

**DESIGN E INOVAÇÃO SOCIAL**  
**Comunidades Criativas**  
**e Codesign**

## **SOBRE OS AUTORES**

**Karine de Mello Freire** | kmfreire@unisinos.br

*Lattes:* <http://lattes.cnpq.br/9308426042161899>

Doutora em Design pela PUC-Rio. É professora do PPG Design da Unisinos e seu foco de pesquisa é o design estratégico para a inovação social, tendo por objeto de estudo o design nas organizações públicas visando à sustentabilidade.

**Caio Marcelo Miolo de Oliveira** | caiomarcelo.mo@gmail.com

*Lattes:* <http://lattes.cnpq.br/7760050349453498>

Mestre em Design pela Unisinos. Trabalha como designer estratégico em empresas. Seu foco de pesquisa é o design para a inovação social, tendo por objeto de estudo os processos para desenvolvimento de soluções habilitantes e plataformas habilitantes.



## **Soluções habilitantes para formação de comunidades criativas: um caminho possível do design para inovação social**

*Enabling solutions for formation of creative communities: a possible way to design for social innovation*

Karine de Mello Freire, Caio Marcelo Miolo de Oliveira

### **Resumo**

Diante da necessidade de resolver problemas sociais e gerar oportunidades, surgem as comunidades criativas: comunidades que conseguem agir conjuntamente para alcançar tais objetivos. Para estimular a formação dessas comunidades, o designer pode atuar nesse âmbito e desenvolver soluções habilitantes: produtos-serviços para efetivar a cooperação entre os membros da comunidade. Nesse contexto, o objetivo do trabalho é encontrar caminhos para estimular a formação de comunidades criativas por meio de soluções habilitantes. Como resultados desta pesquisa, obteve-se a expansão do conhecimento sobre soluções habilitantes, propostas de caminhos para estimular a formação de uma comunidade criativa e um possível caminho para processos de inovação social.

**Palavras-chave:** Soluções Habilitantes, Comunidades Criativas, Design Social.

### **Abstract**

*Faced with the need to solve social problems and create opportunities, creative communities emerge: communities that can act to achieve these goals. To stimulate the formation, the designer act in this scope and develop enabling solutions: products-services to effect the cooperation between its members. In this context, the objective of the work is to find ways to stimulate the formation of creative communities through enabling solutions. As a result of this research, it was possible to expand knowledge about enabling solutions, to propose ways to stimulate the formation of a community and a possible path to social innovation processes.*

**Keywords:** enabling solutions; creative communities; social design.

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo do século XX, a pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias afetaram a nossa noção de bem-estar, seja pelo modo como habitamos, seja pelo modo como produzimos e consumimos produtos e serviços. A tecnologia construtiva possibilitou que um número maior de pessoas passasse a habitar um mesmo espaço delimitado no território. Passamos a morar em espaços cada vez menores, com menos contato com a natureza. As famílias reduziram em tamanho e em contato: o número de filhos diminuiu do mesmo modo que o contato com avós e tios. A densidade demográfica aumentou, mas as relações sociais se tornaram mais superficiais e fechadas em espaços cada vez menores: do bairro à rua, da rua ao condomínio. O tempo gasto para o trabalho e o lazer se equiparou a oito horas diárias. As fábricas se tornaram mais produtivas, inseriram tecnologias e nos trouxeram uma miríade de produtos, que pautaram a nossa percepção de qualidade de vida. Nossa individualidade nunca foi tão valorizada. Distanciamos-nos cada vez mais das questões coletivas a ponto de terceirizar para especialistas a tomada de decisão em relação à nossa saúde, à educação dos nossos filhos, aos espaços públicos que nos cercam. E chegamos a tal nível de isolamento do meio-ambiente, que esgotamos a capacidade do planeta de se regenerar. Todas as inovações introduzidas no século XX geraram grandes impactos na esfera ambiental e social, e eis que ao final desse mesmo século emerge a necessidade de realizarmos pesquisas que promovam inovações sociais, ou seja, buscando novas formas de fazer as coisas, novos modos de interação que venham a mudar os hábitos e as crenças tradicionais (DRUCKER, 1964; TAYLOR, 1970; HOLT, 1971). Ou seja, essas novas formas não estão necessariamente ligadas à criação de novas tecnologias, mas ao modo como essas tecnologias são utilizadas para gerar mudanças de comportamento, de hábitos e de crenças arraigadas em uma sociedade ou cultura. Inovações sociais podem expressar mudanças radicais dentro de um contexto específico, ligadas a novas formas de atender nossas necessidades de sobrevivência sem prejudicar ainda mais o planeta. Estão ligadas a novas noções de bem-estar e qualidade de vida dissociadas exclusivamente do consumo de bens e de recursos naturais. Essas novas soluções geram mais benefícios para a sociedade do que para os indivíduos (MANZINI, 2008a). Muitas vezes seus custos não monetários (o tempo envolvido, a aceitação dos riscos, o envolvimento físico) são

mais elevados para os indivíduos que optam por elas. Esses indivíduos as valorizam por conta dos benefícios pessoais e sociais, além dos benefícios funcionais associados a elas. Precisamos de mais pesquisas voltadas à geração de inovações sociais.

Neste trabalho, inovação social diz respeito a novas formas sustentáveis de viver, de produzir e de consumir em sociedade, que desenvolvam capital humano e social, que preservem o capital natural e que gerem capital econômico para que se estabeleçam. Tomamos aqui as definições de capital do Banco Mundial para o apoio de projetos de desenvolvimento social. O capital humano está ligado às aptidões e talentos das pessoas, adicionados ao conhecimento, habilidades, e experiências que as tornam economicamente produtivas. O capital social é formado pelos vínculos entre indivíduos e grupos, em conjunto com as normas, conhecimentos e valores compartilhados que facilitam a cooperação entre eles. O capital natural diz respeito aos recursos naturais existentes – terra, água, minerais – que podem ser usados para a produção, e o capital econômico está ligado aos rendimentos decorrentes do investimento em capital físico para a produção de bens (GOODLAND, 2002). As inovações sociais são capazes de transformar os padrões de comportamento estabelecidos e de propor novos valores e normas culturais. Uma inovação social promove mudanças qualitativas no bem-estar social, resultantes do engajamento das pessoas que compartilham interesses comuns e do fortalecimento do capital humano e social no projeto de soluções capazes de promovê-la. É ligada a soluções que visem melhorar a qualidade dos contextos de vida. Por isso, seus projetistas veem as pessoas como possuidoras de necessidades, mas também de capacidades, estimulando-as a usá-las para promover o bem-estar ativo e reforçar o tecido social (MANZINI, 2008).

Manzini (2008) aponta a existência de comunidades<sup>1</sup> que desenvolvem processos de inovação social ao buscar suprir suas necessidades ou gerar novas oportunidades para o bem comum, denominadas de comunidades criativas. Essas comunidades conseguem solucionar problemas ou criar novas oportunidades a partir da criatividade que possuem e da reorganização de elementos já existentes, transformando-os em novas combinações significativas (JÉGOU; MANZINI, 2006). Como exemplos de ações realizadas por comunidades criativas, Manzini (2008a) cita: um serviço que facilita o compartilhamento de casas entre idosos e jovens estudantes, propiciando a estes um abrigo barato e familiar e, àqueles,

<sup>1</sup> O termo comunidade utilizado neste artigo refere-se a grupo de pessoas que se associam por determinado interesse, de alguma forma, independente da proximidade geográfica em que residem ou frequentam, podendo também se associar por meio digital (COSTA, 2005).

companhia; a criação de hortas comunitárias em terras abandonadas, em resposta à crise financeira deflagrada nos Estados Unidos em 1970. Tais exemplos mostram que as comunidades criativas são capazes de gerar novas oportunidades por meio da combinação de diferentes elementos, como uso de ferramentas, adequação de infraestrutura e compartilhamento de trabalho. Com essas soluções, podemos considerar que as comunidades criativas estão impulsionando processos de inovação social, uma vez que geram capital humano, social e econômico e ainda preservam o capital natural.

Entre os atores sociais que operam no âmbito da inovação social e que podem estimular a formação de comunidades criativas, auxiliar seu desenvolvimento ou mesmo torná-las mais duradouras está o designer, que consegue utilizar “sua sensibilidade, capacidades e habilidades para projetar novos artefatos que estimulem a colaboração entre membros das comunidades” (MANZINI, 2008a, p. 83).

Mais do que colaborar com as comunidades, o designer é capaz de catalisar processos de inovação social, pois ele tem capacidades para imaginar e influenciar comportamentos, trazendo seu ponto de vista profissional, sua experiência, “levando e elaborando o melhor do presente e transformando-o em uma mudança de paradigma para o futuro” (MERONI, 2008, p. 30). Os membros das comunidades são empoderados para participar ativamente do processo criativo; transformam-se em codesigners (BASON, 2013; MANZINI; STASZOWSKI, 2013; MERONI; SANGIORGI, 2011). Na figura a seguir, há um exemplo de processo de inovação social orientado por designers, o projeto Super Healthy, realizado em Porto Alegre pela Unisinos. Na imagem, o designer utiliza ferramentas de codesign com os membros da comunidade.

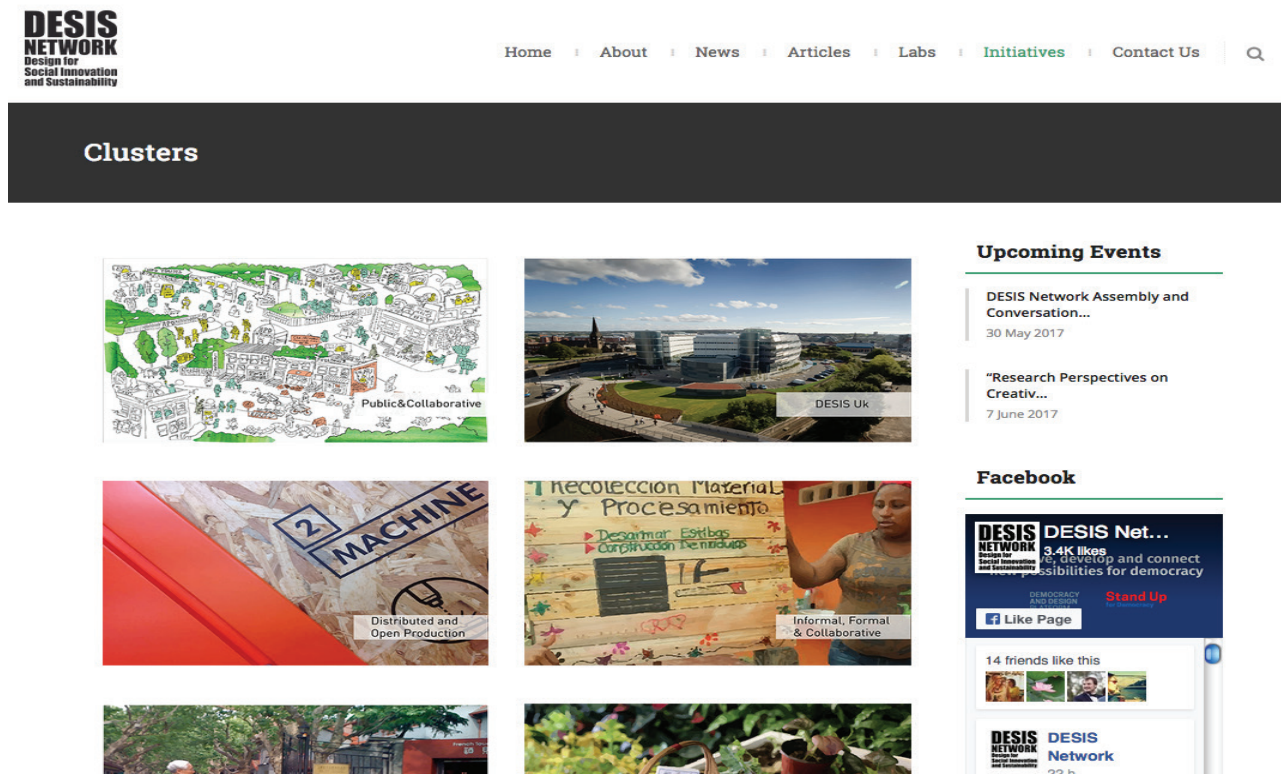


*Caso de inovação social realizado no Brasil.*

*Fonte: DESIS NETWORK (2016).*

Como estratégia para habilitar a participação e cooperação entre membros de uma comunidade, bem como ajudar na criação de comunidades criativas, o designer pode conceber, junto às comunidades, intervenções-suporte, as chamadas soluções habilitantes (MANZINI, 2008a, p. 83). Cantú (2012) descreve as soluções habilitantes como sistemas que fornecem instrumentos para habilitar a cooperação entre indivíduos de uma comunidade, a fim de alcançar resultados positivos a essa comunidade a partir de suas próprias capacidades. Ou seja, são soluções fundamentadas no capital humano e no capital social.





Deste modo, o presente trabalho visa propor caminhos para desenvolver uma solução habilitante que estimule a formação de uma comunidade criativa, visto que em pesquisas realizadas até o presente momento não se tem registros de quais habilidades e competências podem ser estimuladas em uma comunidade para torná-la uma comunidade criativa. Este é um estudo exploratório, que realizou um levantamento bibliográfico sobre os temas de inovação social por meio do design, comunidades criativas e soluções habilitantes. Além disso, realizamos uma pesquisa documental para analisar casos de sucesso de inovações sociais. Para tanto, selecionamos e analisamos na plataforma da Desis Network (2015a), no período de março de 2014 a abril de 2015, sete soluções habilitantes, identificando as estratégias, as habilidades e as competências necessárias para desenvolvê-las.

Na seção a seguir apresentamos conceitos sobre inovação social e suas características no âmbito do design e exploramos o conceito de comunidades criativas, visando compreender atributos que as caracterizam. A terceira seção articula conceitos sobre soluções habilitantes, bem como análise e discussão de casos abordados pelo

*Desis Network.*

*Fonte: DESIS NETWORK (2016).*

Desis Network. A seção seguinte discute e propõe perspectivas para estimular a formação de uma comunidade criativa por meio de uma solução habilitante, bem como mostrar um possível caminho para o desenvolvimento de processos de inovação social. Finalmente, na última seção são apresentadas as considerações finais e contribuições para os próximos estudos na área de inovação social por meio do design.

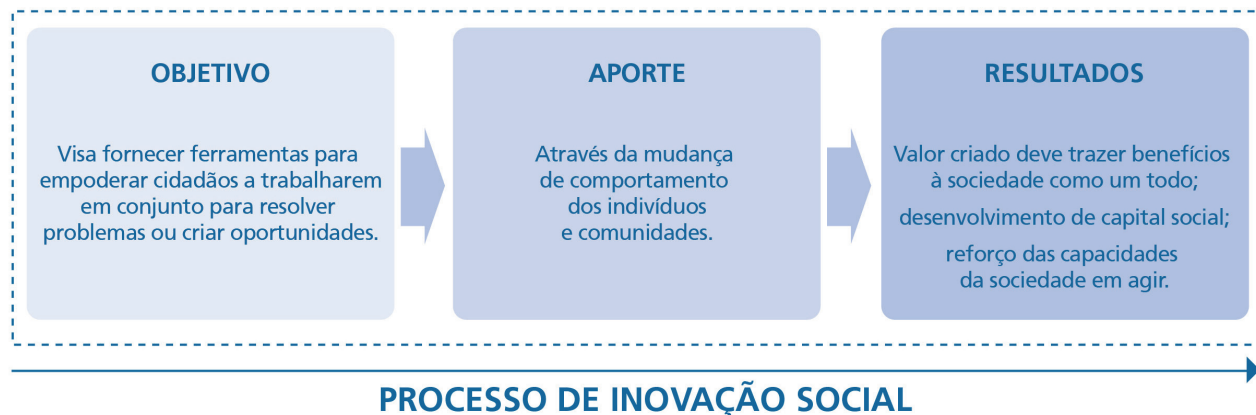
## 2 INOVAÇÃO SOCIAL E DESIGN

Os conceitos de inovação social trazidos neste artigo são da perspectiva de autores da área de design. Dentre os principais autores está Manzini (2008a), que define a inovação social como novos modos de agir de indivíduos ou comunidades para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades.

Chick (2012) afirma que as inovações sociais desenvolvidas acabam por reforçar a capacidade da sociedade de agir, incentivando a colaboração, bem como o interesse por buscar soluções aos problemas sociais, desenvolvendo o capital social das pessoas envolvidas. Na mesma direção, Freire (2011, p. 71) aponta que “o valor criado pela inovação social deve trazer mais benefícios à sociedade como um todo, do que para indivíduos em particular”.

A partir desses autores, definimos, neste trabalho, inovação social como um processo (e não como um resultado) de busca pelo atendimento às necessidades sociais, partindo da mudança de comportamento de indivíduos de uma comunidade. Os resultados obtidos devem favorecer a sociedade como um todo, repercutindo em ganhos ao capital social dos envolvidos. Na figura a seguir, está a compreensão do significado de inovação social por meio do design.

*Inovação social por meio do design.  
Fonte: Elaborado pelos autores, com  
base na pesquisa realizada.*





Como impulsionadoras das inovações sociais, estão as comunidades criativas: grupos de pessoas que aplicam sua criatividade para agir colaborativamente, reorganizando elementos já existentes para resolver problemas da vida cotidiana ou criar oportunidades inovadoras para seu contexto, prosperando em novos modos de vida (JÉGOU; MANZINI, 2006; MANZINI, 2008a). As comunidades criativas “promovem novas formas de intercâmbio social [...] ao mesmo tempo introduzem novas soluções que trazem benefícios aos interesses individuais em conformidade com o bem social e ambiental” (MERONI, 2007, p. 14). Para chegar a tais soluções e oportunidades, as comunidades criativas combinam elementos básicos como compartilhamento de ferramentas e reinterpretação de tecnologias comuns – telefones, internet, computadores etc. (MANZINI, 2008a).

Embora não seja possível planejar completamente o desenvolvimento das comunidades criativas e as inovações sociais, a intervenção de atores externos, como designers, pode torná-las mais duradouras, auxiliar seu desenvolvimento ou, até mesmo, favorecer seu surgimento (MANZINI, 2008a, p. 83). Atuando nesse âmbito, o designer se distancia das atividades tradicionalmente reconhecidas, vinculadas somente à criação de produtos, identidades visuais, para se tornar um colaborador que utiliza essas competências já trabalhadas para ajudar profissionalmente as comunidades na tomada de decisões estratégicas, para projetar em conjunto seu futuro, assumindo um importante papel na contemporaneidade (MERONI, 2008b). A ação do designer pode intervir em diferentes níveis projetuais: em pesquisa, em interpretação das necessidades da sociedade, na construção de cenários inovadores, na comunicação e facilitação dos projetos e iniciativas, no desenvolvimento de estratégias de comunicação entre as múltiplas partes interessadas e na concepção de ferramentas para apoiar a visualização e compreensão da interação (CANTÚ, 2012). Um exemplo disso é o conjunto de ferramentas de prototipação desenvolvidas para o projeto Creative Citizens. O projeto foi realizado por designers do Politécnico de Milão junto a uma comunidade italiana.



Ferramentas do projeto Creative Citizens. Fonte: DESIS NETWORK (2016).

Quando atua nessas comunidades, o designer pode conceber inovações sociais do tipo *peer-to-peer*, em que os membros da comunidade são participantes e colaboradores ativos do processo, e não apenas receptores de projetos do designer, como nos modelos *top-down* (MERONI; SANGIORGI, 2011). No *peer-to-peer*, o designer atua projetando com as comunidades, participando de modo paritário com os atores envolvidos, facilitando a convergência de diferentes parceiros em torno da ideia compartilhada. Assim, forma-se um sistema distribuído, “uma teia de elementos interconectados”, capazes de funcionar de forma simultânea e autonomamente, trabalhando para alguma finalidade comum (MANZINI, 2008a, p. 94). Com isso, ele possibilita o desenvolvimento de uma inteligência distribuída, em que as informações e os conhecimentos podem ser mais bem difundidos entre os componentes da rede, possibilitando maiores chances de produzir inovações.

Portanto, na inovação social, o papel do designer é de catalisar os processos, habilitar conversas e estimular a participação dos atores, ativando a inteligência coletiva e empoderando as pessoas para que colaborem criativamente na construção de soluções inovadoras para a comunidade.

### 3 SOLUÇÕES HABILITANTES

As soluções habilitantes referem-se à atividade de criar serviços para encorajar a participação de membros de comunidades de modo colaborativo (MANZINI, 2008b). São próprias para favorecer inovações sociais, contribuir com o nascimento de uma comunidade criativa e torná-la mais duradoura (MANZINI, 2008a, p. 83), como proposto neste trabalho. Alinhadas a essa perspectiva, Meroni e Sangiorgi (2011, p. 148) definem-nas como “soluções técnicas e artefatos para habilitar as pessoas a cooperarem para alcançar um determinado resultado, num dado contexto”, no âmbito de uma comunidade ou serviço colaborativo.

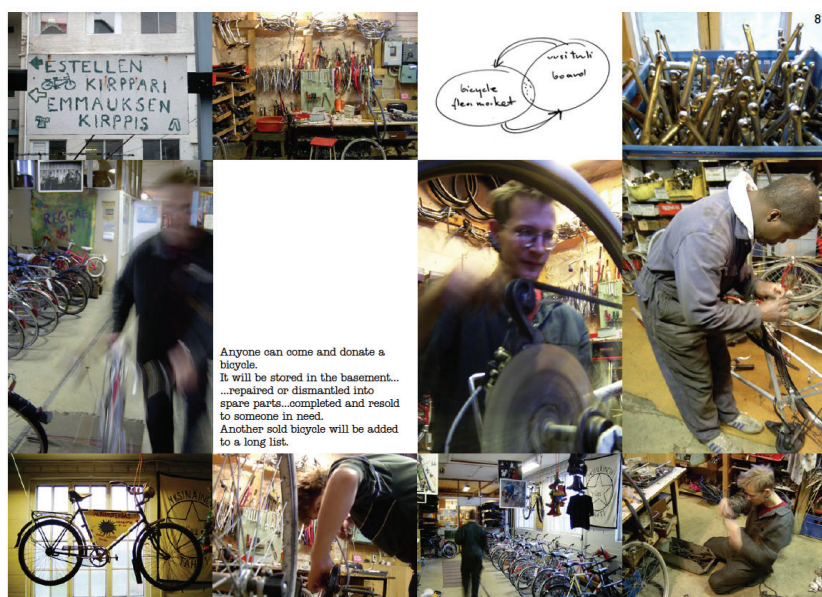
Na mesma direção, Cantú (2012, p. 37) afirma que as soluções habilitantes são sistemas que fornecem instrumentos cognitivos, técnicos e organizacionais de modo a habilitar indivíduos e/ou comunidades a alcançar um resultado, usando suas habilidades e capacidades para obter a melhor vantagem e, ao mesmo tempo, regenerar a qualidade dos contextos de vida em que eles acontecem. Para desenvolver tais soluções, mostra-se necessário estabelecer relações para o aprendizado social, o que significa aplicar estratégias de ação que incentivem “a lógica criativa social”, de maneira que se desabilitem costumes anteriores de comodismo e passividade por parte dos membros dessas comunidades (MANZINI, 2008b, p. 13).

As soluções habilitantes são definidas ainda como sistemas de produtos, serviços, meios de comunicação ou um conjunto de todos eles para tornar comunidades criativas mais acessíveis, eficazes, atraentes e replicáveis. Eficazes, de modo a compensar a relação entre resultados e esforços despendidos por seus membros; acessíveis, para que seja prático o acesso a elas em termos burocráticos e para que haja ferramentas, infraestrutura, tecnologias e estratégias para seu funcionamento; atraentes, desenvolvendo mecanismos para motivar a participação dos colaboradores e mantê-los comprometidos e dedicados à comunidade criativa; e replicáveis, podendo ser adaptada e adotada em outros contextos (JÉGOU; MANZINI, 2006; MANZINI, 2008a).

Como exemplos de soluções habilitantes, estão casos disseminados pela rede Desis Network, a rede mundial de laboratórios autônomos e interconectados criados a partir de escolas de Design e universidades

que visam promover mudanças sustentáveis por meio do design (DESIS NETWORK, 2015a).

Entre os casos trazidos pelo Desis Network, está o projeto Bicycle Flea Market, um empreendimento localizado na Finlândia que consiste em consertar as bicicletas descartadas por pessoas e oferecer uma alternativa de transporte mais econômica e ecológica aos muitos estudantes da cidade. O local é administrado por voluntários, por desempregados, em sua maioria, que buscam manter suas habilidades de reparação ou querem aprender a trabalhar com as ferramentas (DESIS NETWORK, 2015b).



*Bicycle Flea Market. Fonte: DESIS NETWORK (2015b).*

Outro caso é o Työ & Toiminta – Job and Action Association (J&AA). A associação, fundada por um grupo de pessoas desempregadas em Vuosaari (Finlândia), tem como objetivo fornecer trabalho para os desempregados, reabilitados, imigrantes e pessoas com deficiência e promover a política de desenvolvimento sustentável, aumentando o ciclo de vida dos bens de consumo. O J&AA recicla resíduos (na sua maioria computadores) recebidos de empresas que precisam respeitar as leis de reciclagem. O projeto, além de oferecer tais benefícios sociais, gera outro benefício ambiental: o processo de queima de plástico feita pela J&AA gera



energia suficiente para aquecer dezessete casas na Finlândia durante um ano (DESIS NETWORK, 2015b).



J&AA.

Fonte: DESIS NETWORK (2015b).

Outra solução habilitante que oportuniza a geração de renda é o Omaabi, uma comunidade de pessoas idosas aposentadas, viúvas e pensionistas da Estônia, que dirige uma loja e um pequeno restaurante para a venda de seus artesanatos e o preparo de refeições por preços mais baixos que dos demais estabelecimentos da cidade (DESIS NETWORK, 2015b).



Omaabi. Fonte: DESIS NETWORK (2015b).

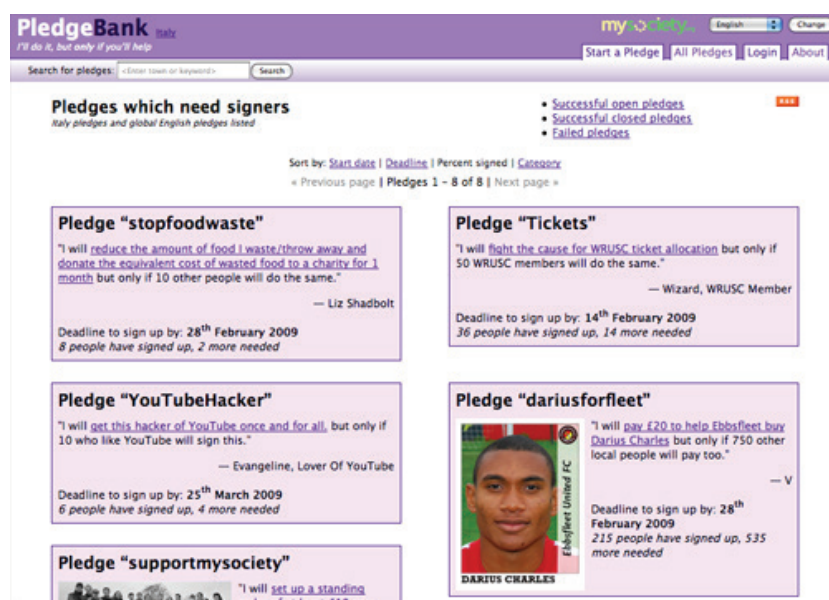
O Team Fighting Diabetes Meetup Group também é percebido como uma solução habilitante: trata-se de uma plataforma digital feita para portadores de diabetes que organiza atividades em grupo para promover ações saudáveis, como caminhadas, corridas e outros esportes. O grupo

também promove outras ações, como distribuir bicicletas a crianças a fim de incentivar a prevenção da obesidade infantil e apoiar as famílias de baixa renda (FIGHTING DIABETES, 2015).



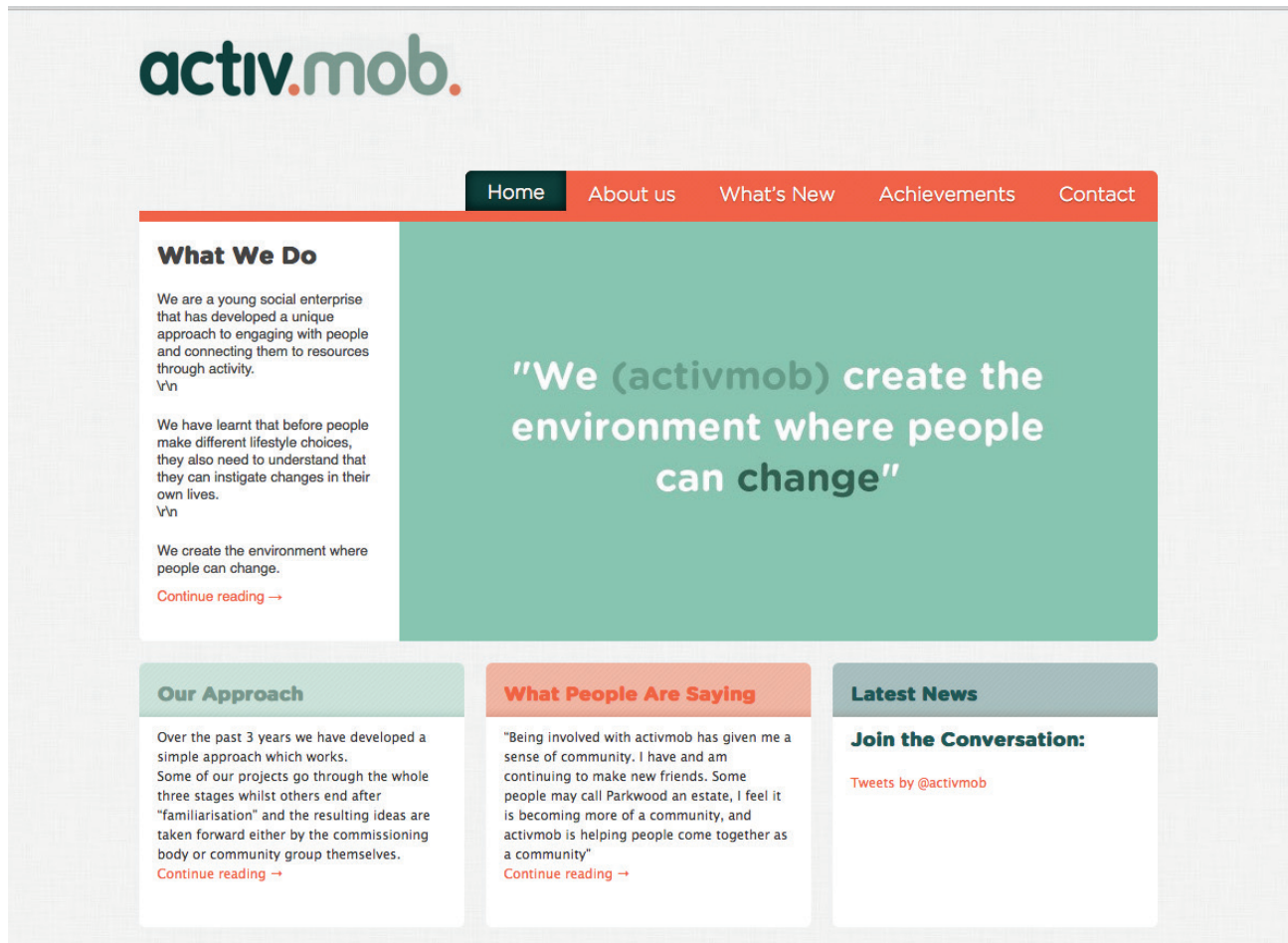
Team Fighting Diabetes Meetup Group. Fonte: FIGHTING DIABETES (2015).

Outra solução é o PledgeBank, ou “Eu Prometo”, uma plataforma digital que permite que os usuários coloquem promessas que querem cumprir, e que serão cumpridas se um determinado número de pessoas apoiá-las. A estratégia da plataforma é uma forma de incentivo para cumprir metas, mesmo simples, gerando algum impacto social relevante (DESIS NETWORK, 2015b).



PledgeBank. Fonte: DESIS NETWORK (2015b).





Activmob. Fonte: DESIS NETWORK (2015b).

O Activmob é outra plataforma digital estabelecida por comunidades e pelo Conselho de Design para estimular o público a realizar mais atividades físicas em seu cotidiano. Tais atividades não precisam ser esportivas, mas pequenas ações, como ir para o trabalho a pé, fazer atividades como yoga, subir escadas etc. Além dos benefícios à saúde, as atividades do Activmob promovem a sociabilidade dos moradores (DESI NETWORK, 2015b).

Por fim, há a Grofun, uma comunidade da Inglaterra que cultiva alimentos nos seus próprios quintais, compartilhando trabalho, recursos e produtos orgânicos (sem agrotóxicos). No projeto ocorrem outras ações relacionadas ao plantio, como oficinas de jardinagem para crianças da escola da região. A Grofun ainda fornece a seus membros benefícios

econômicos, dado que eles produzem uma variedade de produtos agrícolas como resultado de sua atividade.



Grofun. Fonte: DESIS NETWORK (2015b).

Para organizar a análise dos casos trazidos pelo Desis Network (2015), o quadro a seguir mostra uma síntese de cada um deles em relação a três pontos: atores envolvidos, recursos utilizados e resultados alcançados.

#### Casos de soluções habilitantes da plataforma DESIS

Caso	Atores	Recursos	Resultados
<b>Bicycle Flea Market</b>	Gestores da oficina; voluntários desempregados; aqueles que descartam bicicletas; compradores.	Oficina; bicicletas descartadas.	Aprendizado, emprego, sociabilidade.
<b>J&amp;AA</b>	Gestores da J&AA; desempregados, imigrantes e deficientes; empresas que descartam computadores; compradores.	Oficina; resíduos eletrônicos (principalmente computadores).	Aprendizado, trabalho, sociabilidade.
<b>Omaabi</b>	Aposentadas e pensionistas; compradores.	Estabelecimento com loja e restaurante; recursos locais e alimentos.	Trabalho, sociabilidade, troca de experiências com pessoas de diferentes idades, utilização de recursos locais.

Caso	Atores	Recursos	Resultados
<b>Team Fighting Diabetes Meetup Group</b>	Pessoas com diabetes e amigos que queiram participar.	Plataforma digital.	Sociabilidade; incentivo a atividades saudáveis.
<b>Pledge Bank</b>	Qualquer pessoa interessada.	Plataforma digital.	Sociabilidade; incentivo a cumprir metas pessoais.
<b>Activmob</b>	Qualquer pessoa interessada.	Plataforma digital.	Sociabilidade; incentivo a atividades saudáveis no cotidiano.
<b>Grofun</b>	Membros da comunidade.	Quintais de comunidades; plataforma digital.	Sociabilidade; incentivo à prática saudável; aprendizado; benefícios econômicos; aproveitamento territorial.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base na pesquisa realizada.

A partir dos casos abordados de soluções habilitantes, podem-se destacar alguns aspectos em comum entre eles:

- A mobilização de capacidades e habilidades dos membros de comunidades a fim de buscar novos modos de vida, promovendo benefícios como sociabilidade, aprendizados, geração de renda, aproveitamento de materiais, utilização responsável de recursos, podendo, portanto, estimular a formação de uma comunidade criativa.
- Benefícios que atendem aos princípios de inovação social orientada pelo design de buscar a satisfação de necessidades sociais a partir da mudança comportamental da comunidade e da colaboração, trazendo como resultados benefícios à sociedade como um todo e repercutindo em ganhos ao capital social.
- Sociabilidade.
- Em alguns casos de soluções habilitantes (Bicycle Flea Market, J&AA e Omaabi), uma rede de atores envolvidos que compõe uma cadeia produtiva, ou seja, envolve produtores, consumidores e fornecedores de recursos.
- A exploração de redes em *peer-to-peer* como estratégia para incentivar a colaboração e proatividade das pessoas, gerando

organizações não hierárquicas e possibilitando que pessoas comuns possam promover essas comunidades (MANZINI, 2008a).

- f) A não utilização de recursos complexos ou onerosos, com aproveitamento de técnicas e tecnologias de fácil acesso.
- g) O desenvolvimento de atividades que fornecem benefícios econômicos aos seus membros, como nos casos do Bicycle Flea Market, do J&AA, do Omaabi e da Grofun. Ou, ainda, atividades com o propósito de manter relações efetivas entre os membros da comunidade, como no caso da Grofun, que oferece oficinas de jardinagem para crianças da escola da região.

Esse último aspecto percebido, de desenvolver atividades que fortaleçam o capital humano, social e econômico, leva à compreensão de que o projeto de soluções habilitantes envolve tornar as comunidades autossuficientes, de modo que consigam se desenvolver sozinhas, a partir das próprias capacidades e habilidades. Essa compreensão está alinhada à abordagem trazida por Cantú (2014), que trata sobre a necessidade do design de projetar para o “pós-design”, ou seja, de construir sobre as capacidades dos membros da comunidade, de habilitar a comunidade a criar produtos-serviços que funcionem mesmo após a mediação de designers.

Portanto, a partir dos autores referenciados e dos casos analisados na plataforma Desis Network (2015), definimos neste artigo que soluções habilitantes são estratégias para estimular membros de determinada comunidade a cooperarem para alcançar resultados que favoreçam o bem-estar comum por meio das capacidades das pessoas, sejam elas existentes ou a desenvolver. As soluções habilitantes criadas precisam ser autossustentáveis, de modo que funcionem sem a presença do designer nessa comunidade.

Para desenvolver soluções habilitantes, muitas vezes o primeiro passo necessário, conforme referido por Manzini (2008b), pode ser o de desabilitar costumes anteriores de comodismo e passividade dos membros dessas comunidades. Como resultado desse processo, pode-se ter o desenvolvimento de habilidades sociais e colaborativas dos membros da comunidade e a formação de uma comunidade criativa – ou, caso a comunidade em questão já seja uma comunidade criativa, ela poderá se tornar mais acessível, eficaz, replicável e atraente. O

quadro a seguir mostra, em síntese, a compreensão do que são as soluções habilitantes.

### Soluções habilitantes

#### O QUE SÃO?

Estratégias para estimular a comunidade a cooperar para alcançar determinados resultados, de modo que seja autossustentável (funcione no pós-design).

#### APORTE

Através das habilidades que a comunidade já possui ou regeneração de novas habilidades.

#### RESULTADOS

- desenvolvimento de habilidades criativas, sociais, colaborativas;
- formação de uma comunidade criativa;
- tornar a comunidade criativa mais acessível, eficaz e replicável

Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada.

## 4 CAMINHOS PARA ESTIMULAR A FORMAÇÃO DE UMA COMUNIDADE CRIATIVA POR MEIO DE SOLUÇÕES HABILITANTES

A partir da revisão teórica realizada e estudo de casos, foi possível compreender princípios norteadores para a criação de soluções habilitantes. Esses princípios precisam ser discutidos para se chegar a perspectivas de como podem ser aplicados para estimular a formação de comunidades criativas. Em relação aos atributos necessários para a formação de uma comunidade criativa, vale discutir melhor seus conceitos.

Comunidades criativas foram definidas como comunidades que passam por alguma dificuldade do cotidiano ou encontram certas oportunidades e a partir disso agem de forma colaborativa para superar tais situações, criando, aprimorando e gerenciando soluções inovadoras para novos modos de vida (MANZINI, 2008a; MERONI, 2007). Com base nessa definição, podem-se identificar algumas qualidades possivelmente necessárias e existentes em comunidades criativas: (a) sociabilidade, pois dependem da interação social entre os membros da comunidade; (b) colaboração, pois os membros precisam cooperar na busca de novas



Fonte: Elaborada pelos autores com base na pesquisa realizada.

oportunidades e resolver os problemas existentes (JÉGOU; MANZINI, 2006; MANZINI, 2008a); (c) criatividade, pois exigem a aplicação da criatividade que possuem para reorganizar elementos já existentes, resolver problemas ou criar oportunidades inovadoras (JÉGOU; MANZINI, 2006; MANZINI, 2008a); (d) comunicação, percebida como fundamental para estabelecer relações sociais e colaborativas; e (e) conhecimento distribuído, pelas trocas de conhecimento que são realizadas com o objetivo de resolver os problemas ou criar novas oportunidades.

### Atributos construtivos de uma comunidade criativa

Acreditamos que as soluções habilitantes podem ser um caminho para estimular a formação de uma comunidade criativa. Primeiramente, entendemos que para formar uma comunidade criativa é necessário já existir laços comunitários, ou seja, que as pessoas já possuam algum interesse em comum e se associem. E as soluções habilitantes que visam formar comunidades criativas, no seu processo de desenvolvimento, devem explorar os seguintes aspectos: sociabilidade, colaboração, criatividade, comunicação e conhecimento distribuído. Tais aspectos devem ser desenvolvidos por meio de atividades e projetos de interesse dos membros da comunidade, de modo que eles também sejam codesigners desse processo (BASON, 2013; MANZINI; STASZOWSKI, 2013; MERONI; SANGIORGI, 2011), facilitando o conhecimento distribuído entre eles e possivelmente a geração de inovação, em um modelo *peer-to-peer* de inovação social (MANZINI, 2008a; MERONI; SANGIORGI, 2011).

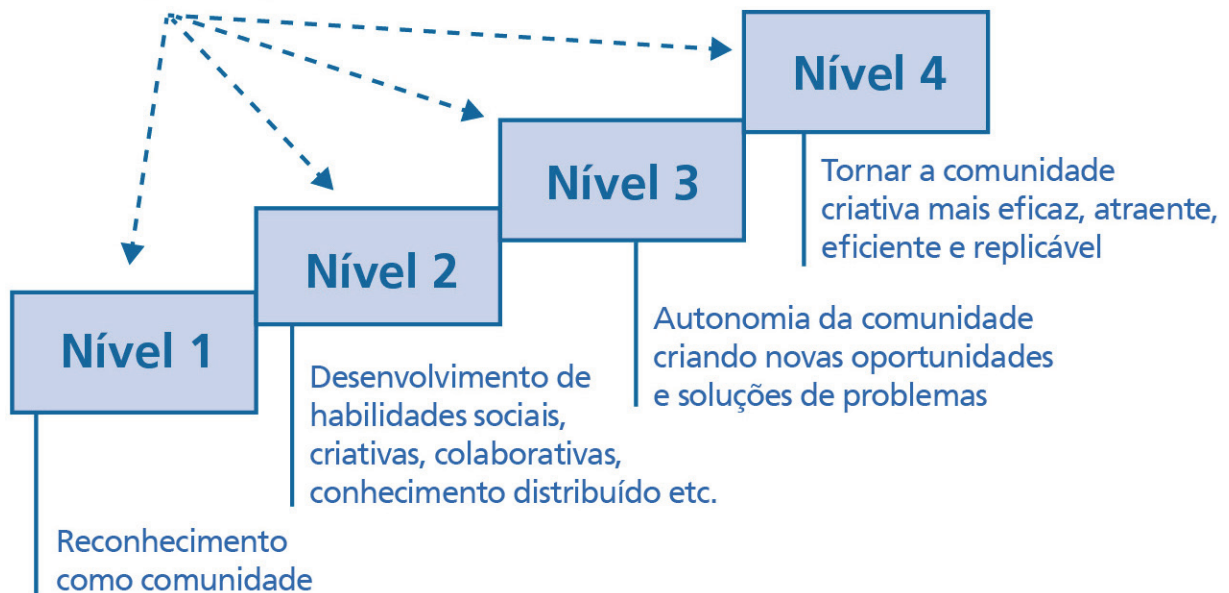
Além disso, conforme identificado nos casos estudados na plataforma Desis Network (2015), é necessário que o designer, ao conduzir tal processo de concepção da solução habilitante junto à comunidade, articule diferentes técnicas, tecnologias e atores para garantir a autossustentabilidade dessa solução, de forma que a comunidade criativa a ser formada consiga funcionar sozinha com suas próprias habilidades e capacidades, sem a presença do designer, ou seja, no pós-design (CANTÚ, 2014).

A partir desta discussão sobre os conceitos, a figura a seguir mostra níveis para formação de uma comunidade criativa a partir de soluções habilitantes.



## Soluções Habilitantes

(soluções desabilitantes,  
pós-design)



## PROCESSO DE INOVAÇÃO SOCIAL

*Os níveis para formação de uma comunidade criativa por meio de soluções habilitantes.*

*Fonte: Elaborado pelos autores, com base na pesquisa realizada.*

Assim, em processos de inovação social, a formação de comunidades criativas por meio de uma solução habilitante pode ser um modo de alcançá-la. Para isso, deve-se partir de uma comunidade que se reconheça como tal, de pessoas que já se associam por determinados interesses (Nível 1). A solução habilitante a ser proposta precisa então desenvolver qualidades necessárias para uma comunidade criativa: sociabilidade, colaboração, criatividade, comunicação e conhecimento distribuído (Nível 2). O Nível 3 ocorre quando essa comunidade alcança autonomia, de forma que consiga funcionar sem a presença do designer e, principalmente, criando novas oportunidades e solucionando problemas. O Nível 4 seria utilizar de soluções habilitantes para tornar a comunidade criativa mais eficiente, eficaz, atraente e replicável, conforme previsto na teoria (JÉGOU; MANZINI, 2006; MANZINI, 2008a).

Esse processo de desenvolvimento de solução habilitante para estimular a formação de uma comunidade criativa caracteriza-se por ser um processo

de inovação social orientado pelo design: busca atender necessidades sociais, partindo da mudança de comportamento de indivíduos de comunidades, trazendo resultados que favoreçam o bem comum, repercutindo em ganhos ao capital social dos envolvidos.

Com a pesquisa teórica realizada, envolvendo estudos dos casos da plataforma Desis Network (2015), **pôde-se expandir o conhecimento sobre soluções habilitantes, uma temática ainda pouco teorizada pelos principais pesquisadores da área, como Manzini, Meroni e Cantú.** Por meio dessa melhor compreensão, pôde-se alcançar o objetivo do trabalho de propor caminhos para desenvolver uma solução habilitante que estimule a formação de uma comunidade criativa: desenvolver as capacidades e habilidades de membros da comunidade, estratégias de ação re-habilitantes e estratégias que oportunizem a autossustentabilidade da comunidade criativa a ser formada.

Ainda, as soluções habilitantes foram compreendidas neste trabalho como um possível caminho para desenvolver processos de inovação social por meio do design, visto que no âmbito da inovação social orientada pelo design tem-se como princípio o empoderamento dos membros de comunidades para que usem da criatividade que possuem para inovar no contexto em que vivem, de modo que eles próprios solucionem seus problemas ou gerem novas oportunidades.

Como estudos futuros, sugere-se a aplicação desta proposta em uma comunidade, para analisar como as soluções habilitantes podem estimular a formação de uma comunidade criativa. Com isso, será possível avaliar sua pertinência e compreender como se dá um processo de desenvolvimento de uma solução habilitante. Até o momento, os estudos apenas apresentam soluções habilitantes já desenvolvidas, mostrando princípios, mas sem detalhar como foram feitas tais soluções, as estratégias utilizadas, as dificuldades e oportunidades de tais processos.

## 5 REFERÊNCIAS

BASON, C. Discovering Co-production by Design. In: MANZINI, E; STASZOWSKI, E. (Ed.). *DESIS Network, Public and Collaborative: Exploring the intersection of design, social innovation and public policy*. The New School, 2013.

CANTÚ, D. *Ideas Sharing Lab. Community Centred Design for Multifunctional and Collaborative Food Services*. Doctoral Thesis, Politecnico di Milano, fev. 2012.

\_\_\_\_\_. *Participatory Design of Scenarios for Future Service Implementation*. The Case of Smart Campus Project: ICT based Services for Energy Efficiency. 2014. Disponível em: <<http://www.dblp.uni-trier.de>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

CHICK, A. *Design for social innovation*: Emerging principles and approaches. 2012. Disponível em: <<http://iridescent.icograda.org>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

COSTA, R. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidade pessoais, inteligência coletiva. *Interface*, v. 9, n. 17, p. 235-248, maio/ago. 2005.

DESIS NETWORK. *About*. 2015a. Disponível em: <<http://www.desis-network.org>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

\_\_\_\_\_. *Studies*. 2015b. Disponível em: <<http://www.desis-network.org/case-studies>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

\_\_\_\_\_. *Labs*. 2016. Disponível em: <<http://www.desis-network.org/case-studies>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

DRUCKER, P. F. *Fronteiras do amanhã*. 1. ed. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964. 234 p.

FIGHTING DIABETES. *Team Fighting Diabetes*. 2015. Disponível em: <<http://www.meetup.com/fightingdiabetes>>. Acesso em: 28 jan. 2015.

FREIRE, K. M. *Design de Serviços, Comunicação e Inovação Social*: um estudo sobre serviços de atenção primária à saúde. Dissertação de Doutorado – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2011.

GOODLAND, R. Sustainability: Human, Social, Economic and Environmental. *Encyclopedia of Global Environmental Change: Social and Economic Dimensions*. T. Munn, New York: Wiley, v. 5, p. 489-491, 2002.

HOLT, K. Social Innovations In Organizations. *International Studies of Management and Organizations*, p. 1-19, Oct 18, 1970.

JÉGOU, F; MANZINI, E. *Collaborative services*: social innovation and design for sustainability. Milano: Edizioni Poli.design, 2006.

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

\_\_\_\_\_. Design context: enabling solutions for sustainable urban everyday life. In: MANZINI, E.; WALKER, S.; WYLANT, B. *Enabling Solutions for Sustainable Living*: A Workshop. Calgary: University of Calgary Press, 2008b.

MANZINI, E.; STASZOWSKI, E. (Ed.). *DESIS Network, Public and Collaborative*: Exploring the intersection of design, social innovation and public policy. The New School, 2013.

MERONI, A. (ed.). *Creative Communities*. People Inventing Sustainable Ways of Living. Milan: Edizioni Polidesign, 2007.

\_\_\_\_\_. Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline. *Strategic Design Research Journal*, v. 1, n. 1, Dec 1, p. 31-38, 2008a.

\_\_\_\_\_. Strategic Design to take care of the territory. Networking Creative Communities to link people and places in a scenario of sustainable development. In: *P&D Design 2008*, 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2008b.

MERONI, A.; SANGIORGI, D. *Design for services*. Farnham, United Kingdom: Gower Publishing, 2011.

TAYLOR, J. Introducing Social Innovation. *The Journal of Applied Behavioral Science*, v. 6, n. 6, p. 69-77, 1970.

