

A atuação do Design nas organizações do terceiro setor

Resumo

Com objetivo de levantar o potencial da intervenção do Design nos desafios sofridos pelas Organizações do Terceiro Setor, o presente artigo reúne reflexões e bibliografias que comprovam a compreensão do designer como facilitador de processos, gerador de iniciativas criativas frente a desafios enfrentados pelas Organizações do Terceiro Setor. Para fazê-lo, expõe teorias sobre direitos sociais e contextualiza o leitor sobre as atuações das Organizações Sociais. Em suma, visa explicitar o designer como transformador social, uma vez que o mesmo já compreende a existência de realidades com especificidades socioculturais e, assim, passa a abranger novas formas de atuação junto à sociedade, obrigando-se a refletir sobre seus próprios métodos projetuais. A pesquisa possui caráter exploratório-descritivo: usa de levantamento bibliográfico e realiza estudo de caso.

Palavras-chave: Terceiro Setor; Design; Sociedade; Intervenção.

Abstract

This article brings together reflections and bibliographies that demonstrate the understanding of the designer as a process facilitator, generating creative initiatives in the face of the challenges faced by Third Sector Organizations. In order to raise the potential of Design intervention in the challenges faced by Third Sector Organizations. To do so, it exposes theories on social rights and contextualizes the reader about the actions of the Social Organizations. In sum, it aims to make the designer explicit as a social transformer, since he already understands the existence of realities with sociocultural specificities and, therefore, starts to embrace new forms of action with society, forcing himself to reflect on his own design methods. The research has an exploratory-descriptive character: it uses a bibliographic survey and conducts a case study.

Keywords: Third Sector; Design; Society; Intervention.

1. Introdução

O Design social é definido como abordagem do Design para o desenvolvimento de práticas participativas como uma solução criativa para problemas complexos, focada no empoderamento das comunidades em que intervém. A exploração dos pressupostos criativos sugeridos pelas abordagens dinâmicas e colaborativas desta tão vasta disciplina podem identificar e compreender problemáticas vivenciadas dentro de estruturas organizacionais que estão carentes por novas estratégias.

A reunião dos referenciais teóricos deixa nítido como a inovação social contribui para a solução de problemas complexos de forma otimista. As abordagens criativas são capazes de visualizar o todo e decifrar problemas considerados já parte do paradigma humano, pois são fomentadoras de novas opiniões e incentivam novos processos mais sustentáveis, justos e colaborativos, desafios que passam as Organizações do Terceiro Setor, por exemplo.

“Dessa maneira, ilustramos que a atividade do design, no contemporâneo, não se restringe apenas à produção de cunho persuasivo e comercial, mas pode exercitar também sua vocação para promover uma vida melhor para todos. Ações com foco na geração de trabalho e renda e na promoção da inclusão social caracterizam uma forma de prática sociocultural e politicamente engajada do design”. (BONSIEPE, 1999 *apud* Ferreira e Araújo, 2014 p.7).

O estudo de caso também é ponto de reforço da importância da interdisciplinaridade de projetos sociais: que eles sejam capazes de ir além de leis, ir além de paradigma e focar nas diferenças. Sugeri o “design cidadão” para que o processo de criar fosse leve, divertido e prazeroso, continuando eficaz aos seus propósitos e tirando de cena preconceitos ou rotulagem de cargos ou áreas.

O presente artigo expõe o quanto restrições não são necessárias e desfoçam de resultados: a resolução do problema que o setor defende deve que ser aberto a testes, erros e recomeços, assim como o design *thinking* propõe. A formulação do 3º setor foi uma revolução para uma descontinuidade sistêmica (mudança de paradigma). A inserção de abordagens do Design para a resolução de problemas complexos identificados nestas iniciativas também será uma revolução. E descontinuidades sistêmicas são requisitos fundamentais para sustentabilidade, de acordo com Manzini (2008).

Por isso, o trabalho defende e comprova que o design é capaz de estimular uma cultura de inovação fundamentada no design como processo de condução de novas performances para organizações do terceiro setor.

2. Contexto e a realidade investigada

“Um dos grandes desafios para inúmeras organizações, sejam elas públicas ou privadas, está em como se organizar em torno das suas diversas fontes de conhecimentos - sejam eles implícitos ou explícitos, originados de colaboradores externos ou internos - para se criar as inovações tão necessárias ao bem-estar de seus usuários.” (Vaz, 2016 – p.17).

Como resposta a estes desafios, muitas organizações estão usando de artifícios de inspiração no que tange à compreensão de alternativas que gerem inovação, empatia e foco no usuário para contribuição de geração de valor e resultados nos projetos inseridos neste setor que não visa competição nem lucro. O design é capaz de emergir nestas soluções mediando caminhos que contribuam para criar melhores performances institucionais, sobretudo relacionadas às práticas educativas com pessoas inseridas em projetos de geração de trabalho e renda, possibilitando ampliação de conhecimentos e capacidades técnicas a àqueles que detêm menos oportunidades de acesso. (CANÔNICA et al. 2015).

“No Brasil, segundo dados do Mapa das OSCs (2014), existem aproximadamente 391 mil organizações desta natureza no país, responsáveis pela geração de mais de 2,2 milhões de empregos formais. Entre os anos de 2009 e 2014, foram criadas mais de 25 mil OSCs, o que indica o crescimento da participação do setor no país. A importância das Organizações da Sociedade Civil no país é evidenciada não apenas pelos aspectos econômicos, mas, sobretudo pelo seu papel na construção de uma sociedade democrática mais sólida, participativa e igualitária. Atualmente, as OSCs são peças fundamentais na manutenção e ampliação do bem-estar comum, através do enfrentamento dos problemas sociais na proposição de ações de resolução.” (OLIVEIRA, 2017 p.14).

Desde muito, o uso do design tende a constituir-se como uma importante ferramenta para a diferenciação e aprimoramento de performances, permitindo ser aplicado a diversos contextos. Por meio dele, é possível que novas estratégias possam ser integradas à proposta de valor de diferentes organizações.

O impacto social do Design: uma visão sistêmica

A proposta deste trabalho insere questionamentos como: Que papel o designer pode desempenhar num processo colaborativo de intervenção social? Como a percepção pública da atividade de design pode mudar no sentido de apresentar uma imagem de um designer socialmente responsável? Como agências de fomento a projetos de bem-estar social e pesquisa podem obter uma percepção mais forte do design como uma atividade socialmente responsável? Que tipos de produtos atendem às necessidades das populações vulneráveis? Para entender o macrocontexto em que a inovação social está inserida e como acontecem as mudanças sistêmicas é preciso resgatar a perspectiva sociológica.

“Na atualidade, com uma sociedade imersa em problemas de ordem global e complexa, entre eles, da resistência da pobreza e dos agravamentos da exaustão e degradação do meio-ambiente, assim como de questões de produção, consumo, descarte, educação, acesso a bens de consumo, acesso à informação, economia, comunicação, materialidade, bem-estar, cultura, identidade, democracia, cidadania, etc., parece-nos mais do que justificável uma maior preocupação com uma visão ampla e sistêmica sobre as práticas do design. De uma forma direta ou indireta, o Design, como processo ou resultado de uma configuração, tem algum grau de relação com esses problemas respectivamente complexos em si e, que ainda, podem ser compreendidos nas relações entre eles, em que o todo se torna maior que a mera soma de partes.”
(Wanderley et al, 200? p.11)

Santos (2012) *apud* Michelin et al (200?) revisam esta questão sociológica com base na crítica às forças hegemônicas propostas pela elite na atualidade. Os autores defendem que as práticas sociais que se difundem nessa ideologia caracterizam-se por valorizar atitudes competitivas ou até mesmo predatórias e agravam os problemas de ordem global. Discorrem, no entanto, que a abordagem do design pode ser considerada como pontapé para inovação em processos que visam contribuir para a descontinuidade deste processo, que é proposto pela globalização. Portanto, a atividade de intervenção do Design como técnica de reversão a essa realidade faz-se conveniente e necessária, pois suas ferramentas facilitam a busca por novas práticas em organizações que prezam pelo bem social, como as do Terceiro Setor.

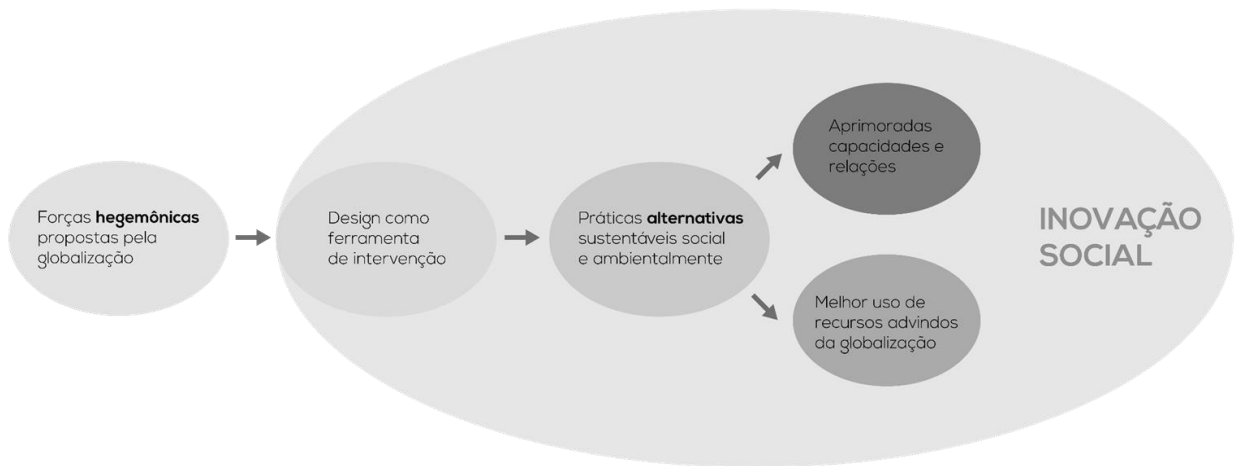


Figura 1 - Processo sistêmico da Inovação Social através do uso do Design como ferramenta de intervenção – Elaborado pela autora através do entendimento da explicação de Michelin et al 200?

Esta perspectiva que expressa preocupação para com a sociedade atual revela o quanto o designer deve se atentar aos problemas sociais. Entre os pensamentos críticos sobre design, produção e consumo que adquiriram relevo em décadas passadas e ainda se fazem presentes, podemos destacar o discurso por um design ambiental e socialmente comprometido defendido por Victor Papanek, nos anos 70. (Ferreira e Araújo, 2014)

O designer, visto como facilitador destes processos une de todas as suas ferramentas e qualidades para intervenção acontecer de forma eficaz (Manzini, 2008). O escopo de pesquisa da atuação do design social inclui (i) o reconhecimento da população frente as atividades dos designers; (ii) a busca por melhorias e intervenções na vida de populações carentes através de ferramentas criativas; (iii) a ressignificação do recebimento dos projetos criados para fins sociais, pelos seus próprios receptores e, além de tudo, a aceitação do estilo “acertar-ou-errar” que as intervenções passam para conseguirem expressar sua eficácia no ramo de assistência social. (Margolin e Margolin, 2004).

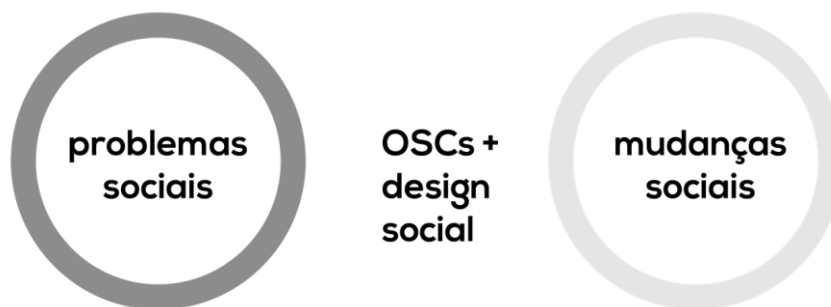


Figura 2 - Relação do Design com problemas e mudanças sociais. Fonte: Elaborado pela própria autora

5. Contribuição Tecnológica/Social

A atuação do Design como transformador social: abordagens e ferramentas

Enquanto a demanda de uma população urbana com o poder aquisitivo crescente incentivou a tecnologia, que por sua vez fomentou a produção em massa, abaixando os custos e aumentando a oferta, o designer assumiu o importante papel social de interpretar os bens materiais e imateriais de determinados contextos, tornando-se um interpretador de códigos socioculturais. Surgem, então, abordagens que sugerem a participação direta e indireta de pessoas comuns nas equipes projetuais de designers, como o chamado design emocional, design participativo, *design thinking* e design interpretativo, dentro de uma perspectiva metodológica que propõe a observação, a escuta e o diálogo com públicos em determinadas realidades socioculturais. (Araújo adaptado de Arruda, 2017).

Muitos autores já estudam sobre o potencial de intervenção do Design em Organizações do Terceiro Setor e afirmam seus apontamentos na prática. Em geral, o Design que visa este fim de melhora social se denomina “design social” e aborda algumas categorias de estudo:

CATEGORIAS DE SOCIALDESIGN	AUTORES
Projeto para setores marginais da sociedade	Whiteley, 1993
Incorporar considerações de cultura e significado cultural em produtos	Walker, 2006
Processos de design que empregam psicologia e estratégias motivacionais para aliviar o impacto humano (Design for behaviour change)	Manzini, 2007
Sustentabilidade social com projetos de inovação social e empreendedorismo que se baseiam em empregar a concepção para criar mudanças sociais positivas	Manzini, 2010; Murray et al 2010

Tabela 1- Categorias de Design Social -
adaptado de McMahon (2012) *apud* Chaves (2018)

A partir destes temas de relacionamento entre as variáveis propostas no tema deste trabalho, foram recolhidos levantamentos bibliográficos com bases semelhantes, mas ainda de forma mais ampla e menos filtrada sobre o potencial das variadas abordagens e métodos que o design propõe, mostrada de forma didática na figura 4:

Se explorados
com finalidade
social, serão,
juntos,
resumidos
como

Design Social.

Abordagem	descrição
Design Estratégico	Meroni (2008) amplia o trabalho semântico do design estratégico quando colocado em relação à inovação social, aos processos de codesign e à perspectiva da evolução . A inovação social é geradora de processos colaborativos e requer uma articulação ecossistêmica . O design estratégico, por sua vez, pode promover uma processualidade capaz de dar conta dessa mobilização dos elementos do sistema . (Litvin, Franzato, 2007, p. 187)
Design Participativo	Visa uma gestão mais democrática e participativa em Organizações. Muito usada em metodologia de design de produtos, processo e interfaces (MORAES; SANTA ROSA, 2012, p. 17). Para Lee (2006), design participativo pode ser considerado o conceito "guarda-chuva" de todas as práticas de design que levam em conta a participação de diferentes pessoas no processo , entre as quais o design inclusivo ou o design centrado no humano. (Litvin, Franzato, 2007, p. 191)
Design Centrado no Ser Humano	Esta abordagem requer a adoção de uma série de cuidados que vão desde a interação com o produto/serviço às características e experiências do usuário por meio dessa interação (ELMANSY, 2014 opud Merino, 2016). O desafio está não somente em levantar informações, analisá-las e chegar a solução para problemas existentes, mas sim em testar, avaliar e validar produtos ou serviços planejados para um mundo real , para usuários reais. (Merino, 2016, p.7)
Design Thinking	É uma abordagem que está pautada na participação colaborativa , humana e integrativa dos indivíduos. É um processo de inovação pautado nos pilares de observação, colaboração, aprendizado, visualização, análise e prototipação para construção de soluções e estratégias inovadoras. Nesse sentido, Ilpınar (2008, opud DEMARCHI, 2011, p. 130) destaca que o Design Thinking é um processo de construção de ideias , que estimula a criatividade, sem julgamento prévio e com máxima colaboração dos indivíduos envolvidos no processo. (Oliveira, 2017, p.32-33)

Figura 3 - Abordagens do Design reunidas para definição de Design Social - Elaborada pela autora
Tabela 2 - Elaborada pela própria autora

“Várias abordagens do design são inerentemente sociais, como é o caso do design centrado no usuário, assim como o design universal e a tecnologia assistiva, todos relacionados com o desenvolvimento de produtos baseados em uma melhora social. A dimensão social da sustentabilidade no design de produto pode, portanto, centrar na melhoria social de um usuário específico ou pode inserir cuidados sociais em todo ciclo de vida do produto buscando o empoderamento dos grupos considerados vulneráveis: mulheres e meninas, pessoas em localidades vulneráveis, pessoas incapazes, idosos, indivíduos LGBTI, minorias étnicas, indígenas e imigrantes (PNUD, 2016) ou mesmo projetar em prol da sociedade promovendo dois conceitos principais da Dimensão Social da sustentabilidade: equidade e a coesão social.” (Chaves, 2018 p. 117).

As vertentes apresentadas foram selecionadas por serem possíveis indutoras do comportamento inovador e abordarem técnicas e ferramentas com potencial de organização e gestão social. São abordagens que podem potencializar a colaboração de todos os envolvidos (stakeholders), incorporando ao processo de elaboração das políticas públicas e prestação dos serviços públicos todas as equipes envolvidas na sua execução, além de levar em conta o foco no cidadão, usuário final dos serviços. (Vaz, 2016).

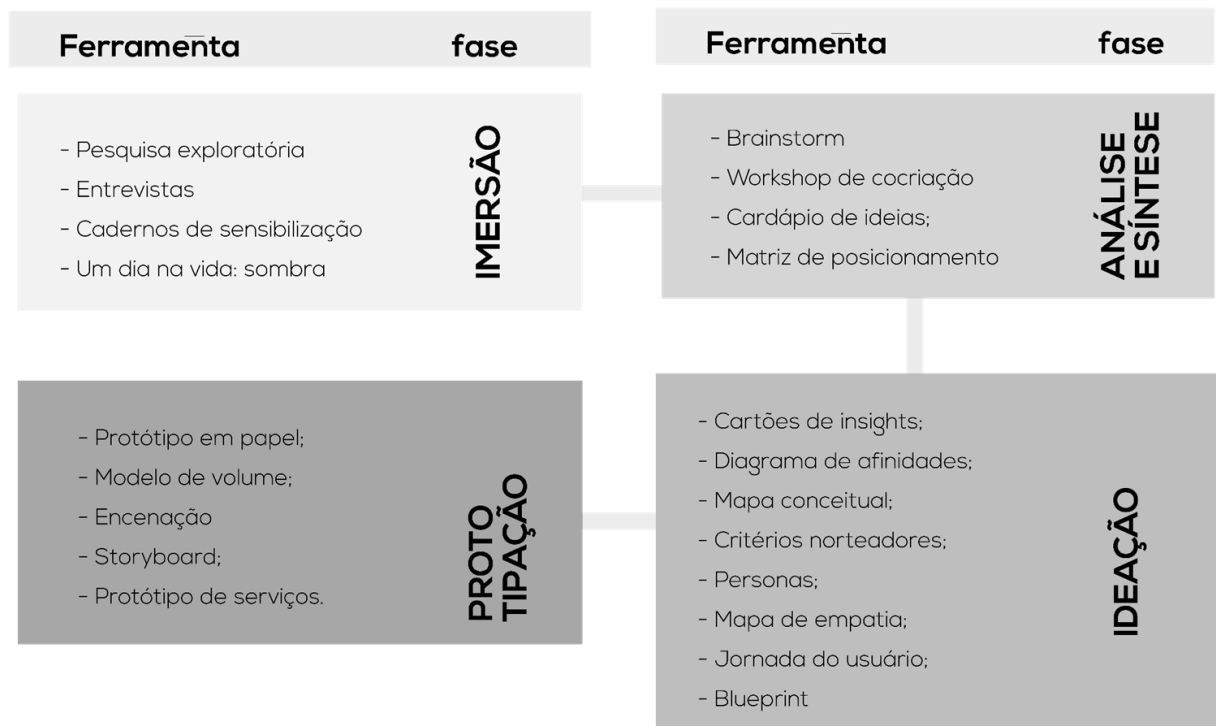


Figura 4 - Ferramentas e fases empáticas para a construção de novas soluções em Organizações
 - Elaborado pela autora com base em Vianna *et al.* 2012 apud Oliveira, 2017

Os processos propostos visam desafiar a formulação tradicional de políticas públicas e tomadas de decisões, e tomam partido de suas ferramentas empáticas e sistêmicas para construção de soluções inovadoras, criadas de forma participativa e integrativa.

Estudo de caso

No sentido de incentivar um design cidadão e fora do eixo mercadológico, a disciplina de Metodologia do Projeto em Design do Curso de Design da Universidade Federal de Sergipe (UFS), desenvolveu o projeto GACC Sergipe. O referente projeto foi iniciado a partir de cinco premissas e não da identificação de problemas. Alunos do curso de Design da Universidade Federal de Sergipe refletiram, inicialmente, acerca da relação do Grupo de Apoio a Crianças com Câncer de Sergipe (GACC) com a sociedade e, a partir do diálogo com a instituição, configuraram as proposições.

“O referente projeto foi iniciado a partir de cinco premissas anunciadas em sala aula que incitaram os alunos a refletir acerca da relação do GACC com a sociedade: 1) a marca é uma troca simbólica; 2) o aprendizado pode proporcionar a cura; 3) ser voluntário para ter ganhos mútuos; 4) a autoestima floresce o amor; 5) a sustentabilidade econômica pode garantir uma vida. a. Em atividades de grupo, os alunos se depararam com as questões anunciadas e desenvolveram possibilidades projetuais.” (Araújo, 2017 p.59).

O objetivo do projeto foi de envolver os alunos de Design da UFS com as causas do GACC Sergipe, tornando oportuno uma consciência perceptiva mais humanista sobre projetar com alternativas criativas, considerando a possibilidade de atuação em design fora da mecânica do capitalismo, da sociedade de consumo agressivo e da produção em massa de objetos.

As metodologias usadas: abordagem projetual colaborativa de natureza interpretativa, desapreciando a ideia de “ter um problema” a ser resolvido, como propõe Bruno Munari (1907-1998).



Figura 5 - Esquema gráfico que apresenta a relação entre os projetos desenvolvidos a partir das premissas e não de problemas. Fonte: Adaptado do acervo do projeto do GACC Sergipe (Araújo, 2017 p.61).

A exploração de cada premissa desenvolvida no GACC permitiu a integração e o gerenciamento de 5 projetos, cada um com seus objetivos e resultados individuais, mas na verdade, todos apoiados na mesma função de usar o Design como impulsionador de iniciativas altruístas e sociais como a do GACC.



Figura 6 - Painel panorâmico do projeto contendo imagens dos seis projetos desenvolvidos concomitantemente junto ao GACC Sergipe. Fonte: Acervo do projeto do GACC Sergipe (Araújo, 2017 p.67).

“Para a instituição/organização GACC Sergipe, esperou-se, por exemplo, que questões problemáticas da realidade cotidiana, como alimentação e superação dos assistidos e familiares, pudessem ser mais bem tratadas a partir das publicações (livro de receitas e HQ). Esperou-se, também, que a relação do GACC Sergipe com a sociedade civil pudesse crescer e, por intermédio do aumento da notoriedade da marca GACC gerenciada, pessoas manteriam ou iniciariam o engajamento com as causas da instituição (estímulo à ação voluntária).” (Araújo, 2017 p.68).

Referências

Araújo, G. G. (2017). Design fora do centro: reflexões metodológicas em design a partir de um projeto social em Série [designCONTEXTO] Ensaios sobre Design, Cultura e Tecnologia Design & Inovação Social, Editora Edgard Blücher Ltda.

Canônica, R. et al (2015). O protagonismo do design e suas contribuições no terceiro setor.

Chaves, L. I. (2018). Do design de produto às inovações sociais como resposta às causas diretas e indiretas dos impactos ambientais e sociais. Fundamentos, aspectos metodológicos e novos cenários para a sustentabilidade. Série [designCONTEXTO] Ensaios sobre Design, Cultura e Tecnologia Design, Artefatos e Sistema Sustentável, Editora Edgard Blücher Ltda.

Ferreira, E. S. S.; Araújo, K. M. (2014). Uma abordagem do Design no real e complexo mundo do consumo. 11º P&D Design. Gramado - RS.

Freire, K.; Damazio, V. (2016). Inovação Social e Design de Serviços: uma contribuição para a inovação dos serviços públicos. Revista Online Estudos em Design, v.24; Rio de Janeiro.

Gil, A. C. (2002). Métodos e Técnicas de Pesquisa. Editora Atlas. São Paulo.

Manzini, E. (2008). Design para inovação social e sustentabilidade - Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Editora E-papers, Rio de Janeiro.

Margolin, V.; Margolin, S. (2004). Um "modelo social" de design: questões de prática e pesquisa. Revista Design em Foco, julho-dezembro, número 001. Universidade do Estado da Bahia, Salvador.

Merino, G. S. A. D. (2016). GODP - Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos: Uma metodologia de Design Centrado no Usuário. Florianópolis: Ngd/ Ufsc.

Oliveira, G. (2017). *Design Thinking* nas Organizações da Sociedade Civil: Uma proposta de aplicação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal.

Oliveira, S. (2005). *Ação Social e Terceiro Setor no Brasil*, PUC, São Paulo.

Tonial, G. et al (2017). *Inovação social a partir da Ferramenta Design Thinking: Um estudo de caso do projeto Broto do Galho*. VII Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação. Foz do Iguaçu.

Vaz, J. B. S. (2016). *Utilização de Design Thinkin e gestão de ideias para inovação: estudo de caso em uma organização pública*. Lavras –MG.

Wanderley, M. A. et al (2000). *Bases Comuns do Design: uma discussão sobre o impacto e papel social do design*.