

Um olhar sobre o design social e a prática do design em parceria

Renata Mattos Eyer de Araujo

O Design Social tem sido discutido ao longo dos últimos, aproximadamente, quarenta anos. O entendimento desse conceito tem causado polêmica para uns, trazido conforto para outros e servido como motivação para outros tantos. O fato é que ao longo da história, assim como “Design Social”, alguns outros nomes têm sido associados à palavra “design” para conferir uma qualidade a cada área de atuação ou especificar determinados enfoques de projeto.

Design social, design para inclusão social, design para a sociedade e *user centered design* 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. “Design social”, então, se refere ao tipo de questão que está sendo abordada pelo designer.

Por outro lado, alguns designers defendem a posição de que todo o design é social. Tal entendimento não reconheceria, portanto, esse tipo de abordagem diferenciada. Para essas pessoas surge a seguinte pergunta: por que falar de um design social se todo design é social? Neste sentido, ser social seria uma premissa do design.

Na tentativa de entender isso que pode parecer uma contradição entre algo que é – faz parte da natureza da atividade – e o que pode ser – a depender da abordagem empregada – surgem algumas suposições; entre elas, a que parece nesse momento fazer mais sentido é que os projetos de design têm diferentes aspectos a serem considerados, entre os quais está o aspecto social.

Uma análise histórica a respeito do que é design conduziria ao entendimento e à identificação de aspectos considerados nos projetos de design, como o social, o econômico e o ambiental, para depois defini-los e entender a forma como estão inseridos em cada projeto. Aqui caberia uma pausa e uma investigação, começando pelo significado da palavra *design*, em inglês, até a sua tradução para o

português, mostrando como se deu a construção de uma área de conhecimento e atuação profissional. No livro *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação* temos a contribuição de Vilém Flusser:

Em inglês, a palavra design funciona como substantivo e também como verbo (circunstância que caracteriza muito bem o espírito da língua inglesa). Como substantivo significa, entre outras coisas, “propósito”, “plano”, “intenção”, “meta”, “esquema maligno”, “conspiração”, “forma”, “estrutura básica”, e todos esses e outros significados estão relacionados a “astúcia” e a “fraude”. Na situação de verbo – *to design* – significa, entre outras coisas, “tramar algo”, “simular”, “projetar”, “esquematar”, “configurar”, ‘proceder de modo estratégico’. A palavra é de origem latina e contém em si o termo *signum*, que significa o mesmo que a palavra alemã *Zeichen* (“signo”, “desenho”). E tanto *signum* como *Zeichen* têm origem comum. Etimologicamente a palavra design significa algo assim como de-sagnar (*entzeichnen*) (FLUSSER, 2007, p. 181).

Essa investigação seria extensa, apontando para o significado da palavra e para o momento quando se começou a usá-la. Sendo um termo em inglês, esse percurso passaria pela tradução e compreensão da palavra em português, chegando ao uso e aplicação dela em nosso país. Estamos dizendo que a palavra design deve ser compreendida etimologicamente, com um entendimento histórico e, no caso do Brasil, uma adequação à língua portuguesa e apropriação para uma realidade, que envolve determinada situação geográfica, histórica, política, econômica, social e cultural.

Assim, podemos considerar que o design – ato de designar, projetar, configurar – está relacionado a um determinado contexto e dessa forma pode ser entendido como um conceito em constante evolução. Isso talvez justifique o surgimento frequente de novos termos, a partir da combinação da palavra design com outras, como ecodesign, design sustentável, design participativo, design emocional, design de território, design estratégico, design universal, design inclusivo, entre outras, e design social. O fato é que o design envolve muitas variáveis e não basta entender o “que” é, mas deve se reconhecer o “quando” e o “onde”, assim como também “quem” o faz e, sendo uma atividade prática, também o “como” se faz.

No Brasil, o design foi chamado em um primeiro momento de desenho industrial, estabelecendo-se assim uma associação direta com os sistemas produtivos que tinham por base os valores econômicos. A prática de projeto era realizada considerando os requisitos necessários para atender às demandas da produção industrial, associada a bens de consumo para uma parcela da população dotada de recursos financeiros para adquiri-los. Com isso, a atividade do designer estava

diretamente ligada a essa produção, por meio da qual se dividia o grupo social em dois: os que estavam dentro de um modelo padrão, com poder aquisitivo, e os excluídos dessa corrente principal, grupos de minorias e menos favorecidos economicamente.

No processo industrial o usuário nem sempre é o centro do projeto; neste caso o designer precisa, principalmente, atender aos interesses dos donos das empresas e do sistema industrial. São os aspectos econômicos e produtivos que norteiam o desenvolvimento dos projetos e produtos.

Nesse cenário surgiu o Design Social, que era entendido como uma abordagem de projeto para atender às necessidades de uma parcela da população à margem da sociedade, considerada menos favorecida econômica, social e culturalmente, caracterizada por grupos como o das pessoas com deficiência e de baixa renda, por exemplo. Os projetos, desenvolvidos normalmente fora da produção industrial, vinham atender às questões desses grupos em relação à melhoria de qualidade de vida, autoestima e aumento da renda.

Segundo Margolin e Margolin (2004), 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.

O Design Social tratava do processo de interação social que se diferenciava da abordagem de design voltada para a indústria, tendo como característica a participação efetiva do usuário em praticamente todas as etapas do processo de produção dos objetos, como menciona COUTO (1992). Couto conclui ainda dizendo: “Essa prática favorece a geração de soluções apropriadas, que estarão sempre em consonância com os anseios e necessidades da população envolvida. Permite a construção de objetos que ganharão a aceitação do grupo” (COUTO, 1992, p. 13).

Na década de 1980, no Brasil, as ideias de Victor Papanek, apresentadas em sua obra *Design para um mundo real* (1977), encontraram ressonância e inspiraram um design que estivesse atento às questões reais da sociedade, deixando de olhar para o mercado e voltando-se para o indivíduo, a comunidade e seu entorno.

Muitos anos depois estamos ainda, ou novamente, trazendo o Design Social para a pauta; mas, ao longo desse tempo, muitas mudanças ocorreram. Nesse período tivemos um aumento significativo da população mundial, a ponto desse número ter dobrado. Em 1960 a população mundial era de cerca de 3 bilhões de pessoas, em 1999 de aproximadamente 6 bilhões e em 2015 somos mais de 7 bilhões de pessoas. Isso configura um cenário mundial nunca visto e o consumo agressivo se torna insustentável, gerando preocupação e a necessidade de uma nova configuração econômica e de desenvolvimento das nações. Surgem algumas alternativas com o desenvolvimento sustentável e o desenvolvimento inclusivo.

Não é à toa que os últimos anos evidenciaram uma mudança de olhar para a sociedade e a necessidade de se gerar alternativas para os meios de produção industrial que estejam em consonância com as possibilidades atuais, de forma a garantir o acesso das futuras gerações aos recursos naturais. A importância de um consumo consciente entra na pauta das discussões, impondo uma revisão dos processos produtivos e uma aproximação entre os aspectos sociais dos econômicos.

Talvez no momento histórico que vivemos seja possível redefinir valores, minimizar as barreiras sociais e trazer os interesses humanos para o centro das discussões. Neste sentido, as áreas de Humanas têm uma grande contribuição a dar e o design como área interdisciplinar de projeto – de dar forma e materialidade às ideias – se torna uma aposta. Só com uma abordagem com foco no ser humano será possível gerar a transformação necessária para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva.

A experiência com o ensino de design

Como já foi dito anteriormente, ao longo da história, foram muitas as discussões para entender o que é design e demarcar área de conhecimento compreendida entre ciência, tecnologia e arte, e sua forma de atuação. Na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), o curso de design está alocado no CTCH, Centro de Teologia e Ciências Humanas, o que mostra o lugar de onde o design está sendo visto e a partir de onde o curso foi construído nessa instituição.

Nos anos 1980, o ensino de design na PUC-Rio tomava um novo rumo provocado pela insatisfação de alguns professores, entre eles Ana Maria Branco e José Luiz Mendes Ripper, que buscavam, inspirados pelas ideias de Victor Papanek, uma nova forma de projetar. Papanek (1977) aponta que as escolas de design não ensinavam o ambiente ecológico, social, econômico e político em que o design acontece, e prega não ser mais possível um design desvinculado das necessidades dos seres humanos, do contexto sociológico, psicológico e ecológico. Um discurso pertinente e atual até os dias de hoje.

Diante desse movimento surge no Departamento de Artes & Design da PUC-Rio uma metodologia de projeto que propõe aos estudantes que saiam da sala de aula e vão para um ambiente real, onde é realizado por um profissional alguma atividade para que possam, a partir da observação dela no cotidiano do grupo envolvido, desenvolver seu projeto. Essa abordagem era dada nos projetos de início de curso e os alunos tinham a possibilidade de retomá-la em seu projeto de conclusão. Era chamada de Design Social e depois, com o andamento do trabalho e reflexão sobre ele, passou a ser chamada por alguns professores de design participativo.

O foco do projeto estava na interação do aluno, futuro designer, com uma determinada pessoa ou grupo social, escolhido por ele, no ambiente de trabalho dessa pessoa e grupo, onde o aluno estaria presente para conviver e acompanhar o que acontecia. Dessa relação seria desencadeado o processo de projeto. Essa pessoa foi identificada durante muitos anos como um interlocutor, depois como intercessor e, com as experiências e aprendizados adquiridos por um grupo de professores com essa prática de projeto e de ensino, esse indivíduo com quem o aluno convivia e a partir de sua realidade se estabelecia o projeto passou a ser identificado como parceiro. A metodologia é definida agora, por esses professores, como Design em Parceria.

Tratamos aqui de uma evolução ao longo da história, que diz respeito a um posicionamento do design diante das pessoas e como área de atuação. Diferente daquele design para a produção industrial, em que as pessoas eram consumidoras, estamos tratando de um caminho que desconstrói a figura do consumidor apenas, coloca a pessoa como um usuário, no centro do processo de design, e conduz ao entendimento de um design feito com as pessoas, em coautoria. Um design que tira o foco do sistema econômico e produtivo vigente e coloca atenção no humano, com uma interação direta entre o designer e as pessoas envolvidas, a partir da qual o processo de projeto se desenvolve. O modo de ser, de estar, de agir, de se manifestar das pessoas, assim como os desejos, valores, intenções de pessoas e grupos e as interações humanas, desencadeiam o processo de projeto.

Com a reforma curricular e a implantação de um novo currículo no ano de 2007, a metodologia de Design em Parceria foi consolidada como base para a disciplina DSG 1001 Projeto Básico Contexto e Conceito, de forma que todos os alunos no primeiro período vivenciam essa prática projetual. Uma abordagem social, que procura fugir do cunho assistencialista, com ações conjuntas entre as pessoas, e não de uma pessoa para a outra. Uma busca pelo trabalho cooperativo sem hierarquias. Um fazer “com” e não “para”.

O convite do **Design em Parceria** é para que esse processo com foco no ser humano seja compartilhado e parta da realidade vivida por um ou mais indivíduos. Que seja vivida também pelo designer, junto com o indivíduo ou um grupo, que deem sentido ao projetar. A solução de design é resultado e consequência desse processo.

Nesse sentido, o aspecto social é inerente ao design e conduz o fazer. Esse fazer deve se dar na convivência com o indivíduo e grupo, em uma situação constante de troca e experimentação. Os projetos de design devem partir do reconhecimento da singularidade das pessoas em determinados contextos, de uma determinada realidade, das relações que se formam entre as pessoas e da relação pessoa-objeto-ambiente. A maneira como o designer conduz o seu fazer é fruto do entendimento que ele tem do que é social, das suas crenças e valores. A maneira como se posiciona e realiza suas atividades de projeto define a abordagem de Design em Parceria, e isso pode se diferenciar de um entendimento do Design

Social à medida que a condução do projeto do Design em Parceria não foca e nem prioriza minorias ou grupos menos favorecidos, embora possa ser realizada com eles também.

A experiência no desenvolvimento de projetos de produtos

Com essa proposta, a PUC-Rio, por meio do corpo discente e docente, tem estado perto de diferentes grupos sociais e alguns dos professores do Departamento de Artes & Design estreitaram vínculos com algumas organizações, em parcerias que geraram desdobramentos fora do ambiente acadêmico. Uma das relações que levou para fora da universidade a metodologia de Design em Parceria se deu com uma organização liderada por pessoas com deficiência que atua nessa área.

Talvez por este grupo fazer parte das chamadas minorias, à margem da sociedade, sendo formado por pessoas que têm características distintas daquelas que representam o suposto homem médio padrão, para o qual eram produzidos os objetos em escala industrial, houve espaço para a continuação de um trabalho que começou no âmbito do ensino e da pesquisa, prosseguindo fora da universidade.

O Centro de Vida Independente do Rio de Janeiro (CVI-Rio) é uma organização sem fins lucrativos, que presta serviços na área da deficiência, e foi uma das parcerias que teve continuidade. Um dos serviços ofertados é a Oficina de Tecnologia Assistiva, fruto da parceria com o Departamento de Artes & Design da PUC-Rio, onde são desenvolvidos projetos de design com foco no humano, em uma metodologia de projeto que coloca a pessoa com deficiência como agente do processo de desenvolvimento do objeto junto com o designer. São dois os pontos centrais desse processo de projeto: **o encontro com a pessoa** e **a atitude experimental**. É no encontro com a pessoa que se dá a identificação do contexto no qual ocorrerá o processo projetual: a partir das características pessoais, das crenças, interesses, motivações, modo de realizar as atividades, desejos, necessidades, limites, ritmo e lugar de uso do objeto. A atitude experimental é o que permite desenvolver uma série de estudos, modelos e protótipos para experimentação junto às pessoas envolvidas, para a construção da forma do objeto.

Um dos princípios que norteiam o trabalho desenvolvido nessa organização é o reconhecimento de que cabe à pessoa com deficiência fazer as suas escolhas e gerir a sua própria vida. Com base nisso atua a Oficina de Tecnologia Assistiva, que tem como objetivo o desenvolvimento de projetos de design e a produção de objetos que favoreçam o uso das capacidades e a maximização dos potenciais dos indivíduos. Busca-se projetar recursos que gerem oportunidades mais igualitárias para as pessoas com deficiência, que historicamente

foram excluídas da sociedade e ainda encontram várias barreiras para exercer a sua cidadania. Nesse sentido os projetos são identificados também como Design Social.

O processo de projeto se dá junto à pessoa com deficiência, partindo do encontro dessa com o designer e, sempre que preciso, contando com uma equipe interdisciplinar. Passa-se pela concepção da forma, materialização de ideias e experimentações, até a entrega do produto à pessoa. Essa dinâmica aproxima o designer do indivíduo, usuário, e este do processo de produção, o que facilita o redesenho da forma, a manutenção do objeto e a continuidade de uso.

O objetivo do primeiro encontro é ouvir o desejo e a intenção da pessoa e identificar possibilidades. Com essas informações são gerados experimentos com possibilidade de uso, para que, a partir deles, possa ser definido, junto ao usuário, um caminho de projeto. As experimentações permitem que o designer tenha um retorno de informações baseado no uso. Essa etapa pode se repetir quantas vezes for necessária até a definição do objeto. A partir dessa definição, é feito o planejamento da produção até a construção do objeto que será entregue ao usuário. Com o objeto finalizado, uma nova experimentação é realizada e, se estiver tudo como esperado, o objeto é entregue ao usuário. A utilização do objeto pela pessoa no seu dia a dia pode gerar novas informações e/ou novas intenções em relação a outras atividades, novas oportunidades de projeto.

Os equipamentos permitem às pessoas com deficiência realizar determinada atividade e são desenvolvidos a partir da motivação pessoal, possibilitando uma melhoria na sua qualidade de vida, autonomia, uso das capacidades e fortalecimento pessoal, favorecendo a igualdade de oportunidades e a inclusão social.

Além de serem projetos desenvolvidos com a metodologia de Design em Parceria, esses projetos de produtos se encaixam como exemplos de Design Social, de acordo com a concepção apresentada no início deste ensaio, considerando que: destinam-se a um grupo que está à margem da sociedade; destinam-se a pessoas com deficiência; fogem das premissas da produção industrial; são produzidos com tecnologia local e visam uma melhoria de qualidade de vida.

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.

Caminhos e oportunidade

O design poderia ser essencialmente social, já que trata de dar forma e materialização a questões humanas, estando relacionado às pessoas e lidando com a relação pessoa-objeto. No entanto, historicamente esteve associado aos meios de produção e ao sistema econômico, e esses valores durante anos nortearam as ações dos designers. Além disso, são muitas as formas de entendimento sobre o que é social e, quando este conceito se associa aos processos de projeto em design, é possível identificar abordagens distintas que podem gerar resultados bem diferentes. Temos aqueles projetos nos quais o designer projeta com os indivíduos; há outros em que existe a relação com os indivíduos, mas é esporádica e de acordo com os interesses e necessidades do designer; e existem ainda os que projetam considerando que os resultados sejam úteis para os indivíduos, mas não necessariamente estabelecem uma relação direta com eles.

As experiências de processos de projeto aqui apresentadas estão baseadas na convivência e em uma relação de troca constante entre o designer e o indivíduo, ou indivíduos, que são agentes no processo. Isso gera um fortalecimento pessoal e a transformação dessas pessoas e, conseqüentemente, da sociedade. Trata-se de uma metodologia que privilegia a diversidade humana, o contexto social e a experimentação de modelos e protótipos para a construção da forma do objeto. Um processo de projeto de “design com”.

O empoderamento das pessoas, tendo em vista quem são e as suas ações, é uma das conseqüências desse processo. O avanço crescente da população mundial e, em especial, do grupo de pessoas acima de sessenta anos coloca a todos nós diante de um cenário nunca visto pela espécie humana. Evidenciam-se as nossas diferenças e a importância do reconhecimento da diversidade. A humanidade está diante das diferenças que se revelam ao longo do ciclo de vida das pessoas, percebidas por cada indivíduo, e não só das diferenças entre indivíduos. Estas, por sua vez, também são enfatizadas com o aumento da população.

Não é mais possível desconsiderar o ser humano; pelo contrário, o momento é de estarmos juntos, reconhecermos as nossas forças e fazer com. Não há mais espaço para o consumidor de ontem, que comprava desordenadamente. Não é mais cabível um consumo de massa – as pessoas querem ser diferenciadas, identificadas pelas suas particularidades, e a indústria já reconhece isso e traz possibilidades para esse novo momento. A produção industrial se reinventou, é outra, e procura atender ao pedido de individualização.

As tecnologias existentes hoje, como as impressoras 3D, podem ser mais uma contribuição do contexto atual para que os designers se aproximem das pessoas, usuárias dos produtos e serviços, e que possam com elas desenvolver seus projetos.

Talvez agora, com o aumento da população, a chamada para a atenção com o meio ambiente e as discussões sobre consumo consciente coloquem os interesses humanos e sociais à frente dos interesses econômicos. Talvez tenhamos chegado ao momento do social – do entendimento da força do indivíduo, das suas ações, das relações entre os indivíduos e grupos –, pode ser que tenha chegado a hora de o social determinar os interesses econômicos. Se é chegada essa época, que nós designers possamos estar preparados para projetar em consonância com o que é próprio e singular do ser humano, atendendo às demandas dos indivíduos e grupos e às realidades locais. Mais do que nunca, o convite é para se olhar para o ser humano.

Agora é chegada a hora de se trazer à tona as questões humanas e ambientais, de forma a se aproximar de um equilíbrio que seja pautado no ser humano e com responsabilidade por parte dos profissionais – designers – para que sejam alcançados o desenvolvimento sustentável e a inclusão social.

Referências

- BICKNELL, J.; MCQUISTON, L. (Ed.). **Design for Need: The social contribution of Design**. [Antologia do Symposium at the Royal College of Art]. London: ICSID, Pergamon Press, abr. 1976.
- BONSIEPE, G. **A Tecnologia da tecnologia**. São Paulo: Edgard Blucher, 1983.
- CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- COUTO, R. M. S. Reflexões sobre Design Social. In **Cadernos de Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, nov. 1992.
- FARBIARZ, J. L.; RIPPER, J. L. M. Design em parceria: visitando a metodologia sob a perspectiva do Laboratório de Investigação em Living Design da PUC-Rio. In WESTIN, D.; COELHO, L. A. L. (Org.). **Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pós-graduação**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2011.
- FORNASIER, C. B. R.; MARTINS, R. F. F.; MERINO, E. **Da responsabilidade social imposta ao design social movido pela razão**. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/1850>>. Acesso em: 10 outubro 2015.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa. *Design em Foco*, v. 1, n. 1, pp. 43-48, jul.-dez. 2004.

PAPANEK, V. *Disenar para el mundo real*. Madrid: H. Blume, 1977.