

O DESIGNER COMO UM MEDIADOR SOCIAL NO DESENVOLVIMENTO PARTICIPATIVO EM COMUNIDADES CRIATIVAS

LARISSA VARGAS TEIXEIRA¹; VITORIA BERTONCELLO BARBOZA²;
CAROLINA IUVA DE MELLO³

¹*Universidade Federal de Santa Maria – larissavargast@hotmail.com*

²*Universidade Federal de Santa Maria – vitoriaabertoncello.b@gmail.com*

³*Universidade Federal de Santa Maria – carolinaiuva@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento, especialmente em contextos de inovação social, envolve o protagonismo de comunidades criativas, compreendidas como grupos coletivos que empregam métodos inovadores em seu território utilizando os recursos locais. Nesse cenário, o design pode se inserir como mediador social, um agente de mudança, contribuindo para a viabilização de um programa de desenvolvimento que seja comprometido com a valorização do território, da identidade e da sustentabilidade (ARRUDA *et al.*, 2017).

Para MANZINI (2008), os designers podem surgir como experts, que graças a habilidade com ferramentas e métodos projetuais, podem ajudar outros profissionais a orientar suas iniciativas. Ele também afirma que os designers podem ser parte da solução, justamente por serem os atores sociais que mais do que quaisquer outros, lidam com as interações cotidianas dos seres humanos com seus artefatos. Grande parte dos projetos de desenvolvimento fica aquém de seus objetivos iniciais, especialmente devido à falta de participação real das pessoas para quem o projeto foi feito em primeiro lugar, os beneficiários. Isso porque muitos técnicos ainda veem o desenvolvimento como um processo linear simples, onde se passa da situação “A” para a situação “B” em linha reta, e para eles a participação pode ser uma “perda de tempo” (GEILFUS, 2002).

Neste contexto, faz-se necessário estabelecer premissas que difundam o papel fundamental do designer nas ações em prol do desenvolvimento, introduzindo as maneiras adequadas para que ele possa se inserir neste meio como um mediador social. Assim, este artigo tem por objetivo analisar maneiras pelas quais o designer pode vir a ser um agente mediador em interações com as comunidades, contribuindo com subsídios teóricos para a prática extensionista.

2. METODOLOGIA

Uma revisão bibliográfica foi realizada em artigos e livros que dissertam sobre mediação social e desenvolvimento para, assim, dar suporte teórico às ações dos designers em contextos de inovação social. A pesquisa se justifica pelo fato de entendermos que, para que as ações tenham êxito, faz-se necessário promover uma melhor comunicação entre os designers e as comunidades envolvidas. Muitas vezes, os profissionais da área do design acreditam estar mais aptos a ditar a maneira como essas comunidades devem prosseguir, ao invés de promover o diálogo e a cooperação.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O design implica mais que o mero exercício de habilidades técnicas. O ideal de acesso para nossa possibilidade de alterarmos a mudança não é um artefato técnico, mas sim nossas atitudes, palavras e atos, nossa capacidade de afirmar valores e compromissos (MANZINI, 2008). Nesse aspecto, NUSSBAUMER e ROSS (2011, p. 50) afirmam que:

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

Assim, o designer como agente de mediação social, através dos meios adequados, pode se tornar capaz de dar novos rumos às comunidades que se dispõe a acompanhar. Isso ocorre porque o designer não só atua no nível do projeto, mas no processo de constituição e evolução de um determinado contexto por meio de ações relativas à dimensão relacional. Ou seja, uma primeira e fundamental característica deste tipo de abordagem é a visão da ação do designer focada no processo (DEL GAUDIO, 2017).

Como resultado das pesquisas bibliográficas realizadas, obteve-se uma análise aprofundada de discussões acerca do designer como figura participativa e não mais apenas orientadora. Nesse contexto, GEILFUS (2002) diagnosticou que:

O sucesso dependerá, entre outras coisas: do grau de organização das próprias pessoas, da flexibilidade da instituição e da disponibilidade de todos os atores, a começar pelos técnicos, que devem modificar certas atitudes e métodos de trabalho. (GEILFUS, 2002, p. 11)

Para PAPANEK (1971), seria possível projetar para as necessidades das pessoas, em vez de incluir as suas necessidades. Desse modo, já é possível afirmar que não se tem um desenvolvimento adequado quando ele parte apenas de escassas consultas, diagnóstico e apresentação do projeto, partindo do pressuposto em que apenas o designer é o único e real detentor do conhecimento. Nesse sentido, é correto afirmar que um segmento ideal parte da ideia de um esquema horizontal, ou seja, uma estrutura em que comunidade e designer participem de uma construção conjunta. Nesse contexto, ganha força a noção de inovação social, que:

[...] refere-se às mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. Tais inovações são guiadas mais por mudanças de comportamento do que por mudanças tecnológicas ou de mercado, geralmente emergindo através de processos organizacionais ‘de baixo para cima’ em vez daqueles ‘de cima para baixo’. (MANZINI, 2008, p. 61)

A inovação social é o resultado do conhecimento aplicado a necessidades sociais através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando novas e duradouras soluções para grupos sociais, comunidades ou para

a sociedade em geral (BIGNETTI, 2011). À vista disso, toma-se o caminho onde o designer se torna um colaborador para inovação social, utilizando essas competências já adquiridas para ajudar profissionalmente as comunidades na tomada de decisões estratégicas, a fim de projetar em conjunto seu futuro, assumindo um importante papel na contemporaneidade (MERONI, 2008).

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

A partir da aplicação destes métodos, FREIRE e OLIVEIRA (2017) apresentam um estudo de caso no qual foi possível diagnosticar alguns novos aspectos em comum entre comunidades após a realização, estes foram: mobilização de capacidades e habilidades de membros; benefícios que atendem aos princípios de inovação social; sociabilidade; rede de atores que compõem uma cadeia produtiva; geração de organizações não hierárquicas; não utilização de recursos complexos, mas sim de fácil acesso; desenvolvimento de atividades que fornecem benefícios econômicos aos seus membros. O último aspecto percebido, desenvolver atividades que fortaleçam o capital humano, social e econômico, evidencia que o projeto de soluções habilitantes envolve tornar as comunidades auto suficientes, de modo que consigam se desenvolver sozinhas a partir das próprias capacidades e habilidades (FREIRE E OLIVEIRA, 2017).

4. CONCLUSÕES

É plausível afirmar que a participação do designer enquanto agente colaborativo deve ter a finalidade de participar efetivamente e não de comandar comunidades, sendo essa a maneira mais relevante de empreender mudanças efetivas. Sustenta-se, então, a figura do designer como operador para gerar relações que levem os diferentes atores a participar. Ele pode fazer isso porque possui e usa – ao longo do processo – uma habilidade relacional para o desenvolvimento e a transformação de relações pessoais e profissionais entre os diferentes atores envolvidos (DINDLER; IVERSEN, 2014).

No entanto, não se pode propor novos métodos em uma comunidade sem estar verdadeiramente envolvido com ela. Logo, é preciso conhecer a sua rotina, os processos que envolvem o seu trabalho e os valores do seu território. É necessário reconhecer a relevância que esses métodos têm em suas vidas, para assim, estabelecer estratégias que envolvam novos processos sem perder valores anteriores. Em vista disso, GAUCIO (2017) conclui que o designer precisa atuar no desenvolvimento de cenários intermediários e focar nas características relacionais e de interação deles por meio de práticas criativas e projetuais, conforme sua formação e profissão. Ou seja, atuar por meio de várias e diferentes instâncias específicas, definidas como iniciativas ou projetos.

Por fim, reafirmamos a importância desta revisão no intuito de facilitar a relação entre designer e comunidade criativa em ações de extensão, de forma que auxilie na criação de cenários promotores de qualidade das relações

interpessoais, uma vez que o sucesso dessas relações é apoiado na maneira como elas são nutridas ao longo do processo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARRUDA, A. J. V.; ROBERTO, A. ; GAIAO, I. ; SILVA, Paulo Roberto . **Design e os processos de Inovação Social como agentes transformadores em comunidades criativas.** Design e Inovação Social. 1^aed. São Paulo: Blucher, 2017, v. 1, p. 257-275.
- BIGNETTI, L. P.. **As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa.** Ciências Sociais Unisinos, v. 47, p. 3-14, 2011.
- CHAVES, L. I.; FONSECA, K. . **Design para Inovação Social: uma experiência para inclusão do tema como atividade disciplinar.** DAPESQUISA, v. 11, 2016, p. 112-129.
- CIPOLLA, C.. **Ecovisões sobre Design para a Inovação Social.** In: Alfredo Jefferson de Oliveira; Carlo Franzato; Chiara Del Gaudio. (Org.). Ecovisões Projetuais. Pesquisas em Design e Sustentabilidade no Brasil. 1ed.São Paulo: Blucher, 2017, v. 1, p. 83-86.
- DEL GAUDIO, C.. **Os desafios para o design no âmbito social e as perspectivas futuras: o conceito de infraestruturação e a redefinição do papel do designer.** In: Alfredo Jefferson de Oliveira, Carlo Franzato, Chiara Del Gaudio. (Org.). Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil. 1ed.São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 2017, v. 1, p. 65-80.
- DINDLER, C.; IVERSEN, O. S., **Relational expertise in participatory design.** In: PARTICIPATORY DESIGN CONFERENCE, 14, 2014, Windhoek, Namibia. Proceedings... Windhoek: ACM Press, 2014, p. 41-50.
- FREIRE, K.; OLIVEIRA, C. M. M. **Soluções habilitantes para formação de comunidades criativas: um caminho possível do design para inovação social.** In: Amilton J. V. Arruda. (Org.). Design e Inovação Social. 1ed.São Paulo: Blucher, 2017, v. 1, p. 109-131.
- GEILFUS, F. **80 Herramientas para el desarrollo participativo: diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación.** San Jose: IICA Sede Central, 2002.
- MANZINI, E. **Design para a Inovação Social e Sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais.** Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- NUSSBAUMER, B.; ROSS, C. C. **Trayectoria conceptual de la mediación social: expedicionarios, patrones, políticos y profesionales técnicos en la interconexión y producción de mundos de significados.** In: Nussbaumer. B.; Ross, C. C.(ed.). Mediadores sociales: en la producción de prácticas y sentidos de la política pública. Buenos Aires: Fundación CICCUS, 2011.
- PAPANEK, V. **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change.** New York: Pantheon Books, 1971.
- RECH, C. M. **Mediação social: uma revisão sobre o conceito.** Revista Eletrônica Interações Sociais, v. 1, 2017, p. 87-105.
- MERONI, A. . **Creative Communities. People Inventing Sustainable Ways of Living.** Milan: Edizioni Polidesign, 2007.