium Design for Need sediado no Royal College of Art, em Londres, em 1976, acolheu a discussão. Nesta ocasião, pela primeira vez, foram apresentadas experiências práticas não limitando apenas a exposição do conteúdo em reflexões teóricas. Victor Papanek estava presente e já havia lançado o livro *Design for the Real World* salvaguardando a ideia de que era preciso um design menos escravizado a esse sistema que valoriza o acúmulo de capital. Era necessário um design que se envolvesse com problemas de um mundo com desigualdades sociais.

A partir da década seguinte, no Brasil, essas ideias despertaram o debate entre designers e outros profissionais e em 1985 aconteceu o IV Endi (Encontro Nacional de Desenhistas Industriais), onde foram discutidos temas fundamentais para o design. Destacamos a mesa de discussão Função social do design, composta por profissionais interdisciplinares que promoveram a discussão do designer no âmbito do desenvolvimento social. Não era usada a expressão design social pelos membros da mesa que adotaram a expressão função social do design.

Como desvincular o trabalho do designer do modo de produção capitalista e do acúmulo de capital era o tema mais abrangente da discussão. É possível desenvolver projetos de caráter

social distanciados dos processos industriais? Existiria um novo campo de trabalho em formação para a profissão (GALINKIN, 1985)? Os integrantes da mesa apresentavam experiências de como essa desvinculação poderia acontecer no mercado. Para Dias (1985) o único caminho para se alcançar essa função social do design é através da convivência com a população para quem se projeta. O designer precisa se perguntar: para quem está servindo o que estou fazendo? E para quê?

Quase quarenta anos depois algumas questões continuam sem respostas: como é possível desenvolver projetos de caráter social, distanciados dos processos industriais? Como desvincular o trabalho do designer do modo de produção capitalista no qual estamos inseridos? Dias (1985) já apontava um possível caminho por meio da integração entre o designer e o público que será favorecido com o projeto.

A partir das ideias de Margolin, Araujo demonstra que “o objetivo primário de design para o mercado é criar produtos para venda, enquanto o objetivo central do Design Social é a satisfação das necessidades humanas” (ARAUJO, 2017, p.21). A autora demonstra que em um primeiro momento a prática do design no Brasil foi chamada de desenho industrial, por estar relacionada à produção industrial e aos interesses do mercado.

Segundo Queiroz (2014) a prática do design de mercado, voltado para os interesses do mercado e o lucro, diferencia-se do design social, voltado aos interesses da sociedade. O design de mercado inserido no sistema capitalista volta-se prioritariamente ao capital e ao lucro.

Os professores José Luiz Ripper e Ana Maria Branco, do curso de design da PUC-Rio, na década de 1980, aplicaram um enfoque metodológico para ensino de disciplinas de projeto, chamado inicialmente de design social. Este corroborava com ideias semelhantes às defendidas por Dias (1985) no ENDI, em que a função social do designer só seria alcançada convivendo e entendendo a população para a qual se iria projetar.

O Departamento de Artes da PUC-Rio, em novembro de 1984, apresenta no 3º Congresso ALADI (Associação Latino-Americana de Desenho Industrial) um manifesto de que se destaca o seguinte trecho, como demonstrado por Pacheco (1996):

[...] integrar o aluno ao meio universitário sem fazer do saber técnico e do saber teórico uma doutrina, mas logo que se incorpore à sua formação, adequando-o à realidade do contexto cultural e socioeconômico em que atuará. Assim sendo, o ensino universitário converge para a aproximação de áreas onde se amplia o saber do designer, permitindo que sua habilidade se desenvolva no sentido de adequação à contemporaneidade. A noção de temática nativa remete à construção de uma identidade própria que caracterizará o nosso Design, não só diferenciando-o dos demais por sua complexidade cultural como integrando-o num universo transcultural (PACHECO, 1996, p.7).

A autora definiu esse marco como o surgimento do design social, mas reforçou que o nome veio depois e que ainda naquela ocasião outras denominações surgiram como tentativa de captar melhor sua essência, como Desenho Universal, Desenho Ecológico, Desenho Coletivo.

A expressão design social como uma prática pedagógica no curso de Design da PUC-Rio surge então na década de 1980 e é posteriormente substituída pela expressão Design em Parceria.

O Design em Parceria se caracteriza pelo fazer com, diferente do fazer por ou para as pessoas que só é possível quando o futuro usuário é envolvido pelo designer em todas as etapas do

processo projetual. “Nesta dinâmica, cada participante influencia e é influenciado pela experiência e pelo ponto de vista dos outros participantes” (DAL BIANCO, 2007, p.50).

Essa metodologia não representa uma prática assistencialista, diferentemente do design social definido por Manzini (2017) no início do artigo, apesar de algumas vezes se direcionar a comunidades economicamente menos privilegiadas. Seu aspecto fundamental é o empoderamento dos participantes ou futuros usuários, baseado no envolvimento destes em todas as etapas projetuais, proporcionando condições de autonomia a estas pessoas. Segundo Araujo (2017):

Podemos afirmar que, do ponto de vista do processo de projeto e dos produtos desenvolvidos nesse contexto, temos um exemplo de Design Social e em Parceria. Todo Design em Parceria pode ser Social, porque inclui o indivíduo ou indivíduos e as interações humanas no processo de configuração da forma, mas nem todo Design Social é realizado com a convivência e a partir da relação direta entre o designer e o indivíduo ou indivíduos. Isso faz toda a diferença (ARAUJO, 2017, p.25).

A difusão do Design Social/Design em Parceria, praticado na PUC-Rio, começou a partir das dissertações de Couto (1991) e Pacheco (1996).

Couto (1991), Dal Bianco (2007) e Del Gaudio (2014) demonstram que essa ideia de colocar o usuário como foco do processo do projeto através da interação entre o usuário e o projetista iniciou-se na década de 1970, na Noruega, e era muito difundida na área de informática.

2.2 Design para Inovação Social

A inovação social acontece a partir das necessidades da população na tentativa de resolver os problemas que o Estado e as políticas públicas não resolvem.

Segundo Juliani (2014) movimentos sociais liderados por grupos de ações voluntárias, iniciativas de economia solidária e organizações não governamentais ocupam esses espaços, favorecendo a inovação social e ajudando a resolver problemas sociais.

O autor demonstra que a inovação social começou a ser mencionada em 1960, mas que naquele período existia outra compreensão sobre o termo. Com o passar das décadas o tema se desenvolveu, mas sua potencialidade só atingiu visibilidade nos últimos anos do século XX, com a inauguração dos centros de inovação social. Foi nesse período que a reverberação de pesquisas na área apoiou a resolução de problemas sociais e a melhoria da qualidade de vida. Esses centros têm a missão de incentivar a inovação social. O autor cita três exemplos: o CRISES (Centre de Recherche sur les Innovations Sociales), que surgiu no Canadá em 1986; o ZSI (Zentrum für Soziale Innovation), fundado em 1990 e mantido pelo Ministério da Ciência e Pesquisa austríaca e por doações; e o Nesta (National Endowment for Science Technology and the Arts), organização não governamental inglesa que surgiu em 1998 (JULIANI, 2014).

Para Juliani (2014) a principal característica da inovação social é a colaboração e participação das pessoas envolvidas no processo. A inovação social é definida então como uma forma de gerar soluções para os desafios da contemporaneidade, podendo ser desenvolvida pelos setores, público, privado ou sem fins lucrativos.

A inovação social facilita a capacidade de ação da sociedade, visando a inclusão social, a fim de alcançar interesses coletivos e não individuais e para isso é fundamental o empoderamento dos envolvidos. Representa um processo de aprendizagem coletiva pretendendo transformações sociais que favoreçam novas estruturas sociais (JULIANI, 2014).

Segundo Juliani (2014) a inovação social emerge de uma necessidade local de melhorar a qualidade de vida de um grupo e pode atingir uma perspectiva macro, gerando uma mudança na sociedade de uma forma mais ampla, diminuindo desigualdades e promovendo o desenvolvimento sustentável. A inovação social está diretamente relacionada à melhora social e econômica do grupo envolvido.

A tabela abaixo apresenta definições de inovação social pela ótica de diversos autores, ela foi desenvolvida a partir das ideias retiradas do artigo Inovação social e empreendedorismo social: uma revisão integrativa dos autores Daniela de Oliveira Massad et al. (2017).

Autor / ano	Definição de inovação social
Moore e Westley (2011)	É toda iniciativa, produto, processo ou programa que muda rotinas básicas, recursos e fluxos de autoridade ou crenças de qualquer sistema social.
Young (2011)	Um novo mecanismo que aumenta o bem-estar dos indivíduos que o adotam comparado com o estado em que estavam.
Cajaiba-Santana (2014)	São novas práticas criadas a partir de ações coletivas, intencionais e orientadas por objetivos, destinadas a levar mudança social por meio da reconfiguração de como objetivos sociais são atingidos.
Maclean et al. (2013)	Uma inovação é chamada de inovação social se a nova ideia implícita tem o potencial para melhorar qualidade ou quantidade de vida; inovação social é potencialmente mudança do sistema.
Chlamers (2013)	Novas ideias que simultaneamente atendem às necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais (MURRAY, 2010).
Philips et al. (2015)	É uma nova solução para um problema social, que é mais eficaz, ou apenas eficiente, que as soluções existentes, criando valor para a sociedade como um todo (PHILS; DEIGLMEIER; MILLER, 2008).
Nandan et al. (2015)	Inclui quaisquer novos processos, produtos e serviços que tratem de questões sociais, para melhorar a qualidade de vida humana nos níveis micro e macro (POL; VILLE, 2009).
Cunha et al. (2015)	É uma mudança de sistema por meio do desenvolvimento de soluções inovadoras, abrangendo comunidades de aprendizagem para criar valor social e promover o desenvolvimento da comunidade, desafiando as instituições sociais existentes pelo desenvolvimento da ação colaborativa e de redes mais amplas (CLOUTIER, 2003).

Tabela 1– Definições de inovação social a partir de alguns autores executada a partir da tabela de Massadet al. (2017). Fonte: CRUZ, 2022, p.97.

A inovação social não possui uma definição categórica, como demonstramos na tabela acima, prestando-se a várias interpretações. O conceito de inovação social tem sido a partir deste século muitas vezes associado às práticas do design.

O designer percebe que suas habilidades podem ajudar a resolver os problemas sociais e ambientais que afligem a sociedade. Direcionando-se ao design social, ao contrário do design

de mercado, o designer é conduzido pelos princípios da inovação social, participação e sustentabilidade.

Cipolla (2017) elucida que as pesquisas em design para a sustentabilidade que orientavam projetos com responsabilidade social, associadas a questões ambientais, propulsaram a relevância da inovação social na área do design.

Segundo Del Gaudio (2014) a inovação social pode ocorrer de maneiras distintas, caracterizada em dimensão local e muitas vezes torna-se invisível às autoridades políticas. Para que haja a inovação social é necessária uma mudança de comportamento, em um processo de baixo para cima.

A maioria das referências bibliográficas encontradas que relacionam o design à inovação social partem dos pressupostos do designer italiano Ezio Manzini. O conjunto de obras do autor divulga essa orientação do design, voltando-se para as questões de sustentabilidade e inovação social.

Em seu livro *Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*; publicado em 2008, Manzini orientado pelo design estratégico, fortalece a ideia que o designer é um agente responsável por mudanças sociais, ambientais e econômicas. Para isso é preciso que ele abandone projetos insustentáveis e individualistas. Segundo o autor a inovação social impulsiona a pesquisa em design para a sustentabilidade. O autor defende ainda que, neste século, a inovação social estimulará o design e esta é uma das formas como o design contemporâneo vem se manifestando.

A fim de promover a inovação social através do design, além da publicação de seus livros, Manzini fundou a Rede DESIS,³ com sede na Itália, no Politecnico di Milano, e diversos laboratórios que se espalharam pelo mundo. No Brasil encontramos os laboratórios da Rede DESIS no Rio de Janeiro (UFRJ); Minas Gerais (Uemg); Santa Catarina (UFSC); Paraná (UFPR) e Rio Grande do Sul (Unisinos).

O design para inovação social difundiu-se no Brasil entre 2007 e 2008, depois do curso ministrado por Ezio Manzini: Design, Inovação Social e Desenvolvimento Sustentável, promovido pelo Programa de Engenharia de Produção da Coppe/UFRJ (CIPOLLA, 2017).

É a partir do conceito de comunidades criativas, explicado na publicação de 2017, *Design quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social* que Manzini começa a trilhar o caminho para relacionar o design à inovação social. Comunidades criativas são definidas por Freire e Oliveira (2017) e Arruda et al. (2017), a partir das ideias de Manzini, como grupos de pessoas que usam sua criatividade de forma colaborativa para resolver problemas da vida cotidiana contemporânea a partir de elementos básicos, como compartilhamento de equipamentos, almejando um estilo de vida mais sustentável.

O designer Ezio Manzini tem defendido e divulgado essa postura mais social do designer, a partir do conceito de inovação social que percorreu trilhas disciplinares como o design de serviços, o design estratégico e o design colaborativo.

Manzini define então design para inovação social como “inovações sociais com novas ideias (produtos, serviços e modelos) que atendem às necessidades sociais e, ao mesmo tempo, criam novas relações ou colaborações sociais [...] inovações que são boas para a sociedade e

³ A Rede DESIS (Design for Social Innovation and Sustainability) teve início entre 2007 e 2008.

ampliam a sua capacidade de ação” (MANZINI, 2017, p.25). Dessa forma, o Design para Inovação Social ressalta a capacidade das pessoas e não a resolução de problemas.

Para Del Gaudio (2014) inovação social:

[...] nasce dentro do debate contemporâneo e se articula a partir de conceitos de inovação social, mudanças sistêmicas, comunidades criativas e do papel do designer na identificação de soluções promissoras, melhorá-las e replicá-las. [...] Reflete a ideia atual de que o design pode promover melhoria e reorganização da sociedade como um todo, através da utilização da estratégia de design; ao mesmo tempo, não trata de necessidade de resolver os problemas causados pela própria disciplina, ou de atuar para segmentos específicos da população como pobres e idosos. Contudo pode ser dirigido e se revela útil neste contexto (DEL GAUDIO, 2014, p.62).

Freire e Oliveira (2017) definem que a função do designer na inovação social é estimular os processos, promovendo o envolvimento dos integrantes do grupo, empoderando os envolvidos e favorecendo a colaboração criativa na construção de soluções inovadoras.

A partir dos preceitos de Cajaíba-Santana, Cipolla (2017) relaciona a inovação social ao design. Demonstra que nem toda mudança social representa uma inovação, pois para que aconteça a inovação social todos os atores devem trabalhar colaborativa e intencionalmente para atingir um objetivo comum. Nesse ponto o designer se torna importante, dando suporte para que o processo aconteça.

Segundo Del Gaudio (2017):

[...] precisa-se agora que a comunidade do design se envolva em uma análise crítica das próprias competências, em uma troca dialógica com o social para entender a forma pela qual ele se desenvolve e como estas competências podem influenciar o social. Promovendo-se, assim, um processo construtivo interno à disciplina, de desdobramento e evolução das competências mais do que de formulação de novas ferramentas (DEL GAUDIO, 2017, p.74).

A valorização de princípios sustentáveis e o questionamento dos modos de produção e consumo característicos do sistema capitalista é uma característica fortalecida nas ideias que começam com o design social e que motivam o design participativo e o design para inovação social.

Valorização do lucro e consumo são características do sistema capitalista, onde a produção em massa direcionada ao mercado globalizado é comandada por aqueles que detêm os processos de produção. Vemos prevalecer em nosso país um cenário de grandes desigualdades sociais, em que muitas vezes as pessoas não podem se expressar e lutar pelos seus próprios direitos. O design não consegue se desconectar do exercício de poder, o que causa obstáculos aos designers que desejam agir com um viés mais social. Como o designer pode atuar a favor de mudanças e inovação social?

O foco do design social/design em parceria e do design para inovação social está no empoderamento do parceiro ou público, podendo facilitar mudança social ou até mudança na estrutura da sociedade. Encontramos em destaque, nas definições vistas até aqui, a característica da capacidade das pessoas e não a resolução de problemas, diretamente relacionada ao empoderamento.

Corroborando com Camargo (2019, p.30), defendemos que a inovação sob a perspectiva do design “amplia seu conceito para além da ideia, sua implementação e seu resultado econômico, e passa a considerar os resultados socioculturais, a construção de novos significados e seu impacto no meio ambiente”.

Sob a perspectiva do design social e do design para inovação social que agem a partir de princípios sustentáveis, Couto (2017) defende que o design social é sustentável por excelência; Manzini (2008), que o designer pode favorecer a transformação de comunidades comuns em comunidades criativas e torná-las autossustentáveis; e Del Gaudio (2017), que o design social pode abranger práticas de design para resolução de problemas sociais relevantes. Pesquisas e iniciativas que busquem um novo olhar sobre a atuação do designer são bastante relevantes, pois trilham caminhos para a atividade a partir de princípios sustentáveis.

3 A responsabilidade social do designer

Nessa seção do artigo desviaremos o foco do design para o designer, indivíduo. O designer não consegue reverter o sistema em que está inserido, mas suas ações, como demonstramos acima, podem ajudar a sociedade a trilhar um caminho mais sustentável. A consciência moral é a principal ferramenta que o designer pode e deve usar na procura de possíveis soluções.

Para refletir sobre o designer que age com responsabilidade social buscamos um diálogo entre o filósofo Mikhail Bakhtin, autor do texto *Para uma filosofia do ato responsável*, e o artigo Empatia ou inclusão: uma abordagem dialógica ao design socialmente responsável, dos designers Carla Cipolla e Roberto Bartholo.

No artigo Empatia ou inclusão: uma abordagem dialógica ao design socialmente responsável, os autores Carla Cipolla e Roberto Bartholo (2014) expõem uma visão das principais definições de *socially responsible design* (SRD), design socialmente responsável. Relacionando essa definição às ideias do filósofo Bakhtin em *Para uma filosofia do ato responsável*, buscamos entender a motivação dos designers que agem por esse viés.

Segundo Cipolla e Bartholo (2014) a responsabilidade do designer refere-se ao contexto no qual ele está inserido. Uma relação dialógica é estabelecida entre o designer socialmente responsável e as pessoas que vivem no contexto local onde ele irá atuar. O designer facilita a busca de soluções que proporcionem melhorias sociais daquele contexto. A prática do design socialmente responsável conecta-se a empatia e inclusão. Os autores reconhecem o valor da empatia para o design socialmente responsável, mas destacam principalmente a relevância da participação/inclusão.

A partir de Simone Weil, os autores destacam a necessidade do ser humano de “estar enraizado”. A humanidade intuitivamente constrói laços participando ativamente de sua sociedade (CIPOLLA; BARTHOLO, 2014).

Cipolla e Bartholo (2014) qualificam o design para inovação social e sustentabilidade, sob os preceitos de Manzini, como um exemplo de design socialmente responsável e destacam ainda a colaboração das ideias de Papanek para esse tema, com sua conclamação, de que a responsabilidade do designer inclui dimensões sociais, morais e ecológicas.

Os autores (2014) concluem que um designer socialmente responsável age auxiliando a promoção de mudança em contextos locais através de “soluções regenerativas”, delineado por Manzini como “sistemas de produtos e serviços que atuam como agentes positivos na regeneração dos contextos da vida” (Manzini, 2002, p. 147 apud Cipolla e Bartholo, 2014, p.89).

O filósofo russo Mikhail Bakhtin nasceu no final do século XIX e foi pesquisador da linguagem humana e teórico da cultura e da arte. Suas obras iluminaram pensadores e correntes teóricas. Foi apenas na década de 1980 que suas obras começaram a ser divulgadas no Ocidente, o autor atingiu um reconhecimento póstumo na década de 1990 já que seu falecimento foi em 1975.

No posfácio da segunda edição de *Para uma filosofia do ato responsável*, Faraco (2012) explica que, apesar do texto ter sido escrito por Bakhtin no início da década de 1920, sua primeira publicação só aconteceu em 1986, causando surpresa entre os leitores do autor. Segundo Faraco, “parecia outro Bakhtin”. O título foi escolhido pelos editores, já que o texto escrito pelo filósofo era um rascunho sem as páginas iniciais, com alguns trechos ilegíveis e apresentava-se sem título.

As perguntas sugeridas por Faraco (2012, p.155) demonstram uma importante reflexão para o presente artigo:

O que pode motivar a consciência individual a se dispor a assinar embaixo de proposições com validade teórica ou embaixo dos valores da humanidade histórica? Ou, ainda, como decidir quando estamos frente a dilemas éticos? O que fazer quando, por exemplo, somos expostos a contraditórios valores da humanidade histórica?

Bakhtin não responde essas indagações, deixando vago esse rascunho de filosofia moral, mas revela que “viver desde si mesmo não quer dizer viver para si mesmo. O sujeito moral bakhtiniano é, de certa forma, um solitário ético (a ele e só a ele cabe decidir). Mas não está sozinho no mundo” (FARACO, 2012, p.155). O agir responsável desse sujeito será demarcado pelo outro.

Bakhtin não apresenta respostas para os dilemas éticos encontrados a partir dos contraditórios valores da humanidade histórica, mas revela que o caminho está na ação que se constrói a partir de participação e empatia. Essa é uma reflexão essencial sobre os dilemas éticos do cotidiano dos designers que os conduz a agir de forma socialmente responsável.

A crise contemporânea é, fundamentalmente, crise do ato contemporâneo. Criou-se um abismo entre o motivo do ato e o seu produto. E, em consequência disso, também o produto, arrancado de suas raízes ontológicas, se deteriorou. O dinheiro pode se tornar o motivo de um ato que constrói um sistema moral. Em relação ao momento atual o materialismo econômico tem razão, mas não porque os motivos do ato hajam penetrado no interior do produto, mas antes, ao contrário, porque o produto, na sua validade, é separado do ato na sua motivação real. Mas essa situação não pode mais corrigir do interior do produto, enquanto não se pode daqui juntar ao ato; só se pode resolvê-la do interior do ato mesmo. Os mundos teóricos e estéticos têm sido deixados em liberdade, mas do interior deles é impossível juntá-los e associá-los à unidade última, encarná-los (BAKHTIN, 2012, p.115).

O distanciamento entre produto e a motivação de quem o produz, segundo o autor, causa a crise contemporânea do agir. E nesse distanciamento os produtos perdem sua origem ontológica, distanciando-se da existência e da natureza dos seres humanos guiando-se apenas pelo capital; conduzindo todo o sistema moral pelo dinheiro. Nesse contexto a ação do designer socialmente responsável ecoa como um ato de insurgência? Ações de designers socialmente responsáveis podem multiplicar-se atingindo relevância?

Segundo o filósofo se o pensamento é um ato singular, somos responsáveis por nossos pensamentos e esses atos que compõem a originalidade de nossas vidas. “Estes dois

momentos, portanto, seja o do sentido, seja o histórico individual (factual), são dois momentos unitários e inseparáveis na valoração deste pensamento como meu ato responsável” (BAKHTIN, 2012, p.44).

Tudo o que pode ser feito por mim não poderá nunca ser feito por ninguém mais, nunca. A singularidade do existir presente é irrevogavelmente obrigatória. [...] Transformando-se em objeto de conhecimento, eu o universalizo: cada pessoa ocupa um lugar singular e irrepetível, cada existir é único (BAKHTIN, 2012, p.96).

Para esse ato singular ser responsável é preciso participação. Apresentamo-nos responsáveis e humildes a partir dessa participação. Essa participação, por sua vez, transfigura a manifestação pessoal, que engloba sentimentos, desejos e pensamentos, em um ato individual e responsável. O dever estético científico está sempre relacionado ao dever ético (BAKHTIN, 2012).

Rearfirmando as ideias de Bakhtin, a antropóloga Christina Toren (1999) inicia seu livro *Mente, materialidade e história: explorações na etnografia de Fiji* com a pergunta: “Como nos tornamos quem somos?” (TOREN, 1999, p.14, tradução nossa). Segundo a autora, essa questão embasa todas as ciências humanas. Apesar da vasta literatura sobre o tema, ainda não existe resposta.

O ser humano cria suas próprias ideias e ações, o desafio do antropólogo, dessa forma, é alcançar a vida humana enraizada na intersubjetividade, tendo sua história como base.

Somos individualmente sociais e socialmente individuais. Somos seres sociais em nossa própria natureza e é porque somos que a história de nossas relações com os outros informa quem somos, pessoas em particular. Somos biologicamente culturais e culturalmente biológicos. [...] A mente é incorporada e o corpo manifesta a mente. [...] O ideal e o material são mutuamente especificados. Nossas ideias são materializadas nas relações com os outros e nos comunicamos uns com os outros através da materialidade do mundo (TOREN, 1999, p. 22, tradução nossa).

4 Design e democracia como conclusão

Para dissertar sobre o design com responsabilidade social apresentamos, no decorrer do artigo, as primeiras ideias e os primeiros autores que difundiram a importante relação entre design e sociedade e a responsabilidade dos designers que agem por este viés. Abordamos conceitos e correntes importantes nessa conexão como design social, design em parceria e design para inovação social, que serviram de fio condutor para entender essa postura do designer socialmente responsável, tendo por base ideias do filósofo Mikhail Bakhtin. Percebe-se que essas ideias de responsabilidade social do design podem conduzir a um possível afastamento de uma postura do design de mercado.

Entendemos que as atitudes do designer que age com responsabilidade social contribuirão na construção de um design menos escravizado a um sistema que se revela muitas vezes opressor. A postura do designer a partir de princípios sustentáveis promovendo a participação coletiva só é viável em um sistema democrático e aberto. A partir dessa constatação trazemos essa relação entre design e democracia como conclusão do artigo.

Ações de design a partir da teoria democrática são baseadas na participação e igualdade. Izidio et al. (2019) atestam que momentos de crise favorecem a resistência e o fortalecimento do papel social e político do design. Mas atentam que projetos de design denominados sociais

muitas vezes se constituem a partir da reprodução dos mecanismos de dominação dos processos instituídos pelo capital.

Ibarra, a partir das ideias de Carl Di Salvo (DI SALVO, 2010 apud IBARRA, 2018, p.132), revela que o grande interesse dos designers em relacionar o design à democracia teve início neste século. Para a autora a inovação democrática é evidenciada pelo design para inovação social.

Izidio e Moraes (2019) fazem uma importante análise sobre essa relação incentivada pela ligação entre design e democracia que desperta um posicionamento político da comunidade do design objetivando relacionar esses dois conceitos em tempos de fragilidade democrática.

Os autores descrevem a partir de uma carta de Manzini e Margolin, quatro aspectos fundamentais dessa relação:

1. design da democracia – melhorar os processos democráticos e as instituições sobre as quais se constrói a democracia;
2. design para a democracia – permitir que mais pessoas participem do processo democrático, especialmente através da utilização da tecnologia;
3. design na democracia – construir o acesso, a abertura e a transparência nas instituições de forma a garantir igualdade e justiça;
4. design como democracia – a prática do design participativo para que diversos atores possam moldar nossos mundos presentes e futuros de maneira justa e inclusiva (IZIDIO; MORAES, 2019, p.3, tradução nossa).

Para Manzini e Margolin processos democráticos sempre se relacionaram às metodologias de design, desta forma, o design colabora no exercício da democracia (IZIDIO; MORAES, 2019).

O design participativo só é possível com a cooperação entre designers e não designers, através do empoderamento das pessoas, objetivando os interesses de todos e revela-se fundamental para relacionar o design e a democracia. A partir desse empoderamento, constroem-se novas relações e estruturas sociais, visando à inovação social aliada a comportamentos mais sustentáveis.

As atitudes dos designers representam posicionamentos políticos e o designer quando escolhe atuar a favor do mercado ou por um viés social, deve saber que esse posicionamento terá reações para ele e para toda a sociedade, mesmo que essa atitude seja inconsciente.

Demonstramos a responsabilidade do design, destacando a importância das metodologias e ações de design, como design social, design em parceria e design para inovação social, baseadas em princípios democráticos na construção de um caminho de atuação do designer por um viés mais social, contudo, para que isso aconteça, é essencial a democracia relacionada à prática do design.

O artigo identificou práticas ou metodologias de design a partir de um viés social. Apesar de indefinições e imprecisões, o mais importante é entendermos que essa postura do design trilha caminhos na direção de uma sociedade mais igualitária e sustentável e sugere novas alternativas para os atuais modelos de produção e consumo.

ARAUJO, Renata Mattos Eyer de. Um olhar sobre o design social e a prática do design em parceria. In: JEFFERSON, Alfredo; FRANZATO, Carlo; DEL GAUDIO, Chiara (Org.). **Ecovisões projetuais: pesquisa em design e sustentabilidade no Brasil**. São Paulo: Blücher, 2017.

ARRUDA, Amilton José Vieira de et al. Design e os processos de inovação social como agentes transformadores em comunidades criativas. In: ARRUDA, Amilton J. V. (Org.). **Design & Inovação Social**. 1. ed. São Paulo: Blücher, 2017. p. 257- 275

BAKHTIN, Mikhail M. Para uma filosofia do ato responsável. In: **Para uma filosofia do ato responsável**. 2.ed. São Carlos: Pedro & João Editores, 2012. p. 41-144.

BERLIM, Lilyan; RUSSO, Beatriz. Uma introdução à responsabilidade no design. In: RUSSO, Beatriz; BERLIM, Lilyan (Org.). **Políticas periféricas para um design responsável**. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020. p. 7-14.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Sobre a possibilidade de uma teoria do design. **Estudos em Design**, ano II, vol. II. Rio de Janeiro, 1997.

BORON, Atilio A. **A filosofia política e crítica da sociedade burguesa**: o legado teórico de Karl Marx. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, USP, 2006.

CAMARGO, Cariane Weydmann. **Ativismo em design**: sistematização e proposições de estratégias projetuais para estimular o processo de transição cultural e social rumo à moda sustentável. Tese de Doutorado. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Curso de Pós-graduação em Design, 2019.

CHAVES, Liliane Iten et al. **Design para a sustentabilidade**: dimensão social. Curitiba: Insight, 2018.

CIPPOLA, Carla; BARTHOLO, Roberto. Empathy or inclusion: A dialogical approach to socially responsible design. **International Journal of Design**, Vol. 8 n. 2, 87-100, 2014. Disponível em: <https://www.academia.edu/22331936/Empathy_or_Inclusion_A_Dialogical_Approach_to_Socially_Responsible_Design> Acesso em: 28 jul. 2020.

CIPPOLA, Carla. Ecovisões sobre Design para inovação social. In: JEFFERSON, Alfredo; FRANZATO, Carlo; DEL GAUDIO, Chiara (Org.). **Ecovisões projetuais: pesquisa em design e sustentabilidade no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Blücher, 2017. p. 83-86.

COUTO, Rita Maria de Souza. **O ensino da disciplina Projeto Básico sob o enfoque do design social**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Educação, 1991.

_____. O design social na PUC-Rio. In: JEFFERSON, Alfredo; FRANZATO, Carlo; DEL GAUDIO, Chiara (Org.). **Ecovisões projetuais: pesquisa em design e sustentabilidade no Brasil**. 1 ed. São Paulo: Blücher, 2017. p. 29-36.

CRUZ, Bárbara de Oliveira e Cruz. **O design socialmente responsável e a busca de possíveis caminhos para a produção de artigos de moda**. Tese de Doutorado. Rio de

Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2022.

DAL BIANCO, Bianca. **Design em parceria: reflexões de projetar sob a ótica do design e emoção.** Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2007.

DEL GAUDIO, Chiara. **Design participativo e inovação social: a influência dos fatores contextuais.** Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2014.

_____. Ecovisões sobre design social. In: JEFFERSON, Alfredo; FRANZATO, Carlo; DEL GAUDIO, Chiara (Org.). **Ecovisões projetuais: pesquisa em design e sustentabilidade no Brasil.** 1. ed. São Paulo: Editora Blücher, 2017. p. 13-18.

DIAS, Rosinha Borges. Painel 1: função social do design. Anais do **4º Encontro Nacional de Desenhistas Industriais**, Belo Horizonte, MG, 1985.

FARACO, Carlos Alberto. Um posfácio meio impertinente. In: **Para uma filosofia do ato responsável.** 2.ed. São Carlos: Pedro & João Editores, 2012. p. 147-158.

FREIRE, Karine de Mello; OLIVEIRA, Caio Marcelo Milo de. Soluções habilitantes para formação de comunidades criativas: um caminho possível do design para inovação social. In: ARRUDA, Amilton J. V. (Org.). **Design & Inovação Social.** 1. ed. São Paulo: Blucher, 2017. p. 109-131.

GALINKIN, Mauricio. Painel 1: função social do design. Anais do **4º Encontro Nacional de Desenhistas Industriais**, Belo Horizonte, MG, 1985.

IBARRA, Maria. **Design entrelaçado com a antropologia: engajamentos com um coletivo de moradores do bairro de Santa Teresa no Rio de Janeiro.** Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2018.

IZIDIO, Luiz Lagares; MORAES, Dijon de. **Design as Democracy: the democratic potential of design.** LENS conference 3, Curitiba, 2019a. Disponível em:<<http://lensconference3.org/index.php/program/presentations/item/244-design-as-democracy-the-democratic-potential-of-design>>. Acesso em: 3 set. 2019.

IZIDIO, Luiz Lagares; LANA, Sebastiana.L.B; MORAES, Dijon de. O ambiente de crise como causa política para o design. **Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación**, Buenos Aires, v. 99, p. 1, 2019.

JULIANI, Douglas. **Inovação Social: uma revisão sistemática de literatura.** X Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 2014.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas, novas redes projetuais.** Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

_____. **Design quando todos fazem design:** uma introdução ao design para a inovação social. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.

MASSAD, Daniela de Oliveira et al. Inovação social e empreendedorismo social: uma revisão integrativa. In: ARRUDA, Amilton J. V. (Org.). **Design & Inovação Social**. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2017. p. 87-107.

PACHECO, Heliana. **O design e o aprendizado – Barraca:** quando o design social deságua no desenho coletivo. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 1996.

PAPANEK, Victor. **Diseñar para el mundo real:** ecologia humana y cambio social. Barcelona: Pollen Edicions, 2014.

QUEIROZ, Leila Lemgruber. **Utopia da sustentabilidade e transgressões no design.** Rio de Janeiro: Viveiros de Castro, 2014.

TOREN, Christina. **Mind, Materiality and History:** explorations in figian ethnography. New York: Routledge, 1999.