

Design e Inovação Social

Design and Social Innovation

Beany Guimarães Monteiro, D.Sc.
Ricardo Wagner, D.Sc.

Resumo: Tradicionalmente a pesquisa em Design parte de um duplo movimento: por um lado o conhecimento formal para a ampliação e consolidação do nosso campo de atuação profissional e por outro a pesquisa por meio do design numa intervenção prática, que é, por sua vez, reinterpretada no campo teórico do conhecimento em design. Esses dois movimentos, recíprocos e assimétricos, nos levam a refletir sobre a vocação e os talentos do *ser* e do *fazer* do Design contemporâneo. A realidade atual nos conduz a considerar uma nova qualidade de pesquisa em Design: uma qualidade relativa à construção de conhecimentos autônomos em relação aos movimentos mencionados anteriormente.

Palavras chave: Inovação social; pesquisa em design; conhecimento autônomo.

Abstract: *Traditionally Design research begins with a double movement: in one movement there is the theoretical knowledge to enlarge and consolidate our professional working practice, and in the other movement there is the research through design from a practical intervention, which is, in turn, reinterpreted in the Design theoretical knowledge field. These two movements, reciprocal and asymmetric, lead us to reflect about the vocation and talents concerning contemporary Design “being and doing”. This way a new research quality through design should be considered: one that predicts the construction of autonomous knowledge in relation to the traditional aforementioned movements.*

Keywords: Social innovation; design research; Autonomous knowledge.

1. Introdução

Para lidar com a prática do Design somos hoje confrontados com a questão da sustentabilidade do Planeta. Nesse sentido, considerando que atualmente a grande parte dos produtos não é ecologicamente sustentável, precisamos entender como o design de produto pode atuar para contribuir com a sustentabilidade. Se, por um lado, estamos falando do conhecimento que se materializa num produto, por outro estamos falando de um produto cujas qualidades podem ser ampliadas e valorizadas em direção aos resultados que esperamos alcançar com nossos projetos (MANZINI, 2006).

Para Manzini (op.cit) a sustentabilidade exige inovações sistêmicas radicais baseadas numa redução drástica do consumo e numa nova idéia de bem-estar, cujos valores regenerem o tecido social, econômico e ambiental. O designer deve então criar uma ponte entre as condições externas e as condições internas que possibilitam a mudança, através de experiências locais que mostrem conhecimentos e possibilidades inovadoras. Segundo esse autor não há mudança sistêmica se ela não estiver preparada numa escala local (práticas locais, cotidianas).

A mudança sistêmica ocorre em termos de um processo de aprendizagem social que exige uma aprendizagem, a partir dos resultados, para reorientar os novos passos e maximizar as possibilidades de uma ação consciente da realidade e dos resultados conseqüentes a essa ação. Esse processo tem implicações importantes para o Design. Ele deve criar artefatos que possuam um significado nas relações entre as pessoas, buscando ampliar a qualidade dessas relações e ele deve mudar o foco do produto para o foco no resultado no qual esse produto está inserido, o que amplia e transforma a própria atividade do designer.

Esse rápido panorama permite que percebamos com clareza o papel de destaque que se apresenta para a pesquisa em Design, e sobre o Design contemporâneo, no sentido desse duplo movimento de participação de todos os atores sociais (*empowerment*), incluindo os próprios designers, para que possamos criar as sinergias necessárias para “*mudar a mudança*” (MANZINI, 2008). Mudar a mudança significa, para nós no âmbito da nossa atuação como professores de design numa Instituição Federal pública de ensino no Brasil, reconhecer a nossa vocação e ampliá-la pelo sentido dos significados e valores que atribuímos às nossas ações (e que configuram e re-configuram nossos talentos na realidade em que atuamos).

De acordo com o ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) é atualmente muito difícil encontrar em todo o mundo, uma escola de design que não esteja praticando alguma forma de educação interdisciplinar (BRIETENBERG, 2007). Conforme afirma seu presidente, embora o Design Industrial esteja na interseção entre a Engenharia e o mundo dos negócios, a tendência para a combinação e a harmonização dos vários campos do conhecimento que interagem no design vem ocorrendo nos últimos quinze

anos, quando os profissionais do design começaram a reconhecer o valor da colaboração interdisciplinar. Mas a educação interdisciplinar sucede somente quando é composta de programas com forte ênfase nas várias disciplinas que os compõem. Quanto mais fortes forem as disciplinas, melhor a experiência interdisciplinar. Cada estudante deve portanto, trazer a profundidade, a perícia e a diferenciação à experiência interdisciplinar. Assim, o enfoque atual dado ao trabalho em equipe no desenvolvimento de produtos, tem conduzido a um alargamento do papel desempenhado pelos designers, já que não são mais vistos como “especialistas com responsabilidades estreitas e definidas, mas como generalistas com uma área particular de competência” (BRIETENBERG, op.cit).

2. O Design no Contexto de Inovação Social para a Sustentabilidade

De acordo com Manzini (2008) para trabalhar como agentes para a sustentabilidade os designers precisam dar um par de passos no sentido de compreender o contexto no qual eles estão atuando:

they must understand the change already in progress better, i.e. the transition towards a network and knowledge society (which we shall call Change 1) and understand equally well the change required to re-orient the change in progress towards sustainability (which we shall call Change 2).

A mudança 1 é geradora de transformações no sistema que requerem de todos os atores sociais, obviamente incluídos entre estes os designers, novas formas de pensar e agir: artefatos totalmente novos, formas organizacionais e redes de *designing*, a natureza das forças necessárias para os designers repensarem a si próprios, como eles operam e sua posição na sociedade. É nessa nova situação operacional que acontece a mudança 2 que é necessária para nos mover em direção à sustentabilidade. Em resumo, essa transição requer uma capacidade de design difusa e um conhecimento em design que habilite indivíduos, comunidades, instituições e empresas no fazer do design, numa estrutura social e operacional de uma rede social e de conhecimento, na qual se dará o curso da ação para um futuro sustentável.

A vocação do designer nessa direção amplia-se no sentido da consolidação de um conhecimento autônomo em design e da pesquisa sobre a prática independente de projetos individuais e específicos. Ou seja, do desenvolvimento de talentos que nos permitam, acima de tudo, sermos modestos nas nossas atuações e reflexões rumo a transição da mudança 1 para a mudança 2. Nessa transição o processo de design tende a ser distribuído entre atores com culturas, motivação e desenvolvimento profissional diferentes. Nessas condições a vocação natural do design, acumulada nos talentos tradicionais que dirigiram nossas ações até aqui, não é mais suficiente. Os assuntos com os quais estamos confrontados são muitos, não estão mais no mesmo lugar que estavam e não existem talentos suficientes para tratar de

todos eles. Nesse caso é preciso que as pesquisas produzam conhecimentos aptos para circular nas redes de trabalho e isso significa um conhecimento comunicativo sobre design, capaz de ser transferido para diferentes aplicações, além do nosso campo de atuação tradicional. Ou seja, não é mais sustentável que conhecimentos produzidos na pesquisa em design sejam implícitos e reintegrados ao nosso corpo de conhecimentos mas explicitados, discutíveis, transferíveis e acumuláveis (MANZINI, 2008).

2.1 Demandas sociais na concepção de soluções sustentáveis

Um dos resultados finais da pesquisa do EMUDE (*Emerging User Demands for Sustainable Solutions*, 2006) aponta para um novo papel para os designers: eles devem utilizar capacidades e conhecimentos específicos para reconhecer casos de inovação social, torná-los mais visíveis e melhor entendidos (isto é: suas potencialidades e qualidades de um lado e seus pontos fracos e dificuldades de outro) e, finalmente, contribuir para que esses casos promissores sejam mais acessíveis, eficazes e reproduzíveis. Esse novo papel não substitui o anterior, mas, ao contrário, potencializa-o, abrindo novos campos de atuação profissional para a atividade do designer. A atuação nestes novos campos apresenta-se na forma de duas modalidades de ação, que na prática estão misturadas, mas que podem ser conceitualmente distinguidas:

1. *Design in designing networks*: quando o papel do designer é promover e facilitar um processo de co-design específico contribuindo para facilitar a convergência em torno de idéias compartilhadas e soluções potenciais.
2. *Design for designing networks*: quando o papel do designer é criar condições para estimular, desenvolver e regenerar a habilidade e a competência dos que vão utilizar um “sistema habilitador”.

Na definição de sistemas habilitadores o sentido da palavra designer é revisto: todos os participantes do processo de concepção, desenvolvimento e uso desses sistemas são designers. Portanto a definição de designer passa a abranger todos os atores sociais como co-autores da solução, e não mais os especialistas em particular (MANZINI, 2007).

O papel do design em um contexto de inovação social requer, portanto um entendimento fundamentalmente novo para o processo de design, sendo atualmente necessário o envolvimento mais ativo de atores relacionados com o ambiente social e sua subjetividade, além de permitir uma incorporação mais consciente de pontos de vista diversos no design de novos produtos, sistemas e serviços. O processo de design, desenvolvido de modo participativo, envolve o conjunto das várias partes interessadas, com suas diferentes intenções, características, circunstâncias e consciências. Suas atividades são influenciadas não apenas por decisões técnicas, mas também pelas interações sociais entre os membros do grupo. Ao levar em conta todos os diferentes valores, visões de mundo, definições de problemas e as idéias dos vários atores sociais

envolvidos, o processo de design participativo se constitui em sua essência, em uma atividade eminentemente subjetiva (WISE, 1985).

2.2 Um novo conhecimento em Design

A proposta apresentada por Manzini (2008) para a pesquisa em Design é a produção de conhecimentos que sejam utilizáveis por aqueles que projetam: conhecimentos sobre design que designer e não-designer (indivíduos, comunidades, instituições, empresas) podem usar nos seus processos de design e de co-design. Para isso a discussão sobre pesquisa em design, na sua natureza e na sua qualidade, move-se dos métodos, como esteve fortemente baseada até hoje, para os resultados, ou seja, para o conhecimento produzido, sua natureza e qualidade.

Em termos de conteúdo, o conhecimento em design é uma coleção de diferentes artefatos cognitivos com diferentes propósitos: visões para estimular e dar sentido a discussão estratégica; propostas para integrar no corpo de projetos específicos; instrumentos para apoiar o entendimento do estado do pensamento e implementar idéias de design; reflexões sobre o sentido do que fazemos ou podemos fazer.

No entanto, de acordo com Manzini (op.cit), o conhecimento em design sobre o qual estamos falando pode também ser descrito em termos de forma. Ele precisa ser explicitado, discutível, transferível e acumulado para tornar-se ponto de produção de conhecimento futuro, por outros atores sociais, além dos próprios pesquisadores. Partindo dos resultados é possível delinear outras metodologias de pesquisa de outros tipos: a pesquisa para produzir instrumentos conceituais e operacionais para o *designing* e a pesquisa para ajudar a compreender a natureza do que é a pesquisa em design. A primeira utiliza usualmente metodologias que são adaptadas de acordo com os requisitos específicos das disciplinas consolidadas da tradição em pesquisa: etnografia, semiótica, ergonomia e disciplinas tecnológicas e econômicas, a segunda toma como referência a história, sociologia ou filosofia.

Para produzir visões e propostas utilizando instrumentos e competências próprias para a cultura e a prática do design, as formas de pesquisa são, e devem ser, muito diferentes das tradicionais: a produção de conhecimentos autônomos por meio do design coloca em jogo um nível de subjetividade que seria inadmissível na tradição científica. Ao mesmo tempo, não estamos tratando de uma pesquisa artística, totalmente guiada pela dimensão subjetiva. O Design é uma disciplina que combina criatividade e subjetividade com uma dose de reflexão e argumentação sobre as suas próprias escolhas. Na pesquisa por meio do design o conhecimento produzido não deve ser somente implícito e integrado no design, mas explícito, discutido, transferido e acumulado (MANZINI, 2008).

Para Manzini (op.cit.) o nível aceitável de subjetividade na pesquisa por meio do design é uma questão aberta e uma definição precisa desse limite seria de grande interesse. Segundo este autor, é importante para isso discutir os resultados alcançados em cada caso, e caso por caso, relacionando-os à sua contribuição pra resolver os problemas aos quais fomos confrontados. Obviamente essas contribuições serão tão mais sólidas quanto mais adequadas forem as metodologias adotadas à cada um dos casos em particular. Nesse sentido, apresentamos um exemplo de um caso de Inovação Social, o das Incubadoras Afro Brasileira e de Empreendimentos Populares do Instituto Palmares de Direitos Humanos (IPDH), e os resultados alcançados a partir de uma pesquisa realizada por meio do design, nessas Incubadoras.

3. Design e Inovação Social em Incubadoras

A descrição que apresentamos segue a estrutura proposta no workshop Design, Inovação Social e Desenvolvimento Sustentável, ocorrido recentemente na COPPE, no quadro de um projeto de pesquisa apoiado pela Escola de Altos Estudos da CAPES, para o qual recebemos um convite para participar como professores de design e atuantes no campo da Inovação Social (www.producao.ufrj.br). Duas ferramentas básicas foram apresentadas para desenvolver o trabalho dos grupos durante esse workshop:

1. O roteiro para descrição do caso incluindo o percurso da Inovação/serviço do caso;
2. Os resultados a serem alcançados.

As principais ressalvas relativas ao uso dessas ferramentas foram: ter claro o ponto de vista dos atores que estamos dando o foco para fazer o relato do caso, uma vez que isso altera a seqüência dos eventos relatados no dia-a-dia do serviço (*journey*), e conseqüentemente os resultados que se propõem alcançar. Escolhemos neste relato o ponto de vista das Incubadoras para apresentar nossos resultados a partir de uma intervenção realizada em ambas, proveniente de uma demanda para a inserção do design em cadeias produtivas ligadas aos empreendimentos de alimentação, cultura, turismo e prestação de serviços, que não haviam tido o design na sua primeira fase do processo de Incubação (www.ia.org.br)

De acordo com seus organizadores:

A incubadora Afro Brasileira é uma ação afirmativa que tem como objetivo reduzir as desigualdades étnicas no mercado de trabalho. Nasceu de um diagnóstico do Instituto Palmares de Direitos Humanos – IPDH que identificou dificuldades muito comuns ao pequeno empreendimento, entre elas a ausência de capital financeiro, humano e social, e baixa eficiência e produtividade. A Incubadora oferece um conjunto de serviços visando à melhoria da gestão de empresas formais ou informais dos setores de comércio e serviços lideradas por indivíduos afro brasileiros em situação de vulnerabilidade social para 10 cadeias

produtivas: cultura, turismo e lazer, alimentação e gastronomia; tecnologia e manutenções, comércio, consultorias, associações e instituições; prestação de serviços; confecção; higiene pessoal e beleza; artesanato e acessórios (<http://www.ia.org.br/pt-br/index.jsp>).

“A Incubadora de Empreendimentos Populares - IEP é uma ação igualmente implementada pelo Instituto Palmares de Direitos Humanos (IPDH) a partir da experiência de incubação de negócios realizada pela Incubadora Afro Brasileira. Localizada no Centro do município de Nova Iguaçu e em funcionamento desde maio de 2006, a IEP apóia, por até dois anos, 450 empreendimentos, de micro e pequeno porte, formais e informais, oriundos da Baixada Fluminense. Devido ao alto índice de violência contra a mulher, as escassas oportunidades de emprego e a grande desigualdade salarial entre homens e mulheres na região, a IEP se propôs a trabalhar com o recorte de gênero, a mulher empreendedora”. (<http://www.iepbaixada.org.br/pt-br/index.jsp>).

Numa descrição sintética da trajetória dessas Incubadoras até momento em que fomos contatados para atuar no sentido de inserir o design nos empreendimentos das cadeias produtivas citadas (turismo, alimentação, cultura e prestação de serviços), e tendo em vista a estrutura do processo de Incubação na qual atuamos, esses procedimentos podem ser assim descritos:

Fase 1 - Pré Incubação – 1 ano: orientação para elaboração e aprimoramento do Plano de Negócios

Evidências físicas: 3 módulos de formação durante a primeira fase do processo de pré Incubação realizados nas Incubadoras e em visitas técnicas.

Informação/ trocas: reflexão sobre o negócio, correção de rumo e análise financeira.

Percepção inter-pessoal e qualidades relacionais: identificação das fraquezas e oportunidades dos negócios a partir da observação da realidade.

Fase 2 – Incubação – 2 anos: Gestão do negócio – elaboração de estratégias e identificação de parcerias

Evidências físicas: 6 módulos de formação realizados na fase de Incubação pelas Incubadoras, nas Incubadoras e em Feiras de Negócios.

Informação/ trocas: avaliação do produto e do produto-serviço, divulgação e ampliação da área de atuação do empreendimento (reinvestimento).

Percepção inter-pessoal e qualidades relacionais: desenvolvimento de estratégias e parcerias a partir de contatos com o mercado nas Feiras de Negócio e consultorias.

Fase 3 – Pós Incubação – a partir do 3º ano: Inserção em Redes

Evidências físicas: apoio operacional das Incubadoras aos empreendimentos na fase pós incubação, utilizando a infra-estrutura e os parceiros das próprias Incubadoras como suporte.

Informação/ trocas: pontos de contato com outras pessoas, empresas e realidades para a promoção e consolidação do empreendimento.

Percepção inter-pessoal e qualidades relacionais: reposicionamento dos empreendedores sobre as estratégias de negócio e customização dos cenários de design do empreendimento.

Como um caso de Inovação Social esses estágios representam diferentes etapas da emergência e expansão de novas idéias implementadas pelas Incubadoras (protótipos de solução) para soluções relativamente consolidadas (soluções trabalhadas), até a implementação dessas soluções. As soluções protótipo correspondem a concepção e a colocação e prática de uma idéia: Fase 1. As soluções trabalhadas são aquelas que, colocadas em práticas, funcionam como uma inspiração para outros grupos desenvolverem algo similar: Fase 2. As soluções implementadas correspondem à plataformas habilitantes, na Fase 3. Nossa primeira intervenção deu-se na Fase 2 do processo e a partir dos resultados alcançados, para que possamos atuar no sentido da sustentabilidade, prevemos uma próxima intervenção na Fase 3 do processo (MONTEIRO, 2008). Aplicamos a metodologia proposta por Penin (2006) e por Manzini e Jégou (2003), dentro do conceito *Design Guided Scenario*, o que habilitou e articulou as diferentes visões sobre os projetos propostos, a consideração da pluralidade e da dimensão local e uma maior criatividade na apresentação das propostas dos negócios durante as oficinas. É na fase 2 que atuamos e da qual tratamos no próximo item, considerando os principais resultados alcançados nas Oficinas de Design e Inovação como inserção na modalidade de *Design for designing networks* (MANZINI, 2007).

3.1 Exemplos do Processo de Inserção Social do Design

As Oficinas de Design&Inovação, desenvolvidas no formato de um curso de extensão, foram concebidas e realizadas no âmbito do projeto Design em Empreendimentos Populares, que conta com apoio da FAPERJ desde 2006, e está integrado à pesquisa Design de Interesse Social e ao ensino de graduação em Design Industrial da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Iniciado em 2007 e desenvolvido entre setembro e dezembro desse ano, o curso teve como público-alvo 42 empreendedores em fase 2 do processo de Incubação (MONTEIRO ET al. 2007).

As oficinas foram distribuídas em quatro módulos temáticos, concebidos seguindo uma metodologia de design baseada na elaboração de cenários e na

idéia de transformar as inovações identificadas em plataformas habilitadoras para as cadeias produtivas em questão: cultura, turismo, gastronomia e prestação de serviço:

Módulo 1: Percepção Sócio-Cultural do Empreendimento, teve como objetivo compreender e analisar os requisitos e as restrições do contexto de negócios da cadeia produtiva para desenvolver estratégias de ação compatíveis com a percepção do empreendedor sobre o seu negócio nesse contexto. Este módulo foi composto pelas seguintes oficinas:

Oficina 1: Construção da identidade. Objetivos: descrever e analisar a atividade-foco da cadeia produtiva e estabelecer os aspectos relevantes para o negócio.

Oficina 2: Construção de um cenário futuro. Objetivos: identificar os potenciais e os recursos (pessoas, organizações e instituições, enraizados no território) assim como potenciais parceiros externos.

Oficina 3: Construção de parcerias. Objetivos: análise dos parceiros potenciais e o planejamento da sua participação nas estratégias identificadas.

Oficina 4: Mapeamento estratégico. Objetivos: guiar o processo criativo por uma série de questões que orientam a formalização dos elementos que constituem as estratégias mapeadas.

Módulo 2: Estudo de Mercado e Articulação de Parcerias, abordou os aspectos sócio-econômicos do mercado de bens e serviços que implicam na definição de estratégias de negociação e articulação para a ampliação das condições de sucesso do empreendimento. Quatro oficinas compuseram este módulo:

Oficina 1: Situando o segmento produtivo no mercado: os riscos do mercado tradicional e seus reflexos na sociedade.

Oficina 2: Mapeando os riscos do mercado tradicional: a conscientização dos empreendedores para o planejamento de uma negociação.

Oficina 3: Simulação de uma negociação: desenvolvimento de uma estratégia de negociação desenvolvida de acordo com o contexto e os elementos específicos de cada empreendimento, utilizando o jogo “Elo Perdido”.

Oficina 4: Criação de estratégias e parcerias: criação de estratégias para uma negociação/articulação.

Módulo 3: Comunicação Visual e Identidade Cultural do Empreendimento, teve como objetivo ampliar a percepção dos empreendedores para a comunicação visual e para o valor simbólico-cultural do seu empreendimento. Este módulo teve seu conteúdo distribuído em três oficinas:

Oficina 1 : Elementos visuais – desenvolvimento de atividades com elementos visuais, vendo qual o valor simbólico que as formas, cores e padrões transmitem.

Oficina 2 : Comunicação visual e o simbólico dentro do empreendimento - definição do conceito que se quer transmitir, ou de outra forma, quais são os valores presentes no empreendimento.

Oficina 3: Apresentação e identidade visual- apresentação de projetos, discutindo os fatores que tornam um projeto bem apresentado ou mal apresentado.

Módulo 4: Sistema Produto-Serviço (SPS) teve como objetivo desenvolver o sistema produto-serviço dos empreendimentos, utilizando os cenários de design como suporte de comunicação e interação empreendimento-rede de parceiros. Este módulo foi composto por três oficinas:

Oficina 1: Cenários de design - apresentação dos componentes necessários para acessar um futuro possível e desejável.

Oficina 2: Personalização dos cenários - entender e refinar cada cenário implementando-o e detalhando-o como estratégias estruturadas (Figura 3).

Oficina 3: Instrumento de mapeamento do sistema produto-serviço - assistir a criação e o desenvolvimento de estratégias contextualizadas para otimizar suas conexões com instituições parceiras, favorecendo a sinergia entre os empreendedores e seus parceiros.

Cada uma das oficinas teve 4 horas de duração, num total de 168 horas de curso, realizadas dentro das Incubadoras, no Rio de Janeiro e em Nova Iguaçu, com uma equipe formada por três estudantes de graduação do curso de Desenho Industrial, da EBA/UFRJ, com bolsa PIBEX- 2007/II; dois estudantes de pós-graduação em Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ; dois professores, sendo um da Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ e outro do curso de Design Industrial da EBA/UFRJ; um funcionário da UFRJ, como apoio técnico, e pelas Gerentes das duas Incubadoras: IA e IEP.

O material didático utilizado foi fornecido pelos parceiros e constou de um flip-chart, canetas, quadro branco, papel, lápis e post-it coloridos. O material utilizado permaneceu no local entre uma Oficina e outra para que os empreendedores pudessem consultar e para que, entre um módulo e outro, se mantivesse uma memória do que havia ocorrido no módulo anterior.

Ao final das Oficinas foi realizado um evento público, com apresentação dos empreendedores da cadeia produtiva de cultura sobre os seus trabalhos, incluindo depoimentos espontâneos sobre a contribuição do curso para os mesmos. Esta apresentação foi filmada pelas Incubadoras e o evento ocorreu no Fórum de Ciência e Cultura da UFRJ, auditório Pedro Calmon, no dia 14 de dezembro de 2007.

3.2 A passagem do foco no problema para o foco no resultado

Nas Oficinas de Design&Inovação, no âmbito da construção de Redes entre as Incubadoras e a UFRJ, os conceitos de cenários de design, plataformas habilitadoras e sistemas produto-serviço foram utilizados para fortalecer a contextualização e a valorização cultural dos produtos e serviços desenvolvidos por estes empreendimentos (MONTEIRO e BARTHOLO, 2007; MONTEIRO, 2008).

O maior problema apontado pelos empreendedores no início do curso era a falta de dinheiro para realizar os seus projetos. Começamos o curso procurando entender as soluções que os projetos propunham para depois identificar o que estava faltando para a sua implementação. Ao final das oficinas novas idéias, de novos projetos, foram apresentadas não mais com foco no problema inicialmente apresentado (falta de dinheiro) mas colocadas de outra forma: o que podemos fazer, considerando a falta de recursos financeiros, para mudar a realidade atual na direção da realidade desejada? Quais são os sistemas que devemos projetar para alcançar os resultados que desejamos? O processo de aprendizagem apontou para a transformação de uma atitude inicialmente passiva diante dos problemas, para uma atitude proativa, considerando os parceiros potenciais que cada uma das iniciativas precisava e os componentes das soluções que estavam sendo projetadas para elas.

Vimos que estas oficinas contribuíram para reestruturar os projetos dos empreendedores, apresentados e discutidos durante o curso e para estimular a realização de novas práticas empreendedoras. Houve aumento da autoconfiança dos empreendedores na exposição das suas propostas e agregação de valores de design: estratégias e parcerias aos negócios em implementação. Finalmente observamos que a visualização, na forma de cenários, das propostas apresentadas, demonstram que o design é um instrumento importante para o desenvolvimento desses empreendimentos. A inserção do design nesses empreendimentos dá-se na forma de estratégias que foram redesenhadas pela equipe do projeto e reagrupadas em quatro clusters de cenários:

Cenário 1: visibilidade das ações empreendedoras;

Cenário 2: formação para os empreendedores e parceiros;

Cenário 3: ampliação da área de atuação dos empreendimentos;

Cenário 4: lançamento dos projetos no mercado.

Os resultados obtidos demonstram que não houve inserção do Design no desenvolvimento dos projetos e na avaliação dos mesmos a partir de uma determinada aplicação na realidade. Isso pode ser explicado pelo fato de termos atuado na fase intermediária do processo de Incubação, quando os empreendedores já haviam desenvolvido seus projetos (Fase 1) e ainda não haviam implementado (Fase 3). Esses resultados demonstram que o curso

atendeu aos seus objetivos e abriu nas Incubadoras uma perspectiva para a realização de outras edições deste curso para novos empreendedores na Fase 2 do processo bem como apontou para a necessidade de inserção do design nas duas outras fases. No primeiro caso a nova proposta é fazer um módulo de aperfeiçoamento da primeira edição do curso com foco na organização dos empreendimentos em redes e clusters, e não por cadeia produtiva, como foi feito nesta primeira edição, para os empreendimentos na Fase 3, e participar do processo de seleção dos empreendimentos, anteriormente à Fase 1 da Incubação.

3.3. Discussão dos Resultados da Pesquisa

A metodologia utilizada permitiu a percepção de um papel ativo dos empreendedores nos seus próprios negócios, desenvolvendo a sinergia entre as diferentes iniciativas, entre estas e os diferentes estágios do processo de incubação, incluindo a pós-incubação. O processo de co-design favoreceu as relações entre os empreendedores e as incubadoras, acrescentando o design como um campo de conhecimento a ser inserido durante as três fases do processo de incubação dos empreendimentos, implementado pelas Incubadoras. A elaboração dos cenários das estratégias na fase intermediária permitiu que os empreendedores visualizassem graficamente suas propostas e pudessem customizá-las de acordo com seus próprios projetos, foi um dos principais resultados objetivos, com respeito ao papel do design nessas cadeias produtivas. Observamos que a inserção do design nos empreendimentos dessas cadeias produtivas dá-se na forma de um enriquecimento das visões empreendedoras sobre suas estratégias, parceiros e clientes potenciais. Vimos que o designer possibilita a comunicação, visualização e criação de instrumentos e atua como um mediador de diferentes atores sociais, trabalhando as diferentes soluções de cada um destes atores, que são os especialistas de suas próprias realidades, num processo de co-design.

Esses resultados apontam para um novo posicionamento do designer neste processo: o de avaliar eticamente as metodologias utilizadas e identificar o tipo de bem-estar social que o empreendedor está disposto a promover depois de lançar seu projeto no mercado. Para isso o designer deve usar e propiciar o uso de instrumentos socialmente adequados, o que significa, no caso deste projeto, instrumentos de fácil acesso para que os empreendedores possam continuar a utilizá-los de forma autônoma, recorrendo ao profissional de design no momento em que os recursos destes instrumentos se mostrarem insuficientes para a realização de novos projetos.

As atividades realizadas estiveram concentradas na internalização dos conhecimentos de design como elemento estratégico do processo de incubação dos empreendimentos e não como recurso de especialistas que deveriam ser

requisitados para resolver problemas específicos, a cada momento que estes aparecessem.

A partir desses resultados podemos identificar uma “demanda social difusa” por um novo conhecimento em Design. Essa demanda não é claramente expressa no caso uma vez que o acompanhamento dos empreendimentos na sua fase de pós incubação é ainda incipiente em termos de resultados concretos. Esses empreendimentos deverão manter seus vínculos com as Incubadoras para que possam se fortalecer inseridos no mercado de trabalho, atuando e replicando as suas ações de forma a habilitar novos empreendimentos, sem perder de vista a relação de identidade que eles possuem com seus respectivos “sítios simbólicos de pertencimento” (ZAOUAL, 2005). Isso começa a acontecer agora, considerando a formação das primeiras turmas de empreendimentos Incubados na Incubadora Afro Brasileira.

A continuidade da atuação na Fase 3 poderá então dar-se, considerando o ponto de vista das Incubadoras como ator social privilegiado, na transição entre a mudança 1 (Fases 1 e 2 do processo) para a mudança 2: Fase 3, que configura a transição para a sustentabilidade dos empreendimentos de forma autônoma. Essa transição é desenhada por Manzini (2008) como uma germinação e um crescimento de uma nova idéia de bem-estar social e um novo sistema de produção que permita uma vida melhor reduzindo os impactos das atividades empreendedoras sobre o meio ambiente e regenerando a qualidade cultural, física e social dos locais de atuação e do Planeta como um todo. Esse desenho é um fenômeno de co-criação no qual diferentes pessoas e comunidades interagem num amplo processo de aprendizagem social e inovação gerado e regenerado por uma nova forma de conhecimento produzida por meio da inserção do design nesse caso de Inovação Social: uma forma que explícita, discute, transfere e acumula esses conhecimentos numa Rede de trabalho socialmente distribuída, e contribui para ampliar a nossa vocação e o desenvolvimento de novos talentos profissionais, relacionados à socialização do nosso modo de ser e de fazer design.

A demanda que emerge para nós, designers e professores de design, aponta para o desenvolvimento de soluções sustentáveis nos seguintes níveis: produtos e serviços que proponham essas novas formas de ser e de fazer, diferentes das formas dominantes (incluindo o ser e o fazer do próprio designer), menos impactantes ambientalmente e que favoreçam novas formas de convivências. É uma demanda por visões de sustentabilidade: cenários que mostrem essas formas de fazer, que sejam como traçados para o desenvolvimento de novos talentos alternativos em diferentes níveis e que promovam direções para vários aspectos da vida de cada um de nós. O traçado dessas direções é uma atribuição dos designers no sentido de promover a qualidade de vida e a qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Essa nova demanda refere-se portanto ao desenvolvimento de talentos investigativos que, considerando a realidade cotidiana, desenvolva reflexões, propostas e cenários sobre a qualidade das

relações, dos locais, comunidades, bens comuns e do próprio tempo de ser e fazer. Essa demanda amplia a vocação do designer no sentido da difusão dos seus conhecimentos refletidos no curso da sua ação profissional e essa ampliação passa pela nossa vocação e questiona a nossa própria formação como um importante agente da sustentabilidade.

4. Conclusão

De acordo com Manzini (2006) e Manzini e Jégou (2003), a Inovação Social deve encontrar energia dentro das iniciativas locais e o papel do designer é estratégico para o alcance de uma mudança sistêmica dessas inovações. Esse papel é o de construir uma ponte entre as condições internas e as condições externas da mudança para criar experiências locais que mostrem conhecimentos e possibilidades inovadoras. A construção desta ponte pode ser facilitada pela implementação de um processo de co-design, como sugerido por Manzini e Vezzoli (2002) e Penin (2006) o que requer a formulação de estruturas metodológicas integradas, formuladas dentro de uma perspectiva dialógica, para estabelecer vínculos relacionais entre os interlocutores (MONTEIRO e BARTHOLO, 2007).

A pesquisa realizada pela equipe da UFRJ e das Incubadoras constatou que o processo de co-design contribuiu para reestruturar os projetos existentes nas incubadoras estudadas, além de estimular a realização de novas práticas de Incubação, com a previsão de inserção do Design na plataforma habilitadora de Inovações Sociais que as Incubadoras representam. Estas plataformas potencializam um novo campo de atuação para o designer, considerando a preservação da memória do saber tradicional e popular, que estão na origem desses empreendimentos, valorizando suas ações e agregando valores culturais, econômicos e sociais aos seus produtos e serviços.

A mudança sistêmica que se apresenta nesse processo de aprendizagem social dá-se no sentido de reorientar os próximos passos de nossas intervenções para maximizar a atuação do Design nas fases 1 e 3 do processo de Incubação: *in designing network* (MANZINI, 2007). Para isso novos instrumentos deverão ser projetados com o objetivo de aumentar a qualidade dos conhecimentos existentes no design, conhecimentos que serão explicitados no uso desses instrumentos, de forma autônoma, por Incubadoras, empreendedores e o próprio designer.

Datas de Remessa do Artigo: 30 de Setembro de 2008

Currículo do autor: Beany Guimarães Monteiro

Graduada em Desenho Industrial pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1989), mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1997) e doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2004). É coordenadora do Laboratório Interdisciplinar de Design, Inovação Social e Sustentabilidade (LABDIS) da EBA/UFRJ - Escola de Belas Artes / Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor adjunto do curso de Desenho Industrial - Projeto de Produto. É membro da comissão de elaboração do Programa de Pós-Graduação em Design da UFRJ. Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Projeto de Produto de Vestuário, atuando principalmente nos seguintes temas: design estratégico para a sustentabilidade, empreendedorismo, inovação social. E-mail: beanygm@gmail.com

Currículo do autor: Ricardo Wagner

Formado em Desenho Industrial pela UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Pós-Doutorado em Design pela PUC-Rio, Doutorado e Mestrado em Engenharia de Produção pela COPPE - Coordenação dos Programas de Pós-Graduação em Engenharia. Atualmente é Professor Associado do Departamento de Desenho Industrial da UFRJ. Coordena o LABCAD - Laboratório de Concepção e Análise do Design, e possui experiência na área de Design Industrial com ênfase em Design de Produtos, Design Náutico e Design Sustentável. É membro da comissão de elaboração do Programa de Pós-Graduação em Design da UFRJ. Atua nos seguintes temas: teoria e filosofia do design, concepção e análise do design, design de novos produtos, aperfeiçoamento do design de produtos existentes, aperfeiçoamento funcional, ergonômico e estético do design, metodologia de projeto e processo de design. (09/09/2006)
e-mail: labcad@gmail.com

Bibliografia:

- BRIETENBERG, M., **Interdisciplinary Innovation**, Art Center College of Design, USA, 2007. Disponível em: http://icsid.org/education/education/articles185.htm?query_page=1
- MANZINI, E. **Design, social innovation and sustainable ways of living Creative communities and diffused social enterprise in the transition towards a sustainable network society. Draft / version 2"**. In Design, Social Innovation and Sustainable Development for Escola de Altos Estudos da Capes e COPPE/UFRJ. Rio de Janeiro, Brazil, August 27-31, 2007. In <http://www.producao.ufrj.br/design.isds/material.htm>, p29.
- MANZINI, E., "Designing networks and metadesign. Some introductory notes". 25.06.2007 Disponível em: <http://attainable-utopias.org>
- MANZINI, E., "New design knowledge. Introduction to the Conference Changing the Change", Turim, 2008. Disponível em: <http://www.sustainable-everyday.net/manzini/>
- MANZINI, E., **Design, ethics and sustainability Guidelines for a transition phase**. DIS-Indaco, Politecnico di Milano. <http://www.dis.polimi.it/manzini-papers/06.08.28-Design-ethics-sustainability.doc>2006.
- MANZINI, E., JEGOU, F. **Sustainable everyday. Scenarios of Urban Life**, Edizioni Ambiente, Milano, 2003.
- MANZINI, E., VEZZOLI, C. O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis. São Paulo: EdUSP. 2002.
- MANZINI, E., VEZZOLI, C., **La formazione di una nuova generazione di progettisti, L'architettura naturale: La cultura del progetto sostenibile**, Anno I, no3, Edicom ed., Monfalcone (Go), p. 56–57 (in Italian). 1998
- MANZINI, E., VEZZOLI, C., **Product-Service Systems and Sustainability. Opportunities for sustainable solutions**. United Nations Environment Programme (UNEP). Division of Technology Industry and Economics (DTIE). Production and Consumption Branch 39-43 Quai André Citroën. 75739 CEDEX Paris. France, 2001.
- MONTEIRO, B., BARTHOLO, R., LIMA, R., LANGENBACH, M., SILVA, A., GONÇALVES, M., MARQUES, T., "Design e Inovação". Material didático instrucional para as oficinas. UFRJ, Rio de Janeiro, 2007.
- MONTEIRO, B., "Design & Inovação Social – práticas de atuação e uso do design em contextos locais". VI Seminário de Metodologia de Projetos de Extensão. Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2008.
- MONTEIRO, B., BARTHOLO, R. **Design and Production Engineering. Some moving frontiers of the engineering education in Brazil**. Proceedings: International Conference on Engineering Education – ICEE 2007. 3 - 7 september 2007. Coimbra. 2007.
- NICOLAIEWSKY, M., MONTEIRO, B., "Changing Perspectives on Design Education. The change in the design apprenticeship using the methodology of

scenario building associated with sustainability concepts at the Universidade Federal do Rio de Janeiro (BRASIL)”. In: **Changing the Change Conferency**, Turim, 2008. Green Campus. <http://www.ase.org/content/article/detail/3037>

PENIN, L. **Strategic design for sustainable social innovation in emerging contexts: framework and operative strategies**. PHD Thesis, Politécnico de Milão. Milão, 2006.

WISE, J.A., **Decisions in design**. Behavioral Decision Making, Pierium Press, 1985.

ZAOUAL, H. **Nova Economia das Iniciativas Locais: uma Introdução ao Pensamento Pós-Global**. (translation by Michel Thiollent), Rio de Janeiro: DP & A Ed., 2005.

Sites consultados:

EMUDE, <http://www.sustainable-everyday.net/EMUDE>

INCUBADORA Afro Brasileira: <http://www.ia.org.br/pt-br/index.jsp>

INCUBADORA de Empreendimentos Populares: <http://www.iepbaixada.org.br/pt-br/index.jsp>