



Faculdade de Design,
Tecnologia e Comunicação
Universidade Europeia

**Ana Raquel
Ferreira Evaristo**

**Design Social Na Práxis Do Designer -
LINHAS ORIENTADORAS DE BOAS PRÁTICAS**



Faculdade de Design,
Tecnologia e Comunicação
Universidade Europeia

2021

Ana Raquel
Ferreira Evaristo

**DESIGN SOCIAL NA PRÁXIS DO DESIGNER –
LINHAS ORIENTADORAS DE BOAS PRÁTICAS**

2021

Ana Raquel
Ferreira Evaristo

**DESIGN SOCIAL NA PRÁXIS DO DESIGNER –
LINHAS ORIENTADORAS DE BOAS PRÁTICAS**

Dissertação apresentada ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão de Design realizada sob a orientação científica da Doutora Maria José Cadarso, Professora Auxiliar do IADE – Faculdade de Design Tecnologia e Comunicação.

Dedicatória

Dedico a presente dissertação a todos os designers, docentes e discentes universitários que, todos os dias, instigam a uma prática do design mais ética, consciente e socialmente cuidadosa.

Ficha Técnica

Fonte: Garamond

Tamanho

Texto Corrido: 12pt

Capítulos: 12pt Bold

Temas: 12pt Bold

Subtemas: 12pt itálico

Legendas: 10pt

Notas de rodapé: 9pt

Entrelinhamento: 1,5pt

Cor

Texto Corrido: 100% de preto

Capítulos: 100% de preto

Subcapítulos: 100% de preto

Legendas: 100% de preto

Tradução de citações: 100% preto

Avanço de parágrafo: 1 cm

Agradecimentos

A gratidão é palavra de ordem numa dissertação. Grata pela oportunidade e pela conquista, grata também pelo apoio e orientação excecional da Professora Maria Cadarso, orientadora da presente dissertação.

Sou grata a toda a minha família que tanto apoiou e incentivou ao longo do processo. Grata pela confiança inalcançável que o Miguel Morgado demonstrou em mim. Grata pelas amizades que todos os dias me abstraíram de quaisquer inseguranças, pelo apoio inexplicável da Sofia Monteiro e da Laura Marques. Grata aos meus, que não estão presentes para testemunhar, mas que tanta vontade me dão para que seja a melhor versão de mim.

Sou agradecida a todos os que direta ou indiretamente fizeram parte desta jornada.

Palavras-chave

Design Social; Ensino; Futuro da Prática; Metodologias; Diretrizes.

Resumo

O Design Social tem vindo a mostrar-se cada vez mais presente na prática do design, ainda assim, é clara a importância e carência por uma abordagem mais atenta aos problemas sociais contemporâneos, seguramente mais complexos. Esta vertente mais ética proporciona ao design convencional uma consciência e noção do impacto que cada projeto poderá ter no mundo. Integra metodologias inclusivas, como o codesign e o *design thinking* e adota abordagens das ciências sociais, como a antropologia e etnografia. O seu foco assenta sobre o beneficiário final e o seu contexto sociocultural, a fim de criar a solução mais indicada ao mesmo.

A presente investigação visa responder à necessidade identificada ao longo do processo dissertativo – o aprofundamento, por parte do design, em metodologias e abordagens focadas no ser humano e na resolução de problemas reais. Assim, tem como finalidade a preparação dos designers para problemáticas mais complexas. Sendo que a dissertação tem como base um tipo de investigação e análise qualitativa, foi desenvolvido um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas. Este conjunto foi criado a partir da metodologia, *Content Analysis*, de Robson (2002), no livro “*Real World Research*”. Esta análise consistiu na sintetização e divisão do discurso presente no enquadramento teórico.

Com a criação deste conjunto de linhas orientadoras de boas práticas pretende-se guiar designers, docentes e discentes por um caminho e processo mais ético e consciente. Espera-se que este seja o ponto de partida para futuras investigações que aprofundem e correlacionem as metodologias presentes nesta prática, com o propósito de ajudar cada vez mais os designers a desenvolver projetos conscientes, empáticos e adequados às realidades socioculturais.

Keywords

Social Design; Education; Practice's Future; Methodologies; Guidelines.

Abstract

Social Design has been increasingly present in design practice, even though it is evident the importance and need for a more careful approach to contemporary social problems that are certainly more complex. This ethical aspect provides conventional design with an awareness and notion of the impact that each project may have on the world. It integrates inclusive methodologies, such as codesign and design thinking, and adopts social science approaches, such as anthropology and ethnography. It focuses on the final user and its socio-cultural context, in order to create the most suitable solution for it.

This research aims to respond to the need identified throughout the dissertation process - the development, by the designs practice, of methodologies and approaches focused on the human being and on the resolution of real problems. Thus, it aims to prepare designers for more complex problems. Since the dissertation is based on a qualitative type of research and analysis, a set of good practice guidelines was developed. This set was created based on the methodology of Robson (2002), in the book "Real World Research", Content Analysis. This analysis consisted of synthesizing and dividing the content present in the theoretical framework.

With the creation of this set of good practice guidelines, it is intended to guide designers, teachers and students towards a more ethical and conscious path and process. It is hoped that this will be the starting point for future researches that will expand and correlate the methodologies present in this practice, with the purpose of helping designers to develop projects that are conscious, empathic and adequate to socio-cultural realities.

Índice

Resumo.....	i
Abstract.....	ii
Índice.....	iv
Índice de Figuras.....	vi
Índice de Tabelas.....	vi
GLOSSÁRIO.....	vii
LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS.....	ix
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Nota introdutória.....	1
1.2 Tema.....	1
1.3 Problemática.....	2
1.4 Objetivos.....	2
1.5 Questões de investigação.....	2
1.6 Desenho da Investigação.....	3
1.7 O documento em síntese.....	5
CAPÍTULO II - ENTREVISTAS EXPLORATÓRIAS.....	6
2.1 Introdução.....	6
2.2 Objetivos.....	7
2.3 Entrevistas.....	8
2.3.1 Questões.....	10
2.3.2 Apresentação das entrevistas realizadas.....	12
2.3.2.1 Professora Doutora Rute Gomes.....	12
2.3.2.2 Professora Doutora Cristina Pinheiro.....	15
2.3.2.3 Professora Doutora Isabel Farinha.....	18
2.3.2.4 Professora Doutora Inês Veiga.....	21
2.3.2.5 Cientista Social António Alexandre Evaristo.....	23
2.3.2.6 Empreendedor Ernesto Sirolli.....	25
2.4 Síntese das Entrevistas.....	27
CAPÍTULO III - ENQUADRAMENTO TEÓRICO – PRÁTICO.....	28
3.1 Introdução.....	28
3.2 Design.....	30
3.3 Design Social.....	34
3.4 Ensino do Design.....	38
3.5 Ensino do Design Social.....	42
3.5.1 Abordagens principais da prática.....	46
3.5.1.1 Design Thinking e Human Centered Design.....	46
3.5.1.2 Design Participativo e CoDesign.....	52
3.5.1.3 Antropologia e Etnografia.....	56
3.6 Projetos Sociais.....	60
3.6.1 NATO.....	60
3.7 Prático - Casos de estudo.....	66

3.7.1	Warka Water	67
3.7.2	Ensino do Design Social – Caso de estudo de Taiwan	71
3.8	Síntese do Enquadramento Teórico-Prático.....	76
CAPÍTULO IV – METODOLOGIA.....		77
4.1	Introdução	77
4.2	O porquê de linhas orientadoras de boas práticas	78
4.3	Metodologia de Content Analysis	79
4.4	Linhas Orientadoras de Boas Práticas.....	80
4.5	Síntese da Metodologia.....	97
CAPÍTULO V – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS		98
5.1	Introdução	98
5.2	Reflexão crítica.....	99
5.3	Limitações.....	100
CAPÍTULO VI – CONCLUSÃO FINAL.....		103
6.1	Contributos.....	103
6.2	Conclusão final	104
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		105
BIBLIOGRAFIA		110
. ANEXOS		111
Anexo A – Formulários de Consentimento		112
1)	Professora Doutora Cristina Pinheiro.....	112
2)	Professora Doutora Isabel Farinha.....	113
3)	Professora Doutora Rute Gomes.....	114
4)	Professora Doutora Inês Veiga.....	115
5)	Professor António Evaristo.....	116
Anexo B – Guiões das Entrevistas Exploratórias.....		117
1)	Guião - Docentes	117
2)	Guião – Peritos Sociais.....	117
3)	Guião – Ernesto Sirolli.....	118
Anexo C – Transcrição das Entrevistas Exploratórias		119
1)	Entrevista 1 - Professora Doutora Rute Gomes	119
2)	Entrevista 2 - Professora Doutora Cristina Pinheiro	123
3)	Entrevista 3 - Professora Doutora Isabel Farinha	132
4)	Entrevista 4 - Professora Doutora Inês Veiga.....	138
5)	Entrevista 5 - Professora António Evaristo	143
6)	Entrevista 6 - Doutor Ernesto Sirolli	146
Anexo D – Project Assessment Checklist		148

Índice de Figuras

Figura 1 - Organograma Desenho de Investigação (Autora, 2021).	4
Figura 2 - Esquema Enquadramento teórico (Autora, 2021).	28
Figura 3 - “ <i>New Skills for the contemporary designer</i> ” (Rocha et al., 2018a, p. 2916).	39
Figura 4 - “ <i>The Social Design Framework</i> ” (Anand & Haag, 2014).	43
Figura 5 - Esquema descritivo do “ <i>The Field Guide To Human Centered Design</i> ” (Autora, 2021).	50
Figura 6 - Papel do facilitador /designer (Autora, 2021).	54
Figura 7 - Processo da Torre – Do armazenamento à distribuição (Warka Tower, s.d.).	67
Figura 8 - Materiais Utilizados (Warka Tower, s.d.).	68
Figura 9 - Ferramentas Utilizadas (Warka Tower, s.d.).	69
Figura 10 - Evolução das Torres (Warka Tower, s.d.).	69
Figura 11 - “ <i>Analytical table of course activities.</i> ” (Cheng & Chou, 2019).	74
Figura 12 - Esquema de apresentação e organização das categorias geradas pela metodologia (Autora, 2021).	79
Figura 13 - Esquema final Linhas Orientadoras de Boas Práticas (Autora 2021).	95

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Princípios de Design Thinking	48
Tabela 2 - Etapas e processos etnográficos.....	57
Tabela 3 - Métodos etnográficos de recolha de dados	58
Tabela 4 - <i>Project Assessment Checklist</i>	62
Tabela 5 - Elementos essenciais do ensino do design social.....	75
Tabela 6 - Autores citados na Categoria I (Autora, 2021).	80
Tabela 7 - Autores citados na Categoria II (Autora, 2021).	84
Tabela 8 - Autores citados na Categoria III (Autora, 2021).	88
Tabela 9 - Autores citados na Categoria IV (Autora, 2021).	90
Tabela 10 - Autores citados na Categoria V (Autora, 2021).	92

GLOSSÁRIO

Antropologia aplicada ao Design	A antropologia inquirir sobre as condições da vida humana no mundo (Ingold, 2017). Aplicada ao design oferece uma abordagem respeitadora e consciente do impacto social do projeto (Gregory, 2018, p. 219).
Ciências sociais	Infopédia: “Conjunto de disciplinas que estudam o Homem através das suas relações com a sociedade e com a cultura.”
Codesign	A junção da criatividade dos designers com a das pessoas não formadas nesta mesma prática, trabalhando assim em conjunto para o desenvolvimento do design (Sandres & Stappers, 2008). Este tipo de ligação entre os designers e o beneficiário impulsiona a um design mais ético e social (Ventura & Bichard, 2016).
Consciência	Infopédia: “faculdade de fazer juízos de valor sobre os próprios atos” Aplicado ao design: O designer deve ter consciência do impacto que possam vir a ter as decisões a tomar ao longo do processo de criação (Rocha et al., 2018, p. 2917).
Design	Infopédia: “disciplina que tem por objetivo a criação de objetos ou produtos cuja forma se adegue o mais perfeitamente possível à função para que se destinam, conciliando critérios estéticos, técnicos, etc.” É a criação de coisas que sirvam um objetivo útil (MIT Press, 2015). Do que se entende por design, palavra com origem no latim “ <i>designare</i> ”, é um termo que abrange tanto a ação de designar como a de desenhar (Cardoso, 2000, p.16).
Design Participativo	O design participativo garante-se a opinião e as interpretações dos beneficiários são tidas em conta no decorrer da investigação. A abordagem tem como objetivo perceber empiricamente a ação, mas também prever e moldar-se ao que os utilizadores acham ser mais favorável (Spinuzzi, 2005).
Design Social	Pode perceber-se o design social como sendo o design ou processo de design que se relaciona com a sociedade ou a organização da mesma (Scott, 2012). Um design que trabalha as questões de natureza moral e ética atuais (Veiga & Almendra, 2014).

<i>Design Thinking</i>	O <i>design thinking</i> reúne o que é desejável do ponto de vista humano, com o tecnologicamente exequível e o economicamente viável (IDEO, s.d.). Trata-se de uma forma criativa para a resolução de problemas (IDEO, s.d.), que começa nas e com as pessoas e faz delas a prioridade do processo (Muller-Roterberg, 2020, p. 13).
Empatia	<p>Infopédia: “capacidade de se identificar com outra pessoa e de partilhar os seus sentimentos e motivações”</p> <p>Aplicado ao design: Onde o designer se põe no lugar do utilizador e explora os seus sentimentos, pensamentos, as suas ações e intenções para o projeto (Muller-Roterberg, 2020, 2020).</p>
Etnografia aplicada ao Design	A etnografia tem como propósito relatar o quotidiano e como este é experienciada por uma comunidade, num local específico e num momento específico (Ingold, 2017). Este estudo passa pela recolha de informação nos cenários em que as atividades dos beneficiários ocorrem (Blomberg et al., 2002, p. 966).
Indicadores de Normalidade	<p>Fatores a serem avaliados ao longo dos projetos sociais, para que se perceba o impacto do mesmo (Owen & Flemming, 2002).</p> <p>Ex: Água; Saneamento; Energia; Saúde; Alimentação (Aco Manual, 2012).</p>
Multidisciplinar	<p>Infopédia: “que abrange várias disciplinas”</p> <p>Esta abordagem corresponde à resolução de problemas focada no trabalho de grupo entre diferentes doutrinas (Nishimura et al., 2020).</p>
Social	<p>Infopédia: “diz-se dos problemas relativos à organização e à satisfação das necessidades dos indivíduos em sociedade”</p> <p>Segundo o Dicionário de Oxford, social é algo relacionado com a sociedade ou a sua organização (Scott, 2012). A palavra social, aponta para problemáticas e necessidades inerentes à sociedade, às comunidades, ou seja, ao ser humano (Veiga & Almendra, 2014).</p>
<i>Stakeholders</i>	<p>Infopédia: “interessado, participante”</p> <p>Partes interessadas num projeto.</p>

LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS

IADE	Faculdade de Design Tecnologia e Comunicação
EUA	Estados Unidos da América
FAUTL/ FAUL	Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa
ESAD	Escola Superior de Arte e Design
ONU	Organização das Nações Unidas
CIMIC	Cooperação Civil e Militar
MNCG	<i>Multinational CIMIC Group</i>
NATO	<i>North Atlantic Treaty Organization</i>
ISCSP	Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas
PBL	<i>Project-Based Learning</i>
HCD	<i>Human Centered Design</i>
ACO	<i>Allied Command Operations</i>
AV	<i>Architecture and Vision</i>
ONG	Organização Não Governamental
LOBPDS	Linhas Orientadoras de Boas Práticas de Design Social

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

1.1 Nota introdutória

“The future of every community lies in capturing the passion, imagination, and resources of its people.”¹ (Sirolli, s.d.).

Ao longo da licenciatura em Design, que frequentei no IADE- Creative University (2016-2019), foi-me possível perceber o potencial do design, não só por via do corpo docente, mas também com a ajuda de um experiente cientista social, António Alexandre Evaristo, que me consciencializou para a existência do Design Social, área raramente mencionada ao longo do meu percurso académico, que, quando referida, era também perceptível a falta de informação geral sobre a mesma. Desta forma, foi-me imediata a ideia de que se trataria de um tema de grande importância, mas com poucas referências a nível académico. Um tema que me tem acompanhado até ao dia de hoje, que me dá satisfação investigar e que gostaria de ver mais abordado nas Universidades, no sentido de se formarem melhores e mais preparados designers para projetos que irão enfrentar no futuro.

1.2 Tema

O tema escolhido para abordar na dissertação em questão foi o Design Social, especificamente no ensino universitário e o modo como o mesmo pode influenciar, positivamente, a formação dos designers portugueses pela sua capacidade de inclusão e cocriação. São várias as práticas do design, sendo a social a mais focada no ser humano, no respeito pela cultura, dedicada à criação de soluções e não de necessidades. Trata-se de uma área que assenta num design sustentável, culturalmente cuidadoso e empático, que poderá trazer para a formação base dos designers não só uma consciencialização do impacto que têm, como também a oportunidade de desenvolver projetos com agentes reais e problemáticas palpáveis.

¹ Tradução livre da autora: “O futuro de cada comunidade reside em captar a paixão, imaginação e recursos do seu povo.” (Sirolli, s.d.).

1.3 Problemática

O design social, enquanto conceito, tem vindo a crescer. Ainda assim, tem um grande caminho a percorrer. Segundo Martins (2013) o design social, tal como o design em Portugal, vai demorar a crescer e a ser notado pela sociedade. É visível, desde 1984, com o autor Papanek, até ao artigo mais recente, na presente dissertação, que há unanimidade na urgência e pertinência do tema. Sendo este um assunto de cariz tão imprescindível e que, segundo inúmeros autores, tanto tem a acrescentar ao design e ao mundo, por que não abordá-lo de uma forma mais completa no ensino universitário? Desta forma, procurou-se perceber quais as lacunas, necessidades e benefícios do design social no ensino e na criação de designers mais empáticos e cuidadosos, cientes da responsabilidade social que acarreta cada projeto por eles desenvolvido.

1.4 Objetivos

Pretende-se consolidar os seguintes objetivos gerais: perceber o design social e localizar as suas metodologias base; perceber a importância do tema na educação e consequentemente no mercado; proporcionar aos designers a melhor orientação possível dentro do tema do design social, para que, desta forma, a sua performance no mercado reflita melhores resultados.

O objetivo específico da presente dissertação é o de criar um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas que auxiliem os docentes, discentes e designers a abordar o tema em questão, alertando para a necessidade de uma aprendizagem dedicada ao design social.

1.5 Questões de investigação

Para compreender e aprofundar as matérias apresentadas acima é necessária a criação de questões de investigação com o propósito de guiar o percurso da investigação.

A tese em questão tem quatro perguntas de investigação, sendo a principal “Poderá um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas ser utilizado por docentes, discentes e designers?”, e as secundárias “Como tem sido abordado o design social no ensino?”, “Como poderá o design incorporar bases do design social no seu processo?” e “É necessária a criação de um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas do design social?”.

Cada questão teve um papel fundamental no desenvolvimento da investigação definindo o seu curso. As perguntas “Como tem sido abordado o design social no ensino?” e “Como poderá o design incorporar bases do design social no seu processo?” conduziram à elaboração das entrevistas exploratórias a docentes do ensino universitário, cientistas sociais e empreendedores sociais. Pela sua complexidade, foram também o ponto de partida para o desenvolvimento do enquadramento teórico. Já as questões “É necessária a criação de um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas do design social?” e “Poderá um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas ser utilizado por docentes, discentes e designers?”, juntamente com a informação recolhida no enquadramento teórico, direcionaram a investigação para a criação de um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas de fácil utilização por parte dos profissionais e alunos de design. O que levou a uma conclusão relativa à hipótese colocada, sendo esta: “É possível criar um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas de design social.”.

1.6 Desenho da Investigação

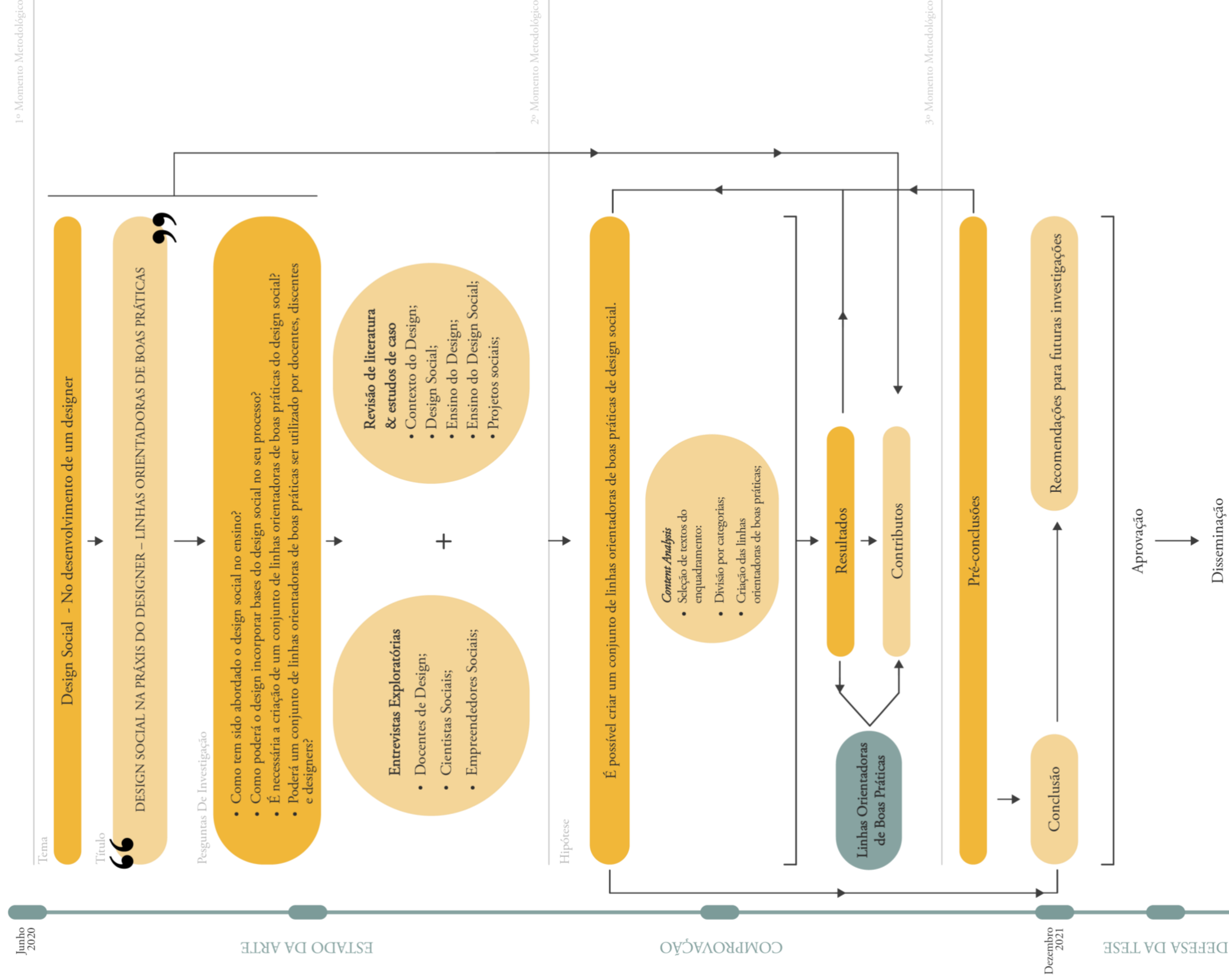
O organograma correspondente à Figura 1 é representativo do processo metodológico desenvolvido ao longo da dissertação em que estão presentes três momentos. No primeiro momento, o Estado da Arte, é escolhido o tema, definido o título e são delineadas as perguntas de investigação. É também onde se dá início ao apuramento da problemática e ao enquadramento teórico-prático da dissertação - o que na presente investigação equivale à realização de entrevistas exploratórias e à revisão da literatura onde se explorou o tema do design social, aprofundando o mesmo dentro do ensino. As entrevistas exploratórias realizadas foram imperativas no desenvolvimento do enquadramento teórico-prático, levando a uma abordagem e análise mais aprofundada de metodologias, como a antropologia e etnografia aplicadas ao design.

No segundo momento metodológico, a Comprovação, uma análise detalhada do contexto teórico-prático levou à demarcação da hipótese, para que fosse possível compreender que tipo de contributo se adequaria à presente investigação. Este contributo foi baseado e elaborado a partir da metodologia de Robson (2002), *Content Analysis*, apesar de adaptado às necessidades da presente problemática.

Por fim, no terceiro momento metodológico, foi possível esclarecer a hipótese apresentada e responder eficientemente às perguntas de investigação apresentadas no início do processo.

Figura 1

Organograma | Desenho de Investigação (Autora, 2021).



1.7 O documento em síntese

A dissertação em causa encontra-se dividida em seis capítulos, organizados da seguinte forma:

Capítulo I – Introdução | O presente Capítulo.

Capítulo II- Entrevistas Exploratórias | São apresentadas as entrevistas exploratórias feitas a seis especialistas nas áreas das ciências sociais, docentes universitários e empreendedores sociais. As entrevistas foram base fundamental no início da investigação, auxiliando não só com informação pertinente, como também a perceber a importância e urgência da problemática.

Capítulo III- Enquadramento Teórico-Prático | Os tópicos mais importantes para a investigação são abordados e aprofundados. É neste capítulo que se reúnem todos os autores e especialistas que tocaram e estudaram esses mesmos temas. Ainda aqui serão apresentados e interpretados alguns casos de estudo de projetos de design social.

Capítulo IV- Metodologia | É desenvolvida uma metodologia baseada na *Content Analysis* de Robson (2002), tendo sido analisados os dados qualitativos do enquadramento teórico-prático e, de seguida, feita uma categorização dos mesmos. Desta metodologia surgiu a resposta à hipótese apresentada.

Capítulo V- Discussão dos resultados | É elaborada uma discussão dos resultados da metodologia apresentada e da dissertação num todo. São também revistas as perguntas de investigação, os objetivos e a hipótese estruturada, aqui é possível perceber se foram respondidos com sucesso e de que forma. Fazem parte deste capítulo as limitações presentes na investigação e, por consequente, investigações futuras.

Capítulo VI- Conclusão final | Para além da conclusão final da dissertação são também apresentados os contributos principais da mesma ao longo do processo dissertativo.

CAPÍTULO II - ENTREVISTAS EXPLORATÓRIAS

2.1 Introdução

O presente capítulo destina-se à apresentação das entrevistas exploratórias realizadas, tendo sido elaboradas e pensadas no início da investigação, para que se percebesse melhor a problemática a ser explorada e abordada. Com as entrevistas em questão foi possível perceber o meio em que se insere o tema, tendo estas sido feitas a especialistas da área social e, em especial, a docentes do ensino universitário. Previamente, os entrevistados assinaram um Formulário de Consentimento à gravação das mesmas e utilização de informação, que se encontra no Anexo 1. No Anexo 2 podem ser encontradas as perguntas feitas aos especialistas. Já as entrevistas descritas ao pormenor encontram-se no Anexo 3.

As entrevistas disponibilizaram informação muito pertinente dentro do que cada um entende por design social, a sua opinião quanto à importância do mesmo no ensino universitário e a forma como pode influenciar o designer e a sua formação. Toda a informação recolhida foi empregue na construção da presente investigação, com o intuito de a tornar mais completa; sendo que foram dadas várias sugestões de referências fulcrais para a abordagem dos vários temas mencionados.

Tendo em conta a situação pandémica, a simples tarefa de contactar e angariar entrevistados constituiu um desafio. Desta forma, foi possível entrevistar apenas seis especialistas que contribuíram com informação muito pertinente, de áreas de estudo bastante diversas - das ciências sociais, ao design gráfico e de produto - o que permitiu a recolha de dados e opiniões distintas e bastante completas.

2.2 Objetivos

O objetivo geral das entrevistas exploratórias é a percepção real e atual, isto é, o contexto em que se insere a problemática a ser estudada - observar se o tema é efetivamente pertinente, se se trata de algo imprescindível a ser estudado e aprofundado e porquê. É importante também perceber se ambas as temáticas, o design social e a educação, se relacionam e de que forma podem interagir uma com a outra. Um objetivo específico, mas com bastante relevância, foi o de obter referências e material de estudo que fosse mais desconhecido, mas relevante para a investigação. Por outro lado, procurou-se perceber, da perspectiva de cada entrevistado, os benefícios do design social quer para o designer, quer para a sua formação.

2.3 Entrevistas

Foi feita uma pesquisa prévia dentro do tema das entrevistas exploratórias para que a sua estrutura fosse o mais benéfico para a investigação. Desta forma, consultou-se o livro “*Real World Research*” do autor Colin Robson (2002). Segundo o autor são vários os tipos de entrevistas, sendo estes: **Entrevistas totalmente estruturadas; Entrevistas semiestruturadas; Entrevistas desestruturadas.** No presente caso, as entrevistas realizadas foram entrevistas semiestruturadas, sendo que estas tinham uma base lógica e estruturada, mas flexível ao ponto de se alterar a ordem das perguntas feitas aos convidados ou as perguntas em si, consoante o rumo da entrevista, tal como indicado por Robson (2002). As entrevistas exploratórias inserem-se num tipo de metodologia qualitativa, sendo as semiestruturadas as mais utilizadas em designs mais flexíveis e qualitativos (Robson 2002).

O autor aponta também as vantagens e desvantagens da metodologia, sendo as vantagens a possibilidade de se poder observar o comportamento do entrevistado, afirmando que ao questionar-se diretamente as pessoas sobre o tema em discussão se trata de um caminho mais “curto” na busca de respostas às perguntas de investigação da dissertação. Nestas entrevistas, descritas pelo autor como, entrevistas “cara a cara”, há a facilidade e possibilidade de se modificar as questões e o inquérito em si para, desta forma, acompanhar respostas aliciantes e investigar os motivos implícitos. Tal não é possível nos questionários preenchidos pelos próprios (Robson 2002) como, por exemplo, questionários *online*. Dentro das desvantagens, uma prende-se com a gestão do tempo, sendo este processo descrito pelo autor como “demorado”. Enuncia inclusive as razões pelas quais as entrevistas não devem ser nem muito longas nem muito curtas (Robson 2002).

“Anything under half an hour is unlikely to be valuable; anything going much over an hour may be making unreasonable demands on busy interviewees, and could have the effect of reducing the time number of persons willing to participate, which may in turn lead to biases in the sample that you achieve.”² (Robson, 2002, p. 273).

² Tradução livre da autora: “Tudo o que seja inferior a meia hora terá, provavelmente, pouco valor; tudo o que ultrapasse uma hora poderá fazer exigências pouco razoáveis a entrevistados ocupados, e poderá ter o efeito de reduzir o número de pessoas dispostas a participar, o que, por sua vez, poderá levar a enviesamentos na amostra que se obtém.” (Robson, 2002, p. 273).

Seguindo esta linha orientadora, as entrevistas da presente investigação foram estruturadas para uma duração entre 30 e 40 minutos, seguindo-se ainda uma pequena sequência aconselhada pelo autor, sendo esta:

- **Introdução;** (*Introduction*)
- **Aquecimento;** (*Warm-up*)
- **Corpo principal da entrevista;** (*Main body of interview*)
- **Arrefecimento;** (*Cool-off*)
- **Conclusão;** (*Closure*)

2.3.1 Questões

Com as questões colocadas aos especialistas de cada área, procurou-se compreender e obter opiniões fundadas de cada um dos entrevistados, percebendo os seus conhecimentos relativamente ao que entendem por design social, a sua importância e em que medida e de que forma este pode estar ou não presente no ensino superior, dentro dos cursos de design. Foram elaborados três questionários com diferentes questões: Um para os docentes, outro dedicado apenas aos cientistas sociais e, por último, o questionário para o empreendedor social Ernesto Sirolli. É importante referir que todas as entrevistas foram realizadas em plataformas de vídeo chamada (*online*). No presente caso foi utilizado o *Zoom*; à exceção do Doutor Ernesto Sirolli, em que se recorreu à gravação, devido ao fuso horário da Califórnia/EUA.

Questionário docentes:

Introdução + Aquecimento

1. O que entende por design social?
2. Possui conhecimentos em design social? Como os adquiriu?

Corpo principal da entrevista

3. Na sua opinião qual o papel do design social no ensino universitário?
4. Já lecionou design social? Se sim, que metodologias aplicou?
5. Que competências do design social considera que permitem melhorar as capacidades de um designer?

Arrefecimento + Conclusão

6. De que forma entende que deve ser trabalhado o design social no ensino universitário?

Questionário Especialistas sociais:

Introdução

1. O que entende pelo conceito de social?

Aquecimento

2. Acredita que existe uma diferença entre algo social e sociológico?

Corpo principal da entrevista

3. Já alguma vez ouviu o termo Design Social?

4. Quais as bases que considera mais importantes para um projeto completamente social?
5. Que competências considera serem imperativas para se ser bem-sucedido num projeto de design social?

Arrefecimento + Conclusão

6. Acha que o social deve ser lecionado no ensino superior?

Os questionários apresentados foram seguidos com a isenção requerida, contudo, dependendo do rumo de cada entrevista, foram introduzidas questões pontuais, no sentido de otimizar a informação transmitida.

Questionário Ernesto Sirolli:

1. Que fatores considera fundamentais para que um projeto social seja bem-sucedido nos países subdesenvolvidos?
2. Acha que estas abordagens/fatores aplicados a projetos quotidianos nos países desenvolvidos lhe trarão algum benefício?

2.3.2 Apresentação das entrevistas realizadas

2.3.2.1 Professora Doutora Rute Gomes

A professora Doutora Rute Gomes pertence ao corpo docente da Universidade de Lisboa, mais especificamente da Faculdade de Arquitetura. Chegou a fazer parte do IADE, como professora das Licenciaturas de Design e Design Global e Coordenadora do Mestrado em Design Management. O seu percurso académico foi dentro da área do design de produto, apesar de se ter licenciado em Artes Plásticas na ESAD - Escola Superior de Arte e Design. Em 2017 concluiu o seu doutoramento em Design, com o título de “Design de Mobiliário para um Uso Flexível da Habitação – Enquadramento, Requisitos Funcionais e Protótipo”.

Resumo da entrevista

Elaborada a entrevista via *Zoom* no dia 8 de janeiro de 2021. Segundo a professora doutora Rute Gomes, design social é um tipo de design em que as metodologias identificam não só problemas, como ainda analisam contextos, possíveis intervenientes e agentes internos ou externos. Neste conceito, quem sofre de possíveis problemas e para quem se tentará encontrar uma solução são os utilizadores, que farão parte da solução. Para a docente, o design social não tem de se materializar, seja num produto, ferramenta ou serviço - o que realmente importa é a consequência que terá numa determinada comunidade.

Quanto à forma como adquiriu os seus conhecimentos em design social, a professora Rute diz não ter tido essa área na formação inicial, tendo em conta que, segundo dizem, se trata de uma vertente relativamente recente a nível académico. No entanto, a sua investigação está direcionada para a área da sustentabilidade, mais especificamente do desenvolvimento sustentável, acabando por existir um nexo entre as matérias. Diz ter aprendido muito com autores de referência, sendo um dos exemplos Manzini.

Na opinião da docente, o design social no ensino universitário tem um papel importante para os designers, apontando como vantagem a capacidade de o designer identificar melhor o problema em questão, ou seja, um problema pertinente e que possa vir a contribuir para a solução. Afirmar, portanto, que ao longo de um curso, é imperativo que se desenvolva um projeto de design social, para que os alunos tenham uma noção do impacto que o seu trabalho e design tem para uma determinada comunidade.

Dentro do tema da formação do design social, se já o fez e que metodologias aplicou, a professora Rute Gomes comentou nunca ter doutrinado uma unidade curricular com o nome de “design social”; no entanto, leciona uma cadeira de projeto que lança desafios de design social, em que os alunos têm de apresentar uma proposta que contribua, de alguma forma, para a resolução de um dos objetivos da ONU – Organização das Nações Unidas, na vertente do desenvolvimento sustentável. Neste tipo de projetos, os alunos têm respostas bastante ricas, segundo a docente, pois tendem a efetuar uma pesquisa prévia bastante ampla, com todos os dados que possam encontrar para o tema em questão. Para a docente Rute Gomes este tipo de pesquisa é uma mais valia para o desenvolvimento do projeto, sublinhando que são utilizadas metodologias de design normais, como o *design thinking*. Contrapõe, no entanto, que os alunos têm de tentar perceber quais as competências das pessoas que poderão passar pela solução desse mesmo problema, por serem quem vive com essa realidade. Os alunos têm de entender que não estão a trabalhar para um utilizador imaginário com um determinado tipo de perfil, mas sim com alguém com necessidades reais e mais particulares.

À questão relativa às competências do design social que permitem a melhoria das capacidades de um designer, a docente respondeu que há benefício quando existe uma maior empatia em certos tipos de propostas, mais centradas no utilizador - em que as ciências sociais, a antropologia e a sociologia sabem melhor que ninguém como aplicar estas ferramentas de contacto com o utilizador. Referiu que, desta forma, há mais facilidade em perceber o problema real - o que pensam, como agem, o que sugerem como solução, algo que descreve ser uma raiz mais afetiva do problema em si, e não apenas uma conclusão direta. Aponta ainda o facto de que, com este tipo de formação, os alunos tendem a delinear uma noção das consequências daquilo que projetam e fazem, o tipo de impacto que podem causar. Isto levará a que se questionem acerca do que podem fazer para que esse impacto seja positivo na vida de cada um, das comunidades, bem como na economia local das mesmas.

Na última questão, “de que forma entende que deve ser trabalhado o design social no ensino universitário”, a doutorada afirmou que esse trabalho deverá começar pela integração dos alunos em projetos reais, com pessoas reais, com comunidades que necessitem desta intervenção. Avançou também que, para além da inclusão nesses projetos reais, deve haver uma otimização quer da procura, quer da implementação de ferramentas da área das ciências sociais, para que se percebam melhor as necessidades reais e, consecutivamente, se encontrem as melhores soluções.

No final a professora Rute Gomes acrescentou que, em apresentações de projetos de design social às quais teve a oportunidade de assistir, percebeu que havia um problema de comunicação entre os alunos e a comunidade, essencialmente relacionados com a gestão de expectativas. Observou que este tipo de ferramentas das ciências sociais é fundamental. Realçando que os alunos necessitam de aprender *soft skills* - têm de perceber que estão a trabalhar com as pessoas que vão solucionar o projeto. Sendo estas pessoas os utilizadores finais, se não se sentirem bem e confiantes com o que se está a fazer, não funcionará.

2.3.2.2 Professora Doutora Cristina Pinheiro

A Professora Doutora Cristina Pinheiro, que integra o corpo de docentes do IADE – Faculdade de Design Tecnologia e Comunicação, licenciou-se em Design Visual na mesma instituição. No seu currículo conta com um mestrado na FAUTL, Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, dentro da temática da arquitetura da cor, bem como uma tese de doutoramento em design, também na FAUTL, com o título de “*Visual Communication and Inclusive Design - Colour, Legibility and Aged Vision*”³. Foram várias as colaborações da docente em projetos da UNIDCOM e do ID.Co.Lab no IADE.

Resumo da entrevista

Entrevista realizada no dia 13 de janeiro de 2021 via *Zoom*. Quando questionada a perceção da docente quanto ao design social, afirmou que não se considerava uma perita na área. Ainda assim, tendo em conta o seu percurso e o seu estudo autodidata, considerava que todo o design deveria ser design social, pois todo o designer deveria ter essa responsabilidade moral e ética na sua atividade profissional. Na opinião da professora é um design socialmente responsável que acrescenta muito aos objetivos tradicionais de resposta a problemas projetuais, pode adicionar também preocupações ambientais e sustentáveis, acrescenta que nunca como agora a sociedade se tem vindo a deparar com tantos contratempos com o planeta e o seu ambiente, não se trata de um planeta com fontes inesgotáveis de recursos e, desta forma, o designer é quem tem de ter em atenção estas questões quando projeta o que faz. Para a professora Cristina Pinheiro o design social deve ainda ter preocupações éticas, atualizadas e atentas aos direitos humanos. Deve manifestar preocupação com a qualidade de vida das pessoas e não só nos produtos que oferece, senão com a forma como são feitos.

Na segunda pergunta, ao ser interrogada acerca da forma como adquiriu o seu conhecimento dentro da área, a professora afirmou que gostava até de obter mais. Referiu depois que, ao ler o livro de Papanek, “*Design for the real world*”, achou curioso que sendo uma obra escrita há tantos anos, nunca como nos nossos dias foi tão atual, com todas as críticas à forma como se faz design e à sociedade de consumo existente. Observou também que, ainda assim, nunca se fez tanto quanto se devia. Confessou que a sua aproximação ao design social foi entrando no seu dia a dia de uma forma gradual, não tendo um momento exato em que possa dizer que começou a pensar e investigar sobre tal. Apenas na preparação para a entrevista é que acabou por perceber que a

³ Tradução livre da autora “Comunicação Visual e Design Inclusivo - Cor, Legibilidade e Visão envelhecida”

primeira tese que orientou tinha um caráter mais social e que não foi a única. Inconscientemente pode ter sido uma das formas que a levou a ter mais contacto com o tema. Algo que pensa ter impulsionado o tópico do design social foi a colaboração nos projetos da UNIDCOM e do ID.Co.Lab do IADE.

Quando questionada a sua opinião relativamente ao papel do design no ensino universitário, a docente surpreendeu ao dizer que provavelmente faria a pergunta ao contrário - “qual o papel do ensino universitário na implementação e no desenvolvimento de uma consciência social?”. Sublinhou então que não é o design social que tem um papel no ensino, que é o ensino que deve promover a aplicação e implementação do design social nas unidades curriculares e nos projetos que são lançados. Segundo a Professora Doutora Cristina Pinheiro, o designer deve ter esse papel vocacionado para a responsabilidade social. Esclareceu então que não há melhor local do que as universidades para essa aprendizagem, dando o exemplo do projeto L3, realizado em 2016 com as turmas de design, no IADE.

Na quarta pergunta, quando questionada se já tinha lecionado design social, a professora negou, afirmando que o IADE não tem uma cadeira de design social ou que tenha especificamente esse nome. Objetou, contudo, que a sua intervenção em inúmeras teses e projetos mais vocacionados para o social a levaram a aprender muito sobre metodologias colaborativas; desta forma acha imperativa a colaboração com as pessoas diretamente envolvidas nos projetos, uma colaboração entre o aluno e o utilizador final. Acrescentou ainda que, na sua opinião, uma só disciplina poderá não abranger todas as áreas do design, não querendo isto dizer que não possa ser criada - até para preencher a necessidade de agrupar todos os aspetos ligados às questões sociais que, pelo seu perfil, possam ser importantes de abordar ou incluir nos projetos lançados pelas faculdades.

No que diz respeito à questão de quais as competências do design social que podem ser essenciais para a melhoria das capacidades de um designer, a professora voltou a desconstruir a pergunta da seguinte forma: “quais as competências essenciais de um designer, seja ele de que área for, para que possa desenvolver melhor projetos de design social?”. Esclareceu então que não seria o design social que tinha de ter competências, mas sim o designer, para poder projetar produtos e serviços de uma melhor forma com essas características.

À pergunta “de que forma deve ser trabalhado o design social no ensino universitário?”, a professora reiterou afirmações anteriores no sentido de não saber se o design social teria de ter competências, mas os designers deverão tê-las. Desta forma, defende que integrar os alunos nos

projetos de caráter social é o suficiente, não considerando tanto a ideia de uma unidade curricular dedicada ao design social. Consegue imaginar mais a integração dos alunos nos projetos desenvolvidos pelas faculdades nesse sentido, independentemente da área em que se inserem. Afirmou também que quanto mais cedo os estudantes forem inseridos nesses projetos, aprenderem essas boas práticas de design e se consciencializarem, melhor. Na sua perspectiva, os designers ainda não estão a ter esse tipo de cuidados. Desde sempre, houve necessidades básicas relacionadas com alimento, abrigo e agasalho. A tudo isto, juntou-se a parte mais tecnológica e, segundo a professora, nos dias que correm, deparamo-nos com novas necessidades - as de preservar os recursos do nosso planeta, como a água potável, o ar puro, solos não contaminados; sendo que o facto de se produzir indefinidamente está a arruinar os recursos e todo um ecossistema que poderá estar a entrar em falência.

No final da entrevista, dada a possibilidade acrescentar algo ao seu testemunho, a professora adicionou:

“(...) isto não é uma tarefa fácil, mas se os designers estiverem comprometidos com essas questões, se todos fizermos um pouco, como tu estás a fazer, acho que isto pode ter ainda alguma solução melhor e um desfecho mais agradável para o planeta e para todos nós.”

2.3.2.3 Professora Doutora Isabel Farinha

Professora Doutora Isabel Farinha, docente no IADE – Faculdade de Design Tecnologia e Comunicação, mais propriamente, professora assistente e coordenadora do mestrado de Marketing. A professora Isabel é investigadora pela UNIDCOM/IADE e pelo ID.Co.Lab, atualmente aprofunda o seu conhecimento científico na área da investigação teórica e empírica, que contribuí de forma direta para os debates sobre o fenómeno do Marketing na escola e na Economia Circular Azul.

Resumo da entrevista

A presente entrevista foi realizada a 14 de janeiro de 2021, por *Zoom*. Na primeira questão feita, que remete para o conceito do design social na perspetiva da docente, a professora Isabel Farinha, para além de afirmar não ser da área do design, esclareceu que a sua formação pertence à área da sociologia e da comunicação, estando ela muito ligada a projetos sociais. Para a docente, não é possível desassociar o social do ambiente, sendo algo cada vez mais importante na medida em que tem o objetivo de favorecer a população e comunidade em que se vai inserindo. No entanto, sente haver ainda algum desconhecimento por parte dos designers nesta matéria, ainda se perguntam “o que é que o design tem a ver com isso?”. Na sua perspetiva, que este tipo de design, o design social tem a capacidade de fornecer determinadas ferramentas aos designers, sendo uma delas a metodologia do *design thinking*, fortalecendo assim o social. Acrescentando ainda a necessidade, por parte do designer, de mudar o papel do design no mundo, quer a nível social, quer a nível sustentável, sendo que, em conjunto com colegas designers, começou a perceber que o lixo é um erro de design.

Quando questionada acerca de onde adquiriu os seus conhecimentos em design social, a docente confirmou ter sido em projetos colaborativos. Neles, e através do *design thinking* e por designers, foi-lhe mostrado todo o processo de como trabalhar o design - como é pensado, concebido, executado e posto em prática. Deste modo, alcançou as competências e ferramentas que este tipo de design proporciona.

Na solicitação da opinião da professora doutora Isabel quanto ao papel do design social no ensino universitário, a docente afirmou ser essencial para que não haja um desconhecimento do design, até para com a própria profissão. Diz ter percebido a existência de um desconhecimento por parte dos designers, na medida em que não percebem que desempenham um papel fundamental desde o início de qualquer projeto. A situação agrava-se quando temos em conta que

são os designers que têm de reivindicar o seu papel e o seu lugar, que têm de mostrar o porquê de terem de estar na primeira linha de chamada para qualquer projeto, apesar de eles próprios desconhecerem essas vantagens. É nesta medida que o design social é importante no ensino. Se tivermos presente que, segundo Giggens, qualquer sociedade assenta sobre um tripé composto por estado, mercado e sociedade civil; e sendo que este último ponto, ou seja, as organizações sem fins lucrativos, a chamada economia social, tem vindo a ganhar mais peso nas sociedades ocidentais; é possível considerar que existe assim mais necessidade de conhecer a área, ainda assim deparamo-nos com um desconhecimento, por parte dos designers, para com a mesma.

Quando feita a quarta pergunta, se já lecionara design social e quais as metodologias aplicadas, a docente mencionou um projeto colaborativo realizado numa junção de unidades curriculares de design com marketing, destinado à plataforma de refugiados da ilha de Lesbos. Neste projeto, a professora Isabel afirmou ter percebido mais uma vez que os designers estavam mais focados no desenhar dos kit's, no produto final, mas longe de participarem desde início no enquadramento das necessidades. Reforçando que, depois de comunicado um projeto, para que sejam obtidos os resultados esperados por parte da comunidade, é necessário haver uma integração do design em si, isto com as ferramentas necessárias. Afirmando por fim que o designer não é apenas aquele que faz o desenho, é quem precisa de fazer o levantamento etnográfico. O design não vive sem esses levantamentos etnográficos, são necessários para que se criem as melhores soluções. Desta forma, a docente diz ser uma matéria que precisa de ser mais trabalhada.

Na questão que aborda as competências do design social e de que forma estas podem melhorar as capacidades de um designer, a resposta passou pela caracterização dos designers nos dias que correm, sendo estes, pela descrição da docente, cada vez mais de aplicações e softwares a que qualquer um pode ter acesso. Recordando que, antigamente, apenas quem ia para design sabia fazer determinados *outputs*, cujo carácter apelativo, nos dias que correm, podem ser facilmente substituídos por *templates* descarregados da internet. A docente assegura que, um designer, para se fazer valer, tem de ter conhecimentos nas mais variadas matérias. Não se pede para que decorem questões das ciências sociais ou da antropologia, mas que tenham uma noção da história da matéria que está a trabalhar. Por fim, menciona que as competências práticas estão cada vez mais acessíveis, não só aos designers, mas a todos e que, ao serem substituídas tantas componentes teóricas por estas mais práticas, não irão contribuir para o enriquecimento dos designers.

Quando pedido o seu parecer quanto à forma como deve ser trabalhado o design social no ensino universitário, a resposta foi clara e direta ao afirmar que deveria de haver uma unidade

curricular de design social, solicitando a presença do *design thinking* devido às suas ferramentas ligadas ao lado mais colaborativo. Esta unidade curricular poderia assim trabalhar sobre todos os cursos, isto é, todas as áreas do design. Afirmando por fim que:

“O designer tem que sair da sua bolha e dizer «nós somos essenciais desde o primeiro passo», tem de haver uma ordem dos designers.”

2.3.2.4 Professora Doutora Inês Veiga

Licenciada em Design de Comunicação pela Faculdade de Belas Artes, da Universidade de Lisboa, a professora Inês Veiga é hoje doutorada em Design (2020), com uma tese cujo título é “*Social Design Principles and Practices: how designers work in this realm*”. É, desde 2016, professora assistente na FAUL – Faculdade de Arquitetura da Faculdade de Lisboa; e, desde 2019, na Faculdade de Arquitetura e Artes da Universidade Lusíada.

Resumo da entrevista

Inês Veiga entende o Design Social de duas maneiras. Primeiramente, na medida em que o termo em questão veio para diferenciar a prática de design social daquela que é a prática mais convencional do design, algo que se relaciona com aquilo que passou a ser a preocupação de alguns designers. Esta preocupação passa pela tomada de consciência de que, segundo a docente, mais importante do que criar um layout de um folheto, mais uma cadeira, qualquer objeto, seria procurar perceber se essa criação responde a uma necessidade, assim como perceber “A quem é que é útil?” e “É relevante a quem?”. Trata-se então, de uma chamada de atenção para aquilo que pode ser o papel do designer na sociedade. A segunda abordagem do design social, segundo a docente, prende-se com o processo levado a cabo pelo designer: “Como é que eu faço design?” e “Como é que abordo o processo de design?”. Inês Veiga defende que o design social veio também marcar uma passagem histórica, na medida em que aborda a ideia de envolver as pessoas, os utilizadores, no processo de design.

Dentro da segunda questão, que abordava a forma como foram adquiridos os conhecimentos em designs social por parte da docente, Inês Veiga diz ter sido de uma forma muito autodidata, algo mais prático e que veio a ser parte do processo de investigação do doutoramento, que se focava nesta área, passando pelo conhecimento das práticas e dos processos do design social. Diz ainda ter feito parte de projetos sociais em que tentava perceber os processos das associações em causa, acabando por criar a ponte entre esses mesmos projetos sociais e as práticas de design.

Para Inês Veiga, o papel do design social no ensino universitário é muito importante, na medida em que traz para a sala de aula a consciencialização dos princípios de qualquer projeto de design, princípios pedagógicos - desenhar com e para as pessoas. Diz ser algo que deveria ser levado para as salas de aula, no entanto, ainda não está muito presente, precisando assim de ser mais instigado.

À questão se já tinha lecionado design social, Inês Veiga disse nunca ter lecionado design social em si. O mais próximo disso que lecionou foi uma unidade curricular designada por “Sustentabilidade de produtos e serviços”. Dentro dessa disciplina tentou envolver os seus alunos em projetos práticos com pessoas de um bairro; com uma metodologia acima de tudo prática e com bases etnográficas- Esta metodologia passava por um mapeamento das informações que os alunos recolhiam ao falar com os artesãos desse bairro, acabando assim por materializar aquilo que eram essas mesmas conversas.

A perspetiva da docente, quanto às competências do design social que permitem melhorar as capacidades de um designer, é a de que é algo que se prende com a questão da empatia, na medida em que, durante o processo, há uma necessidade de falar, trabalhar e fazer parte da vida da pessoa. Não quer com isto dizer que alguém que não tenha predisposição para falar e ouvir, não possa, ou não consiga estar presente num processo de design social, não é obrigatório. Ainda assim, é preferível que haja apetência por parte da pessoa, caso contrário, será melhor enveredar por um design convencional. Outra competência que pode ser necessária é a capacidade de saber navegar na incerteza que é um projeto social, isto é, estar sempre aberto à mudança. Aquilo que é pensado no início, pode não ser o resultado final.

Segundo Inês Veiga, o design social deve ser trabalhado no ensino universitário numa vertente mais prática, em que se coloca os alunos em contacto com aqueles que não são designers, que não seja com a finalidade de fazer design, mas efetivamente para perceber. Defende que deve ser trabalhada a ideia de desenvolver um briefing aberto, querendo com isto dizer, um exercício sem fim, no qual o trabalho do aluno é ir à procura de respostas.

A docente acrescentou, por fim, que não há uma receita para o design social e que, relativamente aos métodos, manuais ou *guidelines*, deve ter-se uma atitude experimental, de que não há uma solução única, que não existem verdades absolutas.

2.3.2.5 *Cientista Social António Alexandre Evaristo*

Militar de profissão, foram inúmeras as missões que preencheram a sua vida profissional, ao longo das quais aprofundou o seu estudo na CIMIC – Cooperação Civil e Militar, tendo a mais elevada formação nacional. Esteve três anos no MNCG – Multinational CIMIC Group, única unidade operacional da área na NATO. Durante cinco anos, foi presidente da Cáritas do Entroncamento, onde pensou, projetou e implementou a primeira loja social em Portugal. Depois de todo este percurso, tendo em conta a vertente mais social, licenciou-se em Ciências Sociais na Universidade Aberta. Fez parte também do corpo de docentes do ISCSP – Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (2017-2020), na pós-graduação em Crise e Ação Humanitária, na qual desempenhou a função de coordenador do seminário "Estudo de Casos".

Resumo da entrevista

À questão sobre o que entenderia por design social, tendo em conta a sua área de conhecimento, o professor António Evaristo respondeu que se trataria do estudo da vida social e humana, seja de grupos, sociedades ou comunidades. Trata-se do estudo de fenómenos sociais, afirmando ainda que todos somos manipulados pelo contexto social em que estamos inseridos. O cientista social refere as ciências sociais e humanas como uma área que engloba a Sociologia, Antropologia, os serviços sociais, políticas sociais, entre outras. Estas subdivisões das ciências sociais têm uma vertente em comum, a da identificação de problemas sociais e, de seguida, a sua resolução para que a sociedade prossiga viva, de um modo igualitário. Foi acrescentando ainda que, quando isto não acontece, encontramos-nos perante um problema social. Segundo o docente, trata-se de uma área que tem vindo a ser esquecida, na medida em que se tomam decisões políticas sem que se recorra aos especialistas em ciências sociais, acabando assim por se tornar decisões perigosas e de impacto negativo na população, ao contrário do pretendido. O especialista conclui, dentro da questão, que o social fornece meios para que seja melhorada a nossa sensibilidade cultural, permite que seja feito um autoconhecimento, dando assim, aos grupos sociais e indivíduos, oportunidades para que se alterem as condições de vida dos próprios.

Na questão que refere se acredita haver uma diferença entre social e sociológico, o professor António referiu que se tratava até de uma grande diferença. Referindo-se à sociologia como o estudo sistemático das sociedades humanas, focando-se nos sistemas modernos e industrializados, o que, segundo o mesmo, tem uma compreensão de lucro. Acrescentando que a grande diferença entre social e sociológico está na parte da sociedade com a qual se lida no momento, isso é, na parte social sempre que se pretende criar bem-estar e melhorar as condições básicas de vida da

comunidade, isto sem fins lucrativos, ou se como a sociologia onde, pelo contrário, se cria bem-estar sociológico através de um espírito consumista. Para que seja clara a definição de sociologia, acrescenta que a mesma nasceu da necessidade de se compreender as mudanças radicais que ocorreram na sociedade nos últimos dois ou três séculos.

Quando abordado o tema do design social na entrevista o professor chegou à conclusão que não só já ouviu falar, como ainda ele próprio acabou por praticar quando ainda seria recente e não tão falado, em 2003, quando pensou um local onde quem tinha algo para dar o pudesse fazer e entregar e aqueles que mais necessitassem pudessem ir buscar. O cientista social diz ter sido identificada uma lacuna e projetada uma solução sem fins lucrativos que punha em primeiro lugar o bem-estar de uma comunidade. Um serviço que se veio a tornar bastante eficaz espalhado por Portugal, sendo este a loja social.

Em breves palavras explicou o que considera ser mais importante para um projeto social, tendo separado em 3 etapas:

“Primeiramente ver se é realmente necessário, se não será trabalho realizado que depois não terá o devido impacto pretendido. Em segundo lugar não ter custos para quem dele vier a usufruir. Em terceiro lugar ser autossustentável e adaptável à medida que as necessidades mudem.”

Quanto às competências necessárias para que se seja bem-sucedido num projeto de design social, para o especialista, acima de tudo, trata-se dos conhecimentos básicos na área social, isto para que o mesmo não se torne dependente de quem o elaborou, que o seu impacto seja acima de tudo positivo e não apenas um projeto rejeitado pelos futuros utilizadores. De um modo geral, o planeamento consciente é importante para que seja aceite, passando por ouvir a quem se destina o projeto.

Na última questão, que passa pelo ensino do social no ensino superior, o docente diz que a área deve ser abordada nos cursos superiores, defendendo que o desconhecimento da sociedade pode comprometer tudo o que façamos. Ao mínimo detalhe pode estra-se a comprometer algo, algo que se acabará por tornar mais um problema social, seja isto a nível cultural, raça ou género, afirmando que o conhecimento social acabará por dizê-lo.

2.3.2.6 *Empreendedor Ernesto Sirolli*

Especialista em desenvolvimento económico e sustentável, Ernesto Sirolli, PhD, é também o fundador do *Sirolli Institute*, uma ONG que ensina líderes comunitários como estabelecer e manter projetos de facilitação empreendedora, nos sistemas de desenvolvimento económico e social. Atua em 17 países e, em 2012, foi orador da palestra “*Want to help someone? Shut up and listen!*” da TED Talk. Para além das suas inúmeras colaborações em artigos científicos, é autor de dois livros, sendo um deles o “*Ripples from the Zambezi*”, lançado em 1999.

Resumo da entrevista

À primeira questão, Ernesto Sirolli responde inicialmente, em forma de correção, ao explicar que nos dias que correm já não chamam “subdesenvolvidos” aos países onde atuam, por mais dificuldades que aparentem ter; atualmente dá-se o nome de “clientes”. Esta alteração foi feita, porque acreditam que a partir daí é gerado um princípio de respeito, acrescentando que, quando não se respeita uma população ou a cultura local da mesma, não há como ajudar essa comunidade. Com base nisto, Sirolli afirma que só se atua onde se for convidado a ir atuar e ajudar. Não há, por parte dos empreendedores, uma iniciativa ou imposição, sendo o primeiro passo marcar presença em conferências internacionais, descrever e mostrar como atuam e o que fazem. A partir desse passo, aguardam apenas o contacto e convite dos líderes das comunidades a quem agradou a tecnologia social utilizada pelos empreendedores. O segundo passo a ser dado para que o projeto seja bem-sucedido, é questionar aqueles que os convidaram a atuar na comunidade o porquê desse convite e que problemas enfrentam. Ao receber as respostas, a atitude a ter é a de ouvir atentamente aquilo que têm a explicar, quais as suas necessidades, em que é que acreditam, que desafios têm, quais os seus desejos e oportunidades. Ernesto Sirolli diz acreditar que existe, do lado dessas comunidades, paixão e inteligência, bastando passar as suas metodologias e tecnologias para que esses atores locais avancem, treinando-os para tal; sublinhando que o trabalho nunca é feito pela equipa que chega, mas sim por esses mesmos agentes locais. Acrescentou que o mesmo será possível com o design social, bastando fornecer e treinar localmente as pessoas e, desta forma, são elas quem desenvolve o trabalho para a própria comunidade, respeitando os seus próprios costumes, cultura e língua.

Segundo Sirolli existem três formas de se lidar com “O outro”, quem não é como nós, e estas três maneiras são: *Patrono*, *Paternalista* e *Facilitação*.

No cenário onde se é o Patrono, segundo Ernesto Sirolli, chega-se com um salário e emprega-se os membros da comunidade. No entanto, este tipo de abordagem é considerada perigosa, porque, assim que não houver um salário e as pessoas ficarem desempregadas, o projeto vai estagnar por desistência.

Dentro da abordagem Paternalista, os agentes locais são tratados como crianças e, desta forma, está-se a infantilizar a comunidade. Sirolli caracteriza-a como sendo uma “comunidade creche”, onde a organização será sempre o único adulto e a comunidade a criança que nunca vai crescer, tornar-se responsável e tomar decisões. Cria-se assim uma dependência que, assim que a equipa se for embora, deixará um vazio, dado que a comunidade ficará privada dessa figura denominada de “paternal”.

A terceira via, e a mais viável para Ernesto Sirolli, é a Facilitação, que atua de uma forma simples. Em vez de se assumir a responsabilidade do projeto, ouve-se as necessidades da comunidade, fornece-se a tecnologia social que os agentes locais acabam por utilizar autonomamente. Sirolli acredita que a facilitação empreendedora tem semelhanças com as práticas de *design thinking*.

À segunda e última questão, Ernesto Sirolli responde de uma forma subtil, afirmando que se forem feitas as coisas no nosso próprio país, com as nossas comunidades e estas forem bem-sucedidas; bastará comunicar-se esses resultados e oportunidades, assim descobrem-se as comunidades interessadas em aprender e tornarem-se especialistas nas tecnologias que temos a apresentar.

2.4 Síntese das Entrevistas

Ao analisar e sintetizar a informação obtida nas entrevistas exploratórias realizadas aos vários especialistas foi possível perceber que:

- a. Da parte dos docentes entrevistados, existe uma percepção de que ainda há algum desconhecimento por parte dos alunos de design quanto às práticas do design que remetem para a resolução de problemas sociais;
- b. É defendido que não é o design social que deve ter um papel no ensino, mas sim o ensino que deve incentivar à boa prática do design, ou seja, implementar projetos de design social nas unidades curriculares;
- c. Todos os docentes entrevistados afirmam que o design social poderá ter um papel importante no ensino universitário;
- d. O design social no ensino tem vindo a crescer lentamente, sendo algo recente e ainda pouco trabalhado;
- e. É fundamental que haja uma maior investigação e conhecimento, por parte dos designers, da área das ciências sociais, antropologia, sociologia, etnográfica, etc. Algo também defendido pelo Cientista Social António Evaristo, afirmando que o desconhecimento da sociedade pode comprometer tudo aquilo que fazemos;
- f. A sociologia e o social são conceitos diferentes;
- g. São referidas várias vezes metodologias de codesign, cocriação e *design thinking* como bons processos de aprendizagem e desenvolvimento de projetos sociais;
- h. É dada uma grande relevância à parte humana dos projetos, isto é, ao utilizador final e ao papel importante que pode ter no projeto;
- i. A empatia, respeito pela cultura, as criações de independência por parte das comunidades são muito importantes.

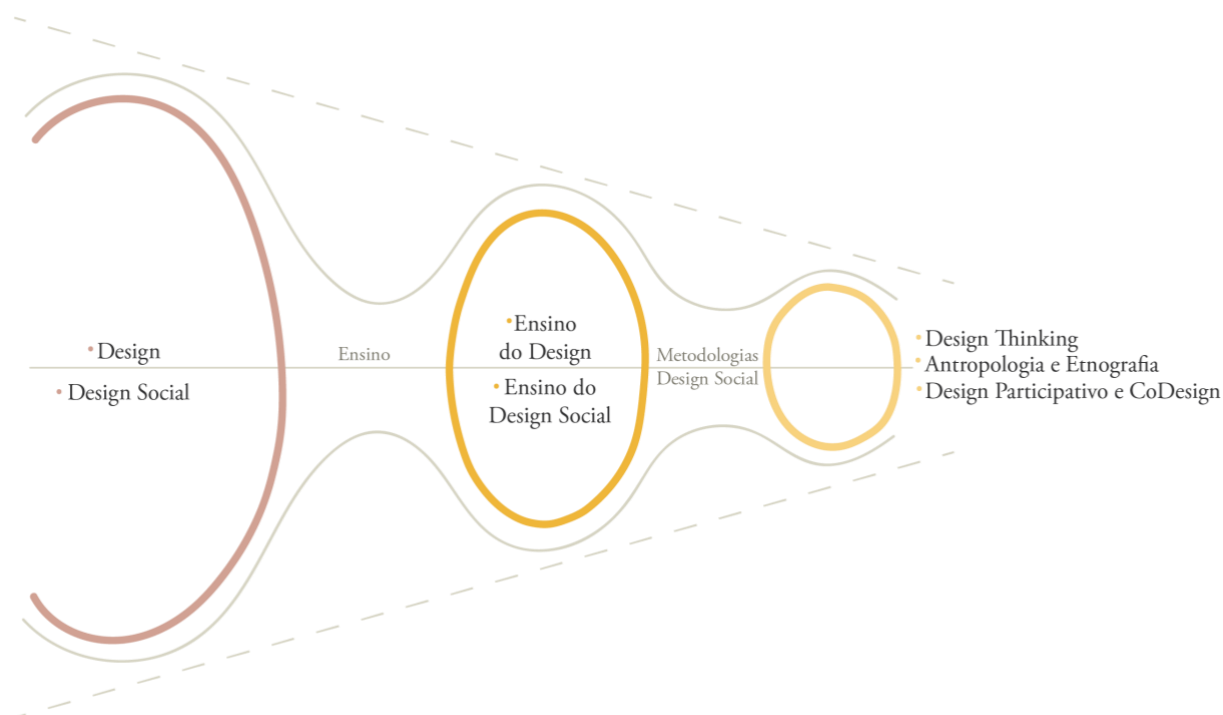
Tendo em conta os pontos mencionados acima o tema em questão mostra-se pertinente e com lacunas a serem investigadas, sendo que se trata de um assunto relativamente desconhecido pelos alunos de design. É também importante perceber e investigar as características do design social, quais as metodologias mais utilizadas e ainda abordar as ciências sociais dentro da prática do design.

CAPÍTULO III - ENQUADRAMENTO TEÓRICO – PRÁTICO

3.1 Introdução

Figura 2

Esquema Enquadramento teórico (Autora, 2021).



Nota. Baseado no esquema da metodologia de *Austin Center for Design*.

O corrente capítulo pretende que se desenvolva uma compreensão do contexto teórico em que a problemática da dissertação se agrega. Como é possível observar pela Figura 2, está organizado de forma a afunilar os temas, do mais abrangente ao mais específico, começando assim tanto pela definição, como pelo contexto histórico do design e acabando no tema da dissertação, o design social, focando a importância do mesmo para os mais variados autores e a sua caracterização no ensino universitário.

O tópico “Design” proporciona uma viagem rápida, e sempre que possível cronológica, pela sua história e o que nele mudou - ou deve mudar - para que se torne numa prática melhor. Será assim

possível perceber desde quando nos designamos como designers, onde errámos e por onde devemos e podemos seguir no futuro. O Design Social é mencionado no final do tópico anterior onde se percebe que o design para o terceiro mundo e para a inovação social tem vindo a ser posto de parte, poderá, no entanto, passar pela mudança do design para um melhor futuro da profissão. Aqui é possível perceber o que é, passando pelas mais variadas expressões que o podem definir, qual a sua importância e ainda algumas dicas básicas de como proceder em projetos sociais. No final do tópico é perceptível de que se trata de uma área que, tal como aconteceu com o design convencional, poderá demorar até ser realmente notada pela comunidade portuguesa. É possível observar um fio condutor coerente que, de uma forma natural, levou à abordagem completa da temática, acabando por explanar as metodologias mais presentes na área do design social. Esta informação foi vital para definir o contributo real da investigação.

Por fim, são analisados alguns projetos de design social de sucesso, para que se possa compreender o que os fez triunfar e, sendo esse o caso, que lacunas encontraram e como contorná-las.

3.2 Design

*“Design is the conscious and intuitive effort to impose meaningful order.”*⁴
(Papanek, 1984, p. 4).

Um termo amplo à qual a MIT Press, em 2015, no livro de Ezio Manzini “Design When Everybody Designs”, responde com mestria, afirmando que a prática do design é a criação de coisas que sirvam um objetivo proveitoso, acrescentando que este criar de ferramentas foi o que nos tornou Humanos. Dentro deste raciocínio a MIT Press diz que o design em si é algo que começou há dois milhões e meio de anos quando os *homo habilis* criaram as primeiras ferramentas (MIT Press, 2015).

*“Human beings were designing well before we began to walk upright.”*⁵
(MIT Press, 2015, p. 7).

Do que se entende por design, palavra com origem no latim “*designare*”, é um termo que abrange tanto a ação de designar como a de desenhar. Desta forma, trata-se de um conceito ambíguo entre aquilo que é abstrato de se projetar e o mais concreto de representar (Cardoso, 2000, p.16). A primeira vez que a palavra foi empregue, no século XVII, pelo *Oxford English Dictionary*, foi pouca a sua relevância. Passou, no entanto, a ser mais aplicada no século XIX quando começam a surgir por toda a Europa inúmeros trabalhadores que se auto denominavam de designers (Cardoso, 2000). Ao começar a perceber-se o conceito, algo que o diferenciava de práticas como a do artesanato era o facto do designer ficar pela fase projetual, sendo o produto fabricado por outros indivíduos, ou até por recursos mecânicos (Cardoso, 2000, p.17).

Segundo Papanek, em 1984, eram poucas as profissões mais prejudiciais do que o design industrial, afirmando que possivelmente apenas uma seria menos genuína, o design de publicidade, onde o designer tenta persuadir o consumidor a comprar aquilo que não precisa, com dinheiro que não tem, isto tudo em prol de impressionar outros que não querem saber. Decerto que o design já passou por esta fase de melhoria de aparência e atratividade dos produtos, no entanto, atualmente as empresas tendem a pedir soluções que respondam o melhor possível às necessidades do consumidor (Serrat, 2017, p. 130).

⁴ Tradução livre da autora: “O design é o esforço consciente e intuitivo para impor uma ordem significativa.” (Papanek, 1984, p.4).

⁵ Tradução livre da autora: “Os seres humanos fizeram design antes de começarmos a andar de pé.” (MIT Press, 2015, p.7).

O autor Mário Moura, em 2018, afirma que a prática do design se tornou um instrumento de governação neoliberal. Era ignoto se as decisões tomadas pelos designers poderiam mudar o mundo ou se, por outro lado, não passariam de mera decoração que nada fazia. Certamente que o design tem vindo a mudar parte dos seus princípios ao longo da sua história, no entanto, é algo que se percebe ainda com alguma dificuldade (Moura, 2018, p. 59).

O industrialismo, ao atingir alguma maturidade, levou a uma entrada percebida como uma era de capitalismo moroso. Por um lado, poderia estar a ser criada uma dependência na expansão contínua não só da produção como do consumo, de modo a que qualquer ameaça a essa perspetiva económica instigaria a um colapso do sistema financeiro mundial. Sob outra perspetiva, essa mesma mentalidade consumista seria responsável pelo aumento consecutivo dos problemas ambientais (Cardoso, 2000, p. 210). Tendo tudo isto em conta, para Cardoso (2000) um dos maiores desafios do designer pós-moderno pode assentar sobre o equilíbrio entre o mercado e o meio ambiente. Acrescenta ainda que de grandes crises podem nascer grandes momentos, afirmando que existe uma vasta oportunidade para que os designers criem e apresentem novas bases para as práticas da sua profissão no século XXI (Cardoso, 2000).

*“All men are designers.”*⁶ (Papanek, 1984, p. 3).

Tudo o que fazemos é design, tratando-se de algo básico para a atividade humana (Papanek, 1984, p. 3). O design é descrito como um “esforço consciente e intuitivo para que seja imposta uma ordem significativa” (Papanek, 1984, p. 4). Apesar do termo “intuitivo” fazer muito sentido, para o autor, na definição de design, este é dificilmente considerado como um processo de design ou uma aptidão, contudo, tem um grande peso e pode influenciar muito o design em si (Papanek, 1984, p. 4). Manzini, em 2015, afirma, à semelhança de Papanek, que o ser humano, ao deparar-se com novas contrariedades, tende a usar a sua criatividade ingénita para gerar algo novo, isto é, inova. Assim sendo, ao resolver os seus próprios problemas poderá estar a acrescentar muito ao mundo (Manzini, 2015, p. 9).

O design tem vindo a mudar drasticamente desde a criação da primeira ferramenta de caça. Nos dias que correm os designs são de maior complexidade nos seus decursos, sistemas e serviços (MIT Press, 2015). Segundo a MIT Press (2015) todas as profissões de design: agem no mundo físico; abordam necessidades humanas; criam o ambiente construído. Dentro das necessidades humanas, muitos dos problemas envolvem situações sociais e políticas complicadas, desta forma,

⁶ Tradução livre da autora: “Todos os humanos são designers.” (Papanek, 1984, p. 3).

os designers tiveram de se tornar “cientistas do comportamento”. Encontram-se, todavia, mal preparados, no que toca à sua educação, para este tipo de problemas e tarefas (MIT Press, 2015). Apesar de haver quem defenda que “olho novo consegue produzir soluções inovadoras”, acabam por não perceber no final o porquê de tais soluções não serem executadas, ou, quando o são, porque é que fracassam (MIT Press, 2015).

A filosofia da maioria dos designers no séc. XX era industrializada e baseada em 5 mitos (Papanek, 1984):

1. A produção em massa;
2. A obsolescência;
3. Do querer;
4. Falta de controlo dos designers;
5. A qualidade não importa.

O que o autor identifica, como aprendizagem destes cinco mitos, é que os designers têm mais controlo do que pensam ter (Papanek, 1984, p. 233). Um design para as necessidades das pessoas deve prevalecer sobre o seu querer ou o que julgam querer (Papanek, 1984, p. 234). Negligenciados têm vindo a ser os designs para o 3º mundo, para os inadaptados, bem como o aplicado à medicina. Estas são algumas das possibilidades que a prática do design pode seguir (Papanek, 1984, p. 234).

“The action of the profession has been comparable to what would happen if all medical doctors were to forsake general practice and surgery and concentrate exclusively on dermatology, plastic surgery, and cosmetics.”⁷ (Papanek, 1984, p. 247).

O modelo tradicional de design foi arquitetado no início do século XX, sendo esta prática vista como uma atividade de *experts*, que começou pela produção industrial de diversos produtos e foi progredindo para outras matérias (Manzini, 2015, p. 53). Uma nova abordagem, sendo esta baseada no ponto de vista de Manzini, é a do design como prática que diga respeito à forma como

⁷ Tradução livre da autora: “A ação da profissão tem sido comparada com o que aconteceria se todos os médicos procurassem exercer apenas em dermatologia, cirurgia plástica e cosmética em detrimento da medicina geral e cirúrgica.” (Papanek, 1984, p. 247).

as coisas devem ser, com o objetivo de se chegar a funções desejadas e com propósito (Manzini, 2015, p. 53). Todo o design deveria focar-se em promover as experiências sociotécnicas (Manzini, 2015, p. 54).

“Can there really be a design culture and practice in this new century able to assume this role in social and technological innovation? The short answer is: yes, but we have to work on it.”⁸ (Manzini, 2015, p. 29).

É essencial que se criem processos mais sociais e inclusivos, assim sendo, o designer terá de abraçar um tipo de análise mais reflexiva e legitimar este tipo de questões, podendo assim avançar para um tipo de design socialmente responsável e consciente (Gregory, 2018, p. 220).

⁸ Tradução livre da autora: “Poderá realmente existir uma cultura e uma prática de design neste novo século capaz de assumir este papel na inovação social e tecnológica? A resposta curta é: sim, mas temos de trabalhar nesse sentido.” (Manzini, 2015, p. 29).

3.3 Design Social

*“Healthy professions transform themselves over time;”*⁹ (Davis, 2005, p. 67).

Existe a necessidade de mudança dentro das profissões, esta mudança ocorre quando a prática se depara com novas condições, sejam estas sociais, tecnológicas ou económicas (Davis, 2005, p. 67). A evolução das áreas tradicionais acaba por se transformar em novas práticas (Davis, 2005, p. 68).

São várias as definições dadas ao conceito de design social, sendo Daniel Scott (2012, p. 10) desta opinião quando refere que dar uma definição ao design social pode ser problemático, desta forma, muitos foram os que adotaram as suas próprias definições. Mostra assim uma das parcerias entre o *Design 21 e a revista GOOD*, onde criaram um concurso *online* para que pudessem perceber como é que outras pessoas definem e percecionam o design social. Tendo o autor escolhido três que, no seu entender, preenchem todos os requisitos do mesmo:

“Design, which promotes the betterment of society as a whole – its people, its environment, its culture”.¹⁰

“Design that’s shaped by society and its collective consciousness, rather than design with the intention of shaping society (and that collective consciousness) to its mould”.¹¹

“Social design is those things we create that consider issues beyond the bottom line. It is design with attention paid to environmental impact, labour practices, and the common good. Social design isn’t extravagant, it is just enough, it is witty, fun, and practical. It encourages a response through how it looks or how it is used. It promotes community rather than further detachment from the world around us”.¹²

⁹ Tradução livre da autora: “Profissões saudáveis transformam-se com o tempo” (Davis, 2005, p. 67).

¹⁰ Tradução livre da autora: “Design, que promove a melhoria da sociedade como um todo - o seu povo, o seu meio ambiente, a sua cultura”

¹¹ Tradução livre da autora: “Design moldado pela sociedade e pela sua consciência coletiva, em vez de design com a intenção de moldar a sociedade (e essa consciência coletiva) aos seus moldes”

¹² Tradução livre da autora: “Design social são as coisas que criamos e que consideram as questões para além do resultado financeiro. É um design que atende ao impacto ambiental, às práticas laborais e ao bem comum. O design social não é extravagante, é apenas o suficiente, é espirituoso, divertido e prático. Ele encoraja uma resposta por meio de aparência ou de como é usado. Promove a comunidade em vez de um maior distanciamento do mundo ao nosso redor”

Não havendo uma definição do conceito no seu todo, Scott procurou a descrição das palavras em separado, afirmando que esta será uma das formas mais claras de perceber o termo (Scott, 2012). Segundo o Dicionário de Oxford, social é algo relacionado com a sociedade ou a sua organização, assim sendo, pode perceber-se o design social como sendo o design ou processo de design que se relaciona com a sociedade ou a organização da mesma (Scott, 2012).

De uma forma mais direta e simples, o design social traduz-se no desenvolvimento de produtos que acima de tudo respondam às necessidades exclusivas de comunidades menos favorecidas, seja isto de um modo social, cultural ou económico (Pazmino, 2007, p. 3). Trabalha também sobre direitos e necessidades básicas, o impacto e inovação social e ainda a sustentabilidade (Veiga & Almendra, 2014). Este tipo de design passa pela ação em áreas onde normalmente não há empenho por parte do designer, onde não há interesse por parte da indústria em apresentar soluções que motivem a uma melhoria na qualidade de vida da comunidade em questão. A abordagem social deve levar a um tipo de produção solidária e espelhar a responsabilidade social e moral do design (Pazmino, 2007, p. 3).

Para Nicos Souleles (2017), é importante que se compreenda este design para *social change*, isto é, para uma mudança social, como um termo abrangente que cobre um grande leque de atividades que partilham de um foco, o foco nas questões sociais. Existindo assim vários termos paralelos, esses termos são: design social; design de transformação; design de impacto social; design humanitário; design socialmente responsável; design de interesse público (Souleles, 2017, p. 929); design de inovação social; design para o bem social; design útil (Veiga & Almendra, 2014).

Outros autores acreditam que o termo “Design Social” tem grande potencial para ser o termo generalista que pode servir como nome da prática em questão, tendo como justificação o facto de se reconhecer instantaneamente o âmbito de ação e por se tratar de um termo aberto e abrangente (Veiga & Almendra, 2014). O design tem como finalidade e característica a resolução de problemas, assim sendo, a palavra social, aponta para problemáticas e necessidades inerentes à sociedade, às comunidades, ou seja, ao ser humano (Veiga & Almendra, 2014). As autoras defendem que essas questões acabam por não ser somente sociais, sendo estas também de origem política, económica, ambiental e cultural (Veiga & Almendra, 2014). Esta prática acaba por ser a forma como se lida com aqueles que são os aspetos éticos e morais contemporâneos (Mihir, 2014, p.48). Tendo em conta que todos os aspetos mencionados têm como foco a condição humana e são motivados pela sociedade em si, podem todos ser reconhecidos como questões sociais (Veiga & Almendra, 2014).

Quando se trabalha com design social existem certos fatores importantes que devem ser levados em consideração, sendo vários os autores que realçam alguns dos pontos, metodologias e estratégias a ter em conta. Começando por Daniel Scott (2012) que indica o autor Andrew Shea, como referência na conceção de estratégias base para um processo de design social dentro do design gráfico e direcionadas a um pequeno nicho da comunidade, disponíveis no livro *“Designing For Social Change: Strategies For Community-Based Graphic Design.”*. Seguem-se as dez estratégias apresentadas por Shea: 1) Entrega-te; 2) Cria Confiança; 3) Promete apenas aquilo que consegues dar; 4) Prioriza o processo; 5) Confronta as controvérsias; 6) Identifica os pontos fortes da comunidade; 7) Utiliza os recursos locais; 8) Projeta com a voz da comunidade; 9) Responsabiliza as comunidades; 10) Mantem o compromisso. Para Scott (2012) trata-se de uma estratégia bastante completa que deve estar presente no processo base de um designer que preze pela responsabilidade social.

Pazmino (2007) apresenta também algumas das diretrizes de um projeto de design social, passando estas pelo uso de materiais simples, locais e de fácil aquisição por parte da comunidade, havendo também a necessidade de que sejam de baixo custo. Realça também a utilização de mão de obra com facilidade de absorção do conhecimento aplicado e o facto se ter o cuidado, no processo de fabricação, de usar tecnologias dominadas pela população local. Tanto o projeto como o produto final do mesmo devem ser adequados ao contexto sociocultural em que se insere e este terá de ter uma boa funcionalidade e usabilidade. É importante também que reflita o estilo de vida local, valorizando sempre os aspetos sociais, culturais e ambientais. Deve promover um ciclo de vida longo, do produto, como também garantir que é fácil de fabricar, montar, manter, desmontar e ainda reciclar (Pazmino, 2007, p. 4).

*“Offers deeper understanding of the social-cultural worlds of the users and the designers”*¹³(Ventura & Bichard, 2016, p. 8).

O conhecimento social significa não só a criação de objetos mais adequados, mas também se deve basear em dados diretamente recolhidos dos utilizadores (Ventura & Bichard, 2016, p. 7). Assim sendo, deve ser focado e baseado na realidade do beneficiário final. O que poderá ajudar a que se criem soluções mais adequadas é a aplicação de metodologias antropológicas nos processos de design (Ventura & Bichard, 2016, p. 7). Os autores defendem também que é essencial a presença e apoio incessante dos antropólogos de design, bem como uma inclusão na realidade

¹³ Tradução livre da autora: “Oferece uma compreensão aprofundada dos universos socioculturais dos utilizadores e dos designers” (Ventura & Bichard, 2016, p. 8).

sociocultural do beneficiário. Este tipo de metodologia, sempre que aplicada corretamente é benéfica sendo que cria uma imagem limpa daquele que é o universo do utilizador. A noção do antropólogo de design leva-o a ser um guia ético dentro da equipa, sendo capaz de identificar questões ocultas capazes de manipular o processo de design (Ventura & Bichard, 2016, p. 7).

Um designer pode ser socialmente responsável ao assumir a responsabilidade e consequências do seu trabalho, no entanto, isto não implica que esse designer seja um designer social (Veiga & Almendra, 2014). Para Inês Veiga e Rita Almendra (2014) o design social exige aos designers uma forma de trabalho diferente dentro da área que é o design, tendo em conta que este terá de responder a abordagens, princípios e objetivos específicos dependendo do contexto em que se insere. A área do design em questão pode acabar por parecer utópica, no entanto, trata-se de algo importante para que se faça da vida algo realmente gratificante (Mihir, 2014, p.48).

Em Portugal, o Design foi uma área que demorou a ser notada pela sociedade. Como tal, espera-se que o mesmo aconteça com o Design Social, havendo alguma dificuldade para que seja credível e identificado pela sociedade portuguesa (Martins, 2013, p. 28). É importante mencionar que, com a criação do design social, nada de social foi retirado ao design. O social será apenas enfatizado, salientando as suas qualidades, nunca cortando completamente as suas ligações ao design em geral, reforçando assim ainda mais esta união (Martins, 2013, p. 29).

3.4 Ensino do Design

São cada vez mais os problemas a enfrentar nos dias que correm, desta forma, é perceptível que o mundo precisa de mais designers, no entanto, nem os próprios designers sabem como enfrentar e combater estes problemas (Anand & Haag, 2014). A MIT Press (2015) diz não haver treino e educação quando toca a problemas complexos e bloqueios da complexidade do comportamento social do ser humano, ou até mesmo quando se trata de ciências do comportamento. O design deve ser mais centrado no ser humano, de outra forma perde a capacidade de perceber o que é realmente necessário e preciso pelas comunidades (Anand & Haag, 2014).

Segundo Rocha et al. (2018a) existe uma falha, nas escolas de design, entre o que se está a ensinar e o que é realmente necessário para o mercado atual. Acrescentam que os cursos em geral tendem a evidenciar, na sua formação, as disciplinas e cadeiras mais técnicas, estando assim a desconsiderar aspetos essenciais das ditas dinâmicas sociais, afirmando que essas mesmas dinâmicas necessitam ser reintegradas no planeamento universitário de design (Rocha et al., 2018a, p. 2916). Uma boa educação passa também pela oferta de recursos que ajudem na resolução de problemáticas pouco previsíveis, deve promover uma perspetiva focada na criação de experiências autênticas e acessíveis (Pullman, 2005, p. 171). É essencial que se formem designers mais críticos e conscientes das suas resoluções de projeto, o que pouco tem a ver com a formação dos mesmos meramente para questões sociais. É necessário que estes designers continuem a criar e produzir para o mercado, no entanto, com a consciência do impacto que possam vir a ter as decisões a tomar ao longo do seu processo de criação (Rocha et al., 2018a, p. 2917).

*“The impact upon the education of designers will be immense.”*¹⁴ (Sandres & Stappers, 2008, p. 11).

O ambiente que rodeia os alunos é um fator chave na sua aprendizagem, no entanto, tem sido negligenciado e pouco modificado pelos docentes (Rocha et al., 2018a, p. 2922). Sendo uma boa abordagem aquela que se integra no “terreno”, ou seja, aula em espaço aberto, onde é possível perceber a dinâmica natural e os atributos colabortivos, podendo assim discutir os desafios apresentados (Rocha et al., 2018a, p. 2923). Ao estarem a lidar com problemas reais os alunos

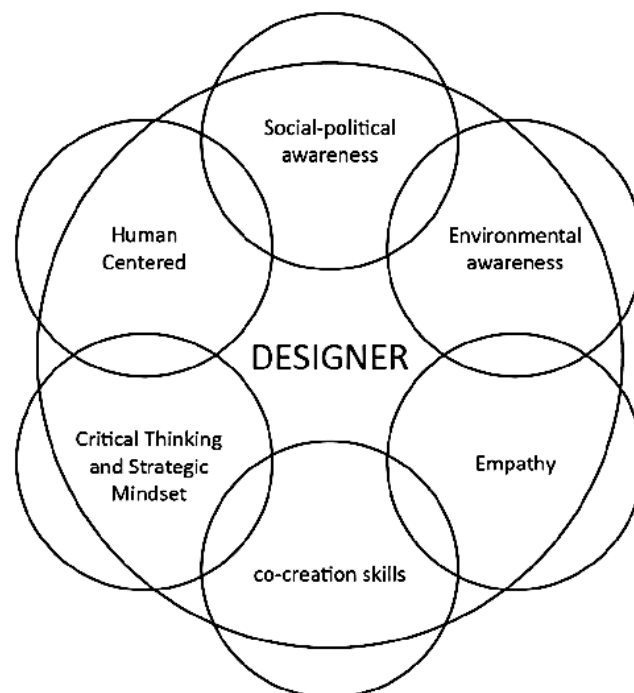
¹⁴ Tradução livre da autora: “O impacto sobre a educação dos designers será enorme.” utilizador (Sandres & Stappers, 2008, p. 11).

estão, não só, a criar empatia, como também, a conectar-se com os problemas em si (Rocha et al., 2018a, p. 2924).

Os autores acrescentam que, uma evolução do mercado pode trazer algumas respostas sobre quais as habilitações imprescindíveis para que um designer seja mais completo, designer esse que acabará por estar mais apto a ajustar-se a um tipo de mercado mais complexo do que aquele com que se batalhava há alguns anos (Rocha et al., 2018a). Apresentando assim uma figura que ilustra as “*New Skills for the contemporary designer*”¹⁵, Figura 3.

Figura 3

“*New Skills for the contemporary designer*” (Rocha et al., 2018a, p. 2916).



Nota. A presente figura foi retirada do artigo “*Paradigm Shift in Design Education: An overview on issues and possibilities for change.*” de Rocha et al. (2018a, p. 2916).

As características apontadas pelos autores, na Figura 3, são: Consciência Socio – Política; Consciência Ambiental; Empatia; Competências de cocriação; Pensamento Crítico e uma mentalidade estratégica; Centrado no Humano. Muitas vezes é posto de lado o verdadeiro e preciso valor dos projetos, prevalecendo os valores económicos dos mesmos. São, contudo, muitos os designers que se deixam levar, ainda nos dias de hoje, por este tipo de pensamento (Rocha et al., 2018a, p. 2918).

¹⁵ Tradução livre da autora: “Novas competências para o designer contemporâneo” (Rocha et al., 2018a, p. 2916)

Dentro daquilo que é a relação docente-discente, Souleles (2017) refere que o tipo de abordagem formal e institucional feito pelas pedagogias centradas no professor, nunca foi distinguida por desafiar o progresso intelectual dos alunos no geral. Acrescenta tratar-se de um dos métodos de aprendizagem mais apresentado e utilizado pelos docentes. Descreve que envolve a apresentação individual ou a pares dos projetos já completados pelos alunos, tudo isto na presença do professor e, por vezes, de um especialista na matéria. Este critério tem como objetivo o feedback informal por parte dos mesmos, funcionando como uma forma de avaliação formativa. No entanto, segundo Nicos Souleles, tendo em conta que o que prevalece passa a ser a visão do docente, muitas vezes sem discussão, este critério é descrito como um meio preponderante para a enculturação dos estudantes. Há quem defenda que é tempo de mudança nas dinâmicas entre professor e aluno, Rocha et al. (2018a) apresentam como solução a metodologia *Project-Based Learning* (PBL), onde os docentes não se encontram à frente dos alunos, mas a seu lado. (Rocha et al., 2018a, p. 2921). Ao fechar o processo de discência em módulos está-se a ignorar as qualidades multidisciplinares do design (Rocha et al., 2018a, p. 2920).

Os discentes mais experientes podem assumir papéis de liderança no ambiente onde se integram, com as responsabilidades do recrutamento de parceiros da sua comunidade, definição de objetivos dos projetos, organização de equipas e as apresentações (Easterday et al., 2018, p. 71).

Apesar das universidades oferecerem, na sua formação, projetos realistas, os objetivos iniciais do projeto e a implementação do mesmo são geralmente inexecutáveis durante a duração do curso. Para além disso, os programas universitários são reduzidos, alcançando apenas um pequeno número de estudantes, para não falar na durabilidade dos “semestres” que não possibilita estes mesmos alunos de desenvolver as competências de liderança que o design social gera. (Easterday et al., 2018, p. 66). A aprendizagem requer maiores recursos de ensino do que a oferta universitária dispõe, o que leva ainda a mais restrições de alcance (Easterday et al., 2018, p. 67), sendo que é importante que designers, em processo de aprendizagem, estejam inseridos em comunidades e contextos autênticos (Hoadley, 2012, p. 290).

São muitas as abordagens possíveis no design, este pode ser industrial, inovador, gráfico, de serviços, entre outros, no entanto, estas práticas são estreitas e escassas na integração de debates sociais amplos (Ventura & Bichard, 2016, p. 3). É necessário que a educação do design se adapte a abordagens longínquas ao que é o modelo tradicional das artes visuais, isto é, que se tornem mais interdisciplinares, colaborativas e que se rodeiem mais das ciências sociais e humanas (Gregory, 2018, p. 226). Para Gregory a educação do design pode desenvolver uma perspetiva mais flexível

onde poderá nem existir um produto final, mas onde se pode perceber novos futuros para a profissão através de uma abordagem social.

O design carece de um novo paradigma tendo em conta que o modelo de mercado se concentra na fabricação excessiva de materiais fúteis em resposta às necessidades reais do mercado (Easterday et al., 2018, p. 65). É perceptível que o papel do designer na sociedade está a sofrer alterações, estando este a mudar de produtor para facilitador, tendo de integrar equipas multi- e interdisciplinares (Ventura & Bichard, 2016, p. 12). É, desta forma, necessário que os designers se vejam não como instrumentos de produção, mas sim como líderes intelectuais (Ventura & Bichard, 2016, p. 12).

*“(...) how might we organize design education for social design?”*¹⁶
(Easterday et al., 2018, p. 64).

¹⁶ Tradução livre da autora: “(...) como poderemos nós organizar a educação do design para o design social?” (Easterday et al., 2018, p. 64).

3.5 Ensino do Design Social

“Design has transitioned progressively from a consumer focused discipline to a human-centred one with a more complex agenda, and design education must follow suit, to equip future designers in the skills needed to address new social challenges and forge novel career paths.”¹⁷ (Dhaundiyal & Pant, 2020, p.13).

Avançar com um modelo social de design exige a preparação de novos designers para que seja executável. Tem sido dada, no entanto, pouca atenção às mudanças na formação dos designers, mudanças estas que os possam preparar para projetarem com foco nas populações necessitadas, e não somente para o mercado em geral (Margolin & Margolin, 2002, p. 24). Os investigadores, na área da formação em design, devem determinar que competências se aplicam aos designers sociais, que recursos e fraquezas apresentam os designers sociais juniores, e os percursos que seguem e pelos quais se tornam designers sociais competentes (Easterday et al., 2018, p. 65).

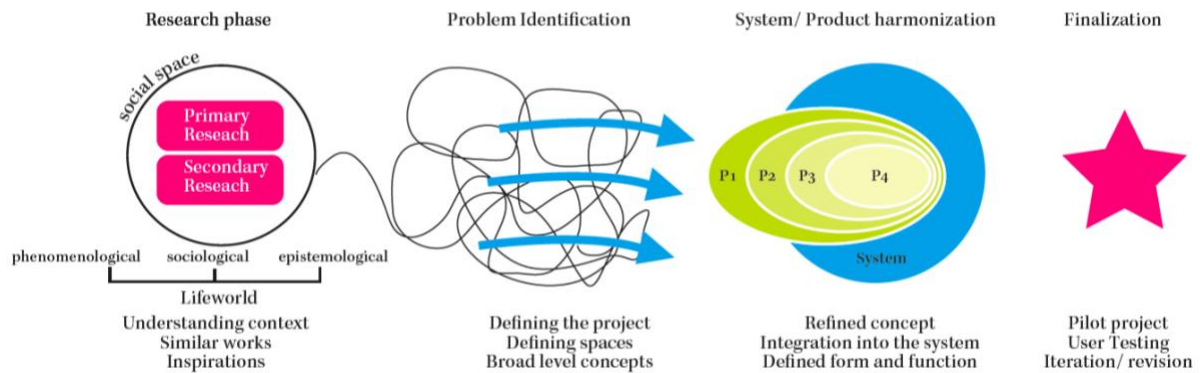
A pesquisa primária de um designer deveria começar pela sua percepção do espaço social em que se poderá inserir. Este entendimento do espaço social tem três perspetivas, sendo a epistemológica a que abrange as “condições de vida”, isto é, a disponibilidade de recursos materiais, a situação de emprego atual, quais as condições de habitação, o ambiente social que rodeia o indivíduo, entre muitos outros. Isto porque o designer tem que perceber as condições de vida presentes para que, por consequente, desenhe e projete para o presente (Anand & Haag, 2014).

O género de pesquisa que aborda práticas como a etnografia pode constituir um desafio para o comum designer, dado que, da barreira linguística às diferenças culturais, deve estar cada vez mais preparado para executar uma pesquisa primária, essencial para a prática do design social (Anand & Haag, 2014).

¹⁷ Tradução livre da autora: “O design passou progressivamente de uma disciplina centrada no consumidor para uma disciplina centrada no ser humano com uma agenda mais complexa e, a educação em design deve seguir o exemplo, para munir os futuros designers de competências necessárias para enfrentar novos desafios sociais e traçar novos percursos de carreira.”¹⁷ (Dhaundiyal & Pant, 2020, p.13).

Figura 4

“The Social Design Framework”¹⁸ (Anand & Haag, 2014).



Nota. Figura retirada do artigo “A framework for teaching Design for Social Impact” de Anand e Haag (2014).

A figura acima representada trata a perspetiva de Anand e Haag do que poderá ser a estrutura projetual do design social enquanto prática. Começando numa pesquisa detalhada da sociedade a ser trabalhada, dividida em dois segmentos, a pesquisa primária e a secundária, partindo daí para uma perceção e definição do projeto, isto é, a identificação do problema. De seguida é realizada uma harmonização do produto e redefinição do conceito a ser aplicado. Com este tipo de experiências, está-se a formar para ensinar e trabalhar no mundo complexo que é o design social (Anand & Haag, 2014).

*“Education, in general, and Higher Education (HE) in particular, have a critical role to play in helping achieving the intended process of sustainable social change in the context of rapid technological pace.”*¹⁹ (Ferreira et al., 2018, p. 2).

Salientam-se 3 abordagens necessárias para um tipo de ensino e sociedade orientados para as competências (Ferreira et al., 2018, p. 5):

1. É necessária uma utilização variada de abordagens e ambientes de aprendizagem;
2. O apoio dos docentes;
3. Uma validação das aptidões adquiridas e do seu impacto real.

¹⁸ Tradução livre da autora: “Estrutura do design social” (Anand & Haag, 2014).

¹⁹ Tradução livre da autora: “A educação em geral e o Ensino Superior (ES) em particular, têm um papel crítico a desempenhar para ajudar a alcançar o processo pretendido de mudança social sustentável num ritmo tecnológico rápido.” (Ferreira et al., 2018).

Os docentes universitários dirigem geralmente laboratórios, fábricas, de pesquisa de design focados no design social. Os laboratórios apoiam trabalho aprofundado que gera tanto teoria como produtos de design social, envolvendo recorrentemente alunos de vários ciclos de estudos. O constrangimento reside no facto de os projetos estarem limitados aos interesses de investigação das universidades e ao financiamento disponível, treinando apenas alguns alunos (Easterday et al., 2018, p. 66).

Fora da sala de aula, mas ainda dentro da esfera universitária, rica em recursos, os grupos trabalham até que as suas soluções sejam implementadas nas comunidades, desta forma se preparam discentes para saídas profissionais em design social, fornecendo-lhes experiências reais (Easterday et al., 2018, p. 69).

É entendido que, para que se perceba a inovação social e a sustentabilidade, esta não deve estar isolada e dependente de um docente, deve, na verdade, fazer parte do ADN do curso em si. Compreende-se ainda que deve ser abordado do mais simples ao mais complexo ao longo dos três anos de licenciatura, assim sendo, poderá ser possível uma perceção e mudança por parte do aluno de design (Rocha et al., 2018b).

“By not embedding these issues as core pillars to design education, students are not guaranteed to be exposed to the topics and may not understand the importance and impact of design in social innovation and sustainability.”²⁰
(Rocha et al., 2018b)

Tanto a aprendizagem como o impacto do design social acontecem por intermédio de projetos que tendem a resolver desafios sociais do mundo real (Easterday et al., 2018, p. 70).

Para Souleles (2017) são várias as estratégias que se podem encontrar num projeto de design para *social change*, no entanto refere que no topo da lista podemos encontrar metodologias como o *design thinking* e etnografia. Segundo o autor estas estratégias são semelhantes na medida em que implicam que haja um ciclo interativo nas etapas de identificação do problema, diagnóstico, planeamento, desenvolvimento da solução e na avaliação da mesma. Têm também a particularidade e necessidade de colaboração com o beneficiário. O ensino do design precisa de apresentar estratégias centradas no utilizador e baseadas nos testemunhos, e desta forma

²⁰ Tradução livre da autora: “Ao não incorporar estas questões como pilares centrais da educação em design, os estudantes não estão garantidos de serem expostos aos tópicos e podem não compreender a importância e o impacto do design na inovação social e na sustentabilidade.” (Rocha et al., 2018).

aproximar-se-á de abordagens de design que apresentarão uma vasta variedade de intervenções sociais de sucesso (Souleles, 2017, p.934). É necessária também uma abordagem mais aprofundada das ciências sociais, tais como, sociologia, psicologia, entre outras (Margolin & Margolin, 2002). Pelo que é possível observar, poucas são as faculdades que criam e treinam designers sociais (Margolin & Margolin, 2002).

O ensino do design, dentro da concepção social já não está limitado aos docentes que atuam como agentes de transmissão de conhecimento nem a discentes que procedem apenas como recetores desse conhecimento (Cheng & Chou, 2019). Numa forma de ensino mais inovadora e experimental o professor pode mover-se entre quatro papéis, sendo estes: facilitador, orientador, avaliador; especialista (Cheng & Chou, 2019).

Para a formação de designers sociais exigem-se novas abordagens no ensino. Ainda que feitos apelos nos últimos anos, para que fossem desenvolvidos novos modelos de educação em design social, tem havido pouco trabalho na elaboração de uma teoria formal de educação em design social (Easterday et al., 2018, p. 64). Permanece assim a esperança nos designers, investigadores e docentes mais preocupados e interessados no tema (Margolin & Margolin, 2002).

3.5.1 Abordagens principais da prática

3.5.1.1 *Design Thinking e Human Centered Design*

*“Design thinking is a human-based approach to innovation that aims to establish creative ideas and effective business models by focusing on the needs of people.”*²¹ (Muller-Roterberg, 2020, p. 9).

A IDEO é uma das empresas pioneiras no foco pela metodologia do *design thinking*, tendo sido esta referida anteriormente, por outros autores, como referência positiva nos processos de design social. Trata-se de uma empresa que atua na vertente do design e conhecida pela sua abordagem interdisciplinar e centrada no ser humano, conhecida por *Human Centered Design* (HCD), conta com mais de 600 trabalhadores, sendo estes designers, construtores, empresários, engenheiros, cientistas de dados e de comportamento, professores, investigadores, e outros especialistas (IDEO, 2019).

*“As early leaders in the practice of design thinking, we create positive impact through design by applying our creative mindsets and skills, and by teaching others to do the same.”*²² (IDEO, 2019).

Tratando-se de uma empresa que se foca nas práticas do *design thinking*, é importante entender a perceção da mesma quanto à metodologia em questão. “Do que se trata?”, “Que benefícios tem?” e “Como se processa?”, são várias as fontes onde podem ser retiradas estas informações, tendo em conta que a IDEO lançou vários livros, dentro dos quais “*Design Thinking for Educators*” lançado em 2012. No entanto, surgiu a necessidade de se criar um site que, de uma forma clara e direta, transpusesse essas mesmas informações, tendo sido então criado o “<https://designthinking.ideo.com/>” do qual foram retiradas as informações sobre a metodologia (IDEO, s.d.).

Segundo o site mencionado o *design thinking* reúne o que é desejável do ponto de vista humano, com o tecnologicamente exequível e o economicamente viável. Algo muito defendido pela IDEO é a possibilidade e capacidade de indivíduos não formados em design utilizarem ferramentas criativas para encararem quaisquer desafios (IDEO, s.d.). O *design thinking* acabou por

²¹ Tradução livre da autora: “O Design thinking é uma abordagem com base humana à inovação que visa estabelecer ideias criativas e modelos de negócio eficazes, concentrando-se nas necessidades das pessoas.” (Muller-Roterberg, 2020, p. 9).

²² Tradução livre da autora: “Como pioneiros na prática do *design thinking*, criamos impacto positivo através do design, aplicando as nossas mentalidades e competências criativas, e ensinando outros a fazer o mesmo”. (IDEO, 2019).

tomar a forma de um kit de ferramentas eficiente para os processos de criação e resolução de problemas, ao fazer a conexão entre a criatividade e o mercado tradicional enquanto abordagens. Passou então a ser mais fácil para as empresas executar os seus processos de inovação de uma forma mais criativa e competente (Tschimme, 2012, p. 2).

“IDEO did not invent design thinking, but we have become known for practicing it and applying it to solving problems small and large.”²³ (IDEO, s.d.).

A IDEO afirma que não existe uma definição única para o *design thinking*, acrescenta que se trata de uma ideia, uma estratégia, uma metodologia e ainda uma forma de ver o mundo. Para a empresa é, assim, uma forma criativa para a resolução de problemas. Acrescenta que não se trata de algo à prova de erro e falha, nem a única abordagem a ter em conta. Ainda assim, com base no impacto que observam no trabalho feito até aos dias de hoje, podem constatar que nunca o *design thinking* foi tão grande (IDEO, s.d.). Dentro do design para a inovação social e organizacional, as soluções para as questões sociais não são conduzidas pelo lucro a ser feito no final. É, portanto, visto, o *design thinking* dentro desta abordagem, como algo que começa nas e com as pessoas e faz delas a prioridade do processo (Muller-Roterberg, 2020, p. 13). Muller-Roterberg (2020) diz também que os resultados finais da abordagem podem passar pela criação de produtos, serviços ou até mesmo de conceitos. Outros autores como Ventura e Bichard (2016) defendem que se trata de um conceito aliciante que se disseminou entre os designers, ainda assim aquém das bases de design social, sendo que se encontra mais orientado para as empresas e produções em massa do que em produtos essenciais.

A empresa (IDEO) diz ser uma comunidade de designers que partilham de mentalidade e pensamento tendo em conta a sua profissão. No entanto, as suas equipas são multidisciplinares que integram desde designers gráficos, industriais, arquitetos ambientais, engenheiros e ainda, dentro das áreas das ciências sociais, psicólogos e antropólogos. Uma característica interessante da equipa é a adoção de uma *“beginner’s mind”*, mente de principiante, com o objetivo de permanecerem abertos e curiosos, para que não se assuma nada e se veja a incerteza (ambiguidade) como uma oportunidade (IDEO, s.d.).

²³ Tradução livre da autora: “A IDEO não inventou o *design thinking*, mas tornámo-nos conhecidos por praticá-lo e aplicá-lo na resolução de problemas pequenos e grandes.” (IDEO, s.d.).

No seu livro, “*Design Thinking For Dummies*”, Christian Muller-Roterberg (2020) apresenta um conjunto de princípios básicos para que se perceba melhor esta metodologia que é o *design thinking*, esses princípios estão representados na Tabela 1, gerada para uma melhor compreensão dos mesmos.

Tabela 1

Princípios de *Design Thinking*

Estar-se alinhado com as pessoas e as suas necessidades desde início	Nesta fase é importante que se envolva de forma ativa os consumidores finais no desenvolvimento da solução.
Desenvolver empatia	Onde o designer se põe no lugar do utilizador e explora os seus sentimentos, pensamentos, as suas ações e intenções para o projeto.
Ilustração de ideias	A etapa da prototipagem do que foi pensado, esta prototipagem é importante para que o utilizador visualize e experimente a solução.
Aprender com o erro	É necessário que se crie uma relação natural que acolha o erro para que este seja tolerado e consecutivamente assimilado.
Garantir uma equipa diversificada	Este princípio aconselha a que haja diversidade de idades, géneros, culturas, entre outros, para que se obtenham perspetivas diferentes.
Espaços criativos e orientados para a equipa	Este ponto sugere que sejam determinados diferentes locais, salas e disposições das mesmas para as diferentes etapas do processo de <i>design thinking</i> .
Um processo flexível	Sendo que o <i>design thinking</i> fomenta um tipo de abordagem gradual, basta que se analise o problema, se organize a tarefa, desenvolva possíveis respostas e ideias iniciais, que estas mesmas ideias sejam essas testadas e que se perceba a informação dos feedbacks.

Nota. A tabela assenta sobre uma leve sintetização da informação apresentada na página 14 de “*Design Thinking For Dummies*”, 2020.

O autor dá-nos, contudo, uma sugestão: é que não é necessário que se passe por estas fases como uma sequência, sendo um processo flexível, assim que requerido pode recuar-se nas etapas (Muller-Roterberg, 2020, p. 15). Já numa vista geral do processo de *design thinking* o autor apresenta algumas fases, primeiramente retratadas numa figura baseada no *Double Diamond Model* e, de seguida, numa descrição mais pormenorizada das mesmas. As fases passam pela/o: 1) perceção do problema; 2) observação do consumidor; 3) seleção de ideias; 4) o desenvolvimento de protótipo; 5) testagem das hipóteses. (Muller-Roterberg, 2020, p. 16).

Outra perspetiva é a da IDEO, conhecida também pelo seu foco na abordagem centrada no ser humano (HCD), lançou em 2015 o *HCD Toolkit “The Field Guide to Human-Centered Design”*, um termo que, segundo Nicos Souleles, faz parte de uma das abordagens do *design for social change*, isto é, o design social.

Segundo o guia mencionado ser-se um designer centrado no ser humano assenta no acreditar que todos os problemas, até os que aparentam não ter saída, sendo dados os exemplos como a pobreza e igualdade de géneros, são solucionáveis. Acreditam também que passa pela perceção de que, desde que se permaneça focado e que se fundamente o projeto no que foi retirado das pessoas e da interação com as mesmas, pode chegar-se a novas soluções das quais o mundo carece. Para que se seja um designer centrado no ser humano é necessário adotar um *mindset*, isto é, uma mentalidade e/ou pensamento (IDEO, 2015, p. 10).

*“Human-centered designers are unlike other problem solvers - we tinker and test, we fail early and often, and we spend a surprising amount of time not knowing the answer to the challenge at hand.”*²⁴ (IDEO, 2015, p. 10).

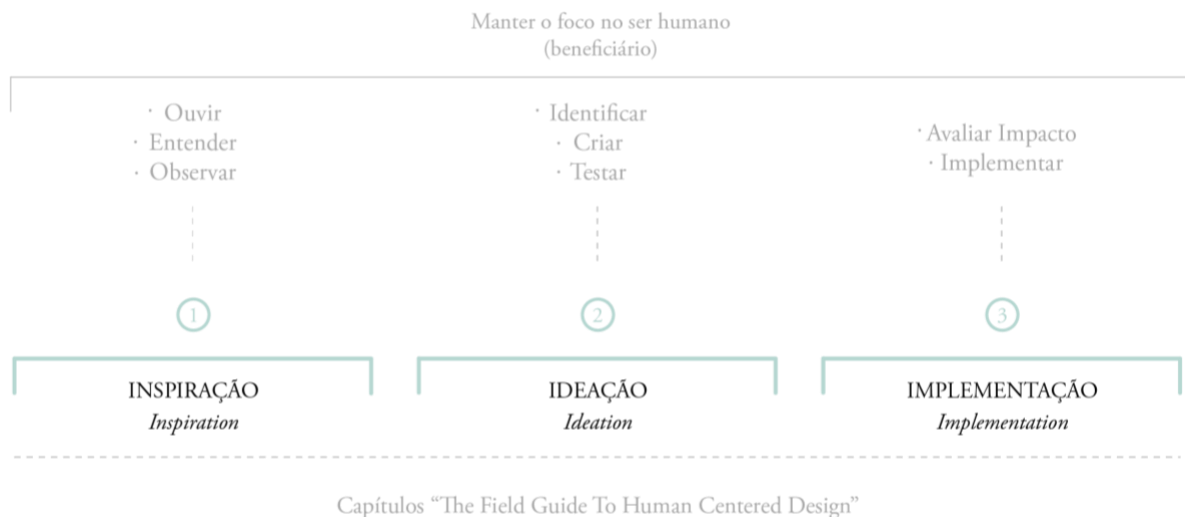
Essencialmente, o perfil aponta para alguém que se caracteriza como otimista e criador, alguém que experimenta e está constantemente a aprender, que acredita que existe solução e que, ao manter o processo focado nas pessoas para as quais se está a criar, chegará certamente a um bom desfecho em equipa. Há a crença de que, no final, com a abordagem completamente criativa, o desejo pela inovação e a confiança levará a soluções inimagináveis desde o início. Em síntese, são apontadas sete características que distinguem um designer centrado no ser humano dos restantes. Esses atributos são: 1) Empatia; 2) Otimismo; 3) Interação; 4) Confiança criativa; 5) Executar; 6) Abraçar a incerteza; 7) Aprender do erro (IDEO, 2015, p. 10).

²⁴ Tradução livre da autora: “Os designers centrados no ser humano são diferentes de outros solucionadores de problemas - nós mexemos e testamos, nós falhamos cedo e frequentemente, e passamos uma surpreendente quantidade de tempo sem saber a resposta para o desafio em mãos.” (IDEO, 2015, p. 10).

São muitas as metodologias e diretrizes presentes no guia criado pela IDEO, mas, de um modo geral, encontra-se dividido em três grandes capítulos, representados na Figura 5.

Figura 5

Esquema descritivo do “*The Field Guide To Human Centered Design*” (Autora, 2021).



Nota. A presente imagem tem como base as páginas 11, 29, 75 e 133 do *HCD Toolkit "The Field Guide to Human-Centered Design"*, 2015, tendo sido criada para sintetizar a informação descrita abaixo.

No primeiro capítulo - a Inspiração - a IDEO diz ser a fase que leva a um melhor entendimento das pessoas envolvidas, onde é feita uma observação do seu cotidiano e são ouvidas as suas ambições e expectativas (IDEO, 2015, p. 11). Apontam que, desde que se permaneça com o foco nos desejos da comunidade em questão as ideias vão certamente evoluir e tornar-se nas soluções mais indicadas para o projeto. É, portanto, uma fase com base na aprendizagem (IDEO, 2015, p. 29).

Já no ponto seguinte - a Ideação - é descrito como a etapa onde tudo o que foi observado e ouvido fará sentido, onde serão geradas inúmeras ideias e, por conseguinte, testadas e aperfeiçoadas as soluções (IDEO, 2015, p. 11). Essas mesmas ideias tornar-se-ão tangíveis, isto com a criação de protótipos. Daqui parte-se para a partilha dos mesmos com a comunidade, para o *feedback*. Depois de tudo isto, há um aperfeiçoamento e construção constante, até que se alcance a solução ideal (IDEO, 2015, p. 75).

Por fim - na Implementação - dar-se-á vida à solução que se obteve anteriormente e será também avaliado o impacto que esse design terá no mundo (IDEO, 2015, p. 11). É nesta etapa que se efetuará o teste piloto e onde se angariam parcerias. (IDEO, 2015, p. 133).

*“And you’ll know that your solution will be a success because you’ve kept the very people you’re looking to serve at the heart of the process.”*²⁵ (IDEO, 2015, p. 133).

²⁵ Tradução livre da autora: “E saberá que a sua solução será um sucesso, porque manteve as pessoas que procura servir no centro do processo.” (IDEO, 2015, p. 133).

3.5.1.2 *Design Participativo e CoDesign*

*“Over the past six decades, designers have been moving increasingly closer to the future users of what they design.”*²⁶ (Sandres & Stappers, 2008, p. 5).

Ao longo da pesquisa foi possível perceber que autores como Pieter Stappers e Elizabeth Sanders interpretam o design participativo e o codesign como sendo a mesma abordagem ou abordagens semelhantes, sendo que quando se referem a uma acrescentam “/” e mencionam o outro termo de seguida. O autor Spinuzzi (2005, p. 167) afirma que o design participativo realça a pesquisa colaborativa e o codesign, na medida em que, os designers que se encontram na investigação têm de chegar a conclusões em conjunto com os utilizadores finais.

*“The subtle difference between codesign and participatory design is that the latter strives to not only create a better-suited product, but has an ideological commitment to involving the end-users in the design process.”*²⁷ (Ventura & Bichard, 2016 p. 5).

O termo codesign ilustra a criatividade coletiva dos designers cooperantes (Sandres & Stappers, 2008, p. 6). Estes dois autores apresentam o codesign como tendo um sentido mais amplo, ao ligar a criatividade dos designers com a das pessoas não formadas em design, trabalhando assim em conjunto num processo de desenvolvimento e cooperação (Sandres & Stappers, 2008, p. 6). Os profissionais que empregam esta abordagem percecionam os utilizadores finais como colaboradores, como quem detém realmente de conhecimentos relevantes para o projeto (Ventura & Bichard, 2016, p. 5). Este tipo de ligação entre os designers e o beneficiário final dá força a um design mais ético e social (Ventura & Bichard, 2016 p. 5).

No design participativo o design em si é investigação, apesar de participativo baseia-se em métodos etnográficos. Tal como na etnografia, o design participativo assegura se a opinião e interpretações do interveniente são tidas em conta ao longo da pesquisa (Spinuzzi, 2005, p. 164). O objetivo desta abordagem não consiste apenas na perceção empírica da ação, mas também em prever e moldá-la ao que os utilizadores acham ser mais favorável (Spinuzzi, 2005, p. 164). Esta vertente do design deriva do *action research* (Spinuzzi, 2005, p. 166), um processo reflexivo (Pereira

²⁶ Tradução livre da autora: “Ao longo das últimas seis décadas, os designers têm vindo a aproximar-se cada vez mais dos futuros utilizadores daquilo que projetam.” (Sandres & Stappers, 2008, p. 5).

²⁷ Tradução livre da autora: “A diferença subtil entre o codesign e o design participativo é que este último não só se esforça por criar um produto mais adequado, como tem um compromisso ideológico de envolver os utilizadores finais no processo de design.” (Ventura & Bichard, 2016 p. 5).

& Pereira, 2020, p. 342), participativo e de uma colaboração equitativa (Swann, 2002, p. 55). Gabriel Arboleda (2020, p. 15), defende que a mera aplicação do design participativo não assegura a igualdade na relação de quem o pratica, isto é, o designer e o utilizador. Propondo uma abordagem em que o designer não se encontra no papel de criação como o conhece, é apenas um facilitador que oferece o seu apoio às pessoas que se encontram no desenvolvimento do seu próprio produto (Arboleda, 2020, p. 17). Trata-se efetivamente de uma abordagem fundada nas raízes do design participativo, no entanto, é incorporado no processo uma perspetiva focada na antropologia, o que faz com que seja significativamente mais focada no humano (Arboleda, 2020, p. 17). Arboleda (2020) dá o nome de “*Bottom-Up*” à abordagem em questão, isto é, “De baixo para cima”. Na vertente prática é apontada uma fraqueza, sendo que os processos de investigação do design participativo tendem a ser mais complexos a nível de tempo, recursos e compromisso por parte de outras organizações (Spinuzzi, 2005, p. 169).

“*Why has it taken so long?*”²⁸(Stappers & Sanders, 2008, p. 9).

Os autores afirmam existir algumas razões para que as práticas do design participativo e o codesign tenham demorado tanto tempo a produzir um impacto no mundo:

1. Para que se aceite e adote a cocriatividade é necessário que se acredite que toda a gente é criativa. É difícil, para aqueles que têm sido bem-sucedidos enquanto em controlo da parte criativa, desistir dessa ideia e ainda imaginar uma nova maneira para tal que possa ser igualmente bem-sucedida.
2. Trata-se de uma abordagem contraditória ao consumismo. As necessidades outrora trabalhadas pelo capitalismo estão agora satisfeitas e, desta forma, novas necessidades estão a ser criadas para o consumidor.
3. Esta prática tem sido vista como um interesse e esforço meramente académico que se mostra pouco relevante para o mercado.

“*The emerging design practices will change what we design, how we design, and who designs.*”²⁹ (Sandres & Stappers, 2008, p. 11).

²⁸ Tradução livre da autora: “Porque é que demorou tanto tempo?” (Stappers & Sanders, 2008, p. 9).

²⁹ Tradução livre da autora: “As práticas do design emergentes vão mudar o que criamos, como criamos e quem cria (Sandres & Stappers, 2008, p. 11).”

Serão necessárias diversas abordagens para o processo de desenvolvimento do design colaborativo, tendo em conta os diferentes níveis de criatividade do utilizador (Sandres & Stappers, 2008, p. 14). Estas abordagens estão descritas e representadas na Figura 6.

Figura 6

Papel do facilitador /designer (Autora, 2021).



Nota. As diferentes abordagens de apoio que um facilitador pode aplicar quando em colaboração, esta imagem tem como base os pontos referidos por Sandres e Stappers (2008) na página 14 do seu artigo.

Desta forma, os designers serão parte fundamental do futuro na medida em que serão eles a explorar novos caminhos e métodos para o *design thinking*. Serão eles também quem irá criar as diretrizes que permitirão a quem não pratica o design ser autónomo na sua demonstração e expressão criativa (Sandres & Stappers, 2008, p. 15).

Segundo Spinuzzi (2005), dentro do design participativo deve haver outros objetivos:

1. Participação contínua

Tendo em conta que deve haver um envolvimento constante dos utilizadores finais, bem como lhes devem ser prestados os mecanismos de codesign faseadamente;

2. Revisitar fases do projeto

Sendo que um bom projeto de design participativo deve ser flexível ao ponto de se poder, sempre que necessário, rever e visitar fases anteriores;

3. Uma reflexão sustentada

A qualquer altura, os utilizadores do projeto devem ser instigados a refletir de forma crítica sobre daquilo que poderão ser os encadeamentos da pesquisa feita para o trabalho que estão a desenvolver.

A perceção do design participativo como uma metodologia e não tanto como uma orientação ou campo de investigação, pode levar o designer a respeitar mais o trabalho cuidadoso que requer o desenvolvimento de um estudo de design participativo (Spinuzzi, 2005, p. 171). As perspetivas de futuro para o codesign enquanto prática passam por equipas completas, onde os designers assumem um papel de especialistas na resolução de questões mais complexas, auxiliando e colaborando com os *Stakeholders* (Sandres & Stappers, 2008, p.15). De uma forma sintetizada, estas abordagens têm como foco a colaboração e colocam o beneficiário final no centro do processo (Ventura, & Bichard, 2016 p. 6).

*"It's not just your opinion anymore. Collaborating calls for a different set of genes, a different kind of ego a tolerance for complexity and consensus."*³⁰
(Pullman, 2005, p. 169).

³⁰ Tradução livre da autora: "Já não se trata apenas a sua opinião. A colaboração exige um tipo de genes diferentes, um tipo de ego diferente, uma tolerância à complexidade e ao consenso." (Pullman, 2005, p. 169).

3.5.1.3 Antropologia e Etnografia

*“Anthropology and ethnography may have much to contribute to one another, but their aims and objectives are different.”*³¹ (Ingold, 2017, p. 21).

A etnografia tem como objetivo a descrição da vida e como esta é experienciada por uma comunidade, num local específico e num momento específico. Já a antropologia inquiri sobre as condições da vida humana no mundo (Ingold, 2017, p. 21).

*“... ethnographers are interested in the ways people categorize their world and in the specific language they use to talk about things.”*³²(Blomberg et al., 2002, p. 967).

A etnografia passou a ser reconhecida pelo design como um recurso no início dos anos 80. O facto de aquilo que as pessoas dizem e o que conseguem fazer poder variar muito foi identificado pelos cientistas sociais desde cedo, a partir de inquéritos e *focus groups* (Blomberg et al., 2002, p. 965). Os designers sentiram então a necessidade de perceber a realidade “no terreno”, a vida quotidiana nos mais variados cenários de desenvolvimento (Blomberg et al., 2002, p. 965). Dentro do campo do design a etnografia tem um significado diferente, nesta área, a pesquisa tende a ser feita de uma forma mais rápida e com um enquadramento teórico menor, tende também a ser moldada a necessidades específicas dos designers (Wasson, 2000, p. 382). O estudo etnográfico passa sempre pela recolha de informação nos cenários em que as atividades dos utilizadores ocorrem. Ainda assim é possível implementar técnicas que tirem as pessoas dos seus cenários habituais. (Blomberg et al., 2002, p. 966). Alguns dos aspetos daquilo que é experienciado pela pessoa só conseguem ser compreendidos pela observação das atividades em questão (Blomberg et al., 2002, p. 966).

Dentro das metodologias da etnografia Blomberg, Burrell e Guest apresentam algumas abordagens, referindo que o ponto que permanece constante do processo é o compromisso de descrever as experiências das pessoas durante a sua ocorrência (Blomberg et al., 2002, p. 968). As abordagens estão representadas na Tabela 2.

³¹ Tradução livre da autora: “A antropologia e a etnografia podem ter muito que contribuir uma para a outra, mas as suas finalidades e objetivos são diferentes.” (Ingold, 2017, p. 21).

³² Tradução livre da autora: “... os etnógrafos estão interessados na forma como as pessoas categorizam o seu mundo e na linguagem específica que utilizam para falar sobre as coisas.” (Blomberg et al., 2002, p. 967).

Tabela 2

Etapas e processos etnográficos

Planeamento da pesquisa	É fundamental para que ocorra um projeto de pesquisa bem-sucedido. Este planeamento divide-se em três partes: na caracterização de objetivos de pesquisa; na preparação de estratégias de amostra e na seleção de metodologias adequadas ao fim.
Amostras	Para que se crie uma amostra devem ser feitas as perguntas: “Que tipo de participantes representa melhor os objetivos da pesquisa?” e “Quantos participantes devem ser incluídos no estudo para que se atinjam os objetivos da pesquisa?”
Ganhar acesso	Ter acesso a participantes é das tarefas mais complicadas para um etnógrafo. É assim imperativo que se perceba a importância de criar relações e acordos iniciais.
Observação	Uma das estratégias mais utilizadas tendo em conta que a etnografia tem como foco perceber o comportamento do ser humano no contexto em que se insere naturalmente. Útil para a pesquisa visto que há uma clara diferença entre aquilo que um utilizador diz e aquilo que realmente faz.
Entrevistar	Um passo essencial para que se perceba a perspectiva dos membros da análise. Podem-se dividir-se em três categorias: entrevistas estruturadas, semiestruturadas e as não estruturadas.
Técnicas de auto-registo	Atua em casos em que a ação em estudo tende a ser prolongada, este tipo de registo pode ser feito através de um diário ou histórias visuais, isto é, onde a componente fotográfica complementa os textos.
Técnicas de recolha remota de dados	Permitem que os etnógrafos consigam obter dados de diversos contextos e em grande quantidade.
Manutenção de registo	Apesar de presente nas entrevistas, um etnógrafo não deve confiar apenas na sua memória, pelo que é fundamental anotar ou gravar as entrevistas.
Relação entre dados qualitativos e quantitativos	Cruzar informação é uma mais-valia para que haja uma relação entre os dados qualitativos e quantitativos. Com os dados quantitativos é possível identificar padrões, mas nunca mostrar o porquê desses padrões existirem, assim sendo os processos etnográficos conseguem encontrar os motivos que se escondem nos números.

Nota. A tabela 2 tem como base a sintetização da informação retirada do artigo “An Ethnographic Approach to Design” de Blomberg et al. (2002) da página 968 à página 973.

Reconhecer o potencial dos estudos etnográficos não deve passar apenas pela compreensão da abordagem base dos mesmos, mas sim perceber a importância da criação de condições para que haja um maior proveito do design em relação a esses conhecimentos etnográficos (Blomberg et al., 2002, p. 984).

Christina Wasson (2000) partilha também alguns métodos etnográficos de recolha de dados (Tabela 3) baseada na abordagem E-Lab’s, um pioneiro na construção de ligações mais fortes e estáveis com o consumidor (Canabou, 1999).

Tabela 3

Métodos etnográficos de recolha de dados

Observação do participante	Uma abordagem essencial que, no caso em questão, ajudou a perceber o comportamento do consumidor.
Câmaras de vídeo instaladas	Esta técnica faz com que seja possível a supervisão contínua dos espaços e ambientes do consumidor.
Entrevistas em profundidade	Onde em parte são exploradas as práticas e modelos culturais dos entrevistados em relação ao tema e produto em estudo.
Narrativas fotográficas	São dadas câmaras descartáveis aos consumidores para que tirem fotos consoante o que lhes é apresentado no guião.
Análise	Sendo que os dados não falam por si só é importante que haja uma análise dos mesmos. Esta análise poderá passar por reunir os participantes dividindo-os por grupos, daí observam os vídeos e dados recolhidos partindo para uma abordagem de <i>brainstorming</i> de ideias, isto é, um debate.

Nota. A tabela 3, acima apresentada, assenta sobre uma análise da informação do artigo “Ethnography in the Field of Design” de Wasson (2000), análise esta feita da página 382 à página 383.

“*To study anthropology is to study with people, not to make studies of them;*”
³³(Ingold, 2017, p. 21).

A antropologia é considerada como o estudo comparativo de sociedades, descreve, analisa e diferencia culturas (Nanda & Warms, 2019, p. 22). Já a sua aplicação dentro do design social, tem a capacidade de melhorar a destreza dos designers na identificação e compreensão do universo dos utilizadores finais (Ventura & Bichard, 2016, p. 11). Para Gregory (2018), estruturas como a do *design thinking* e HCD podem não ser suficientes, defendendo que a antropologia poderá oferecer uma abordagem mais profunda, mais fundamentada e ainda mais equitativa.

Dentro daquele que é o processo metodológico dos antropólogos são várias as abordagens a seguir, sendo uma delas o trabalho de campo ou *Fieldwork*. Este método intensivo consiste numa imersão nas comunidades para explorar as culturas com que trabalham, os antropólogos acreditam que apenas assim são capazes de perceber os padrões culturais entre si (Nanda & Warms, 2019, p. 31). Não são apenas os designers que terão de mudar a sua perspetiva dentro desta abordagem sendo que Ventura e Bichard (2016) sugerem algumas alterações na maneira de estar dos antropólogos mais ligados ao design. Passa por haver um apoio constante dos antropólogos no processo de design, antropólogos estes especializados em design, cientes da vertente mais delicada do design e conscientes do espaço sociocultural do beneficiário, desta forma será possível representar os interesses da comunidade em estudo e capacitar a mesma (Ventura & Bichard, 2016, p. 8).

A antropologia e o design são vistos como partes distintas de um processo, no entanto, a antropologia aplicada ao design oferece uma abordagem respeitadora de perceção do impacto social do projeto e do design a ser desenvolvido (Gregory, 2018, p. 219). Em conclusão do seu artigo, Wasson (2000), afirma não ser apenas o design que beneficia da antropologia aplicada à prática, mas o mesmo acontece ao contrário. Gregory (2018) defende ainda que este tipo de abordagem pode sugerir um sistema mais consciente de cooperação que põe as pessoas e as culturas no centro do processo de design.

³³ Tradução livre da autora: “Estudar antropologia é estudar com as pessoas, não fazer estudos sobre elas;” (Ingold, 2017, p. 21).

3.6 Projetos Sociais

3.6.1 NATO

Para que se possa perceber um pouco mais sobre a realização de projetos de caris social e em que moldes se desenvolve, o ACO - *Allied Command Operations* Manual (2012) da NATO – *North Atlantic Treaty Organization* é um excelente guia. A NATO é uma Organização com base numa aliança política e militar, esta aliança cobre 30 países membros, pertencentes à Europa e à América do Norte. Embora tenha como compromisso a proteção dos seus países membros, auxilia também países externos à aliança na manutenção e defesa da paz. Esta organização tem ainda uma terceira dimensão que abrange a área do planeamento de emergências civis, isto é, ajudando e apoiando, tanto os seus aliados como os seus parceiros, a enfrentar catástrofes, bem como ainda difundem a cooperação nas áreas da ciência e do ambiente (NATO, 2020). Em seguida encontram-se caracterizados os projetos de caris social por parte do Manual ACO, publicado em 2012, capítulo 8, páginas 63 a 67, sendo estas características:

Tamanho e Complexidade

Os projetos podem ser de maior alcance após catástrofes naturais ou conflitos o que faz com que os mesmos variem em tamanho e complexidade.

Coordenação

A coordenação é um requisito crítico no processo de desenvolvimento de projetos. O planeamento deve incluir a atribuição de responsabilidades pela coordenação, monitorização e o acompanhamento dos projetos na área de implementação.

Claramente definido

O objetivo e parâmetros de um projeto devem ser nitidamente definidos antes de se dar início ao mesmo.

Viabilidade

Deve ser realizado um estudo de viabilidade antes da aprovação de qualquer projeto, para que seja garantido não só que se trata de algo viável, como também que a comunidade recetora é capaz de o manter. As consequências podem resultar num impacto negativo sobre a credibilidade da entidade implementadora.

Comprometimento

Sempre que possível, a participação e o envolvimento da organização devem ser reduzidos ao mínimo. Tem-se como objetivo instigar a entrega dos projetos às comunidades na primeira oportunidade prática. Os recursos e esforços das organizações devem considerar a autossustentabilidade como objetivo.

Imparcialidade

A imparcialidade é um fator aplicável apenas em certas intervenções. Os projetos sociais CIMIC visam a equalização, por parte das organizações, das condições de vida das comunidades onde se inserem.

Financiamento

Os projetistas devem ter consciência de que o financiamento por parte de terceiros pode influenciar o projeto e o curso do mesmo, positiva ou negativamente. Desta forma, as fontes de financiamento, incluindo as organizações e outras unidades, devem ser identificadas e responsabilizadas o mais cedo possível, isto é, numa fase chamada de “pré-operacional”.

Sensibilização Cultural




É necessário que os projetos se alinhem e espelhem o respeito pelo passado cultural da sociedade onde vão ser implementados e inseridos. Um desfazamento da cultura pode ter o resultado contrário e resultando em aceitação e utilização limitada do projeto em questão.

Dentro deste capítulo (8) são apresentadas também as fases que um projeto social deverá ter, isto dentro da análise feita pelo manual ACO, estas fases são:

Requisitos

O requisito para um projeto carece de identificação precocemente para garantir que fundos, recursos e mão-de-obra existam e estejam instalados atempadamente para o executar. É nesta fase que o projetista ou a organização submetem para apresentação os requisitos por meio de uma proposta de projeto.

Para auxiliar à organização destes requisitos, sendo apresentado no Capítulo 1 – *Theatre Civil Assessment And CIMIC Reporting* do ACO Manual, é fundamental que, desde a fase inicial, haja um rastreamento dos problemas que possam afetar diretamente o projeto. Uma das abordagens feitas é a baseada num código de cores, denominado de “*Traffic Light System*”, isto é, “Sistema de Semáforo”, pelas três cores que o representam: Verde; Amarelo/Laranja; Vermelho.

-  **Verde:** Sem grande impacto na missão;
-  **Amarelo/Laranja:** Impacto limitado na missão;
-  **Vermelho:** Impacto significativo na missão.

Trata-se de um sistema que ajuda à comparação e percepção do impacto que o projeto está a causar ao longo do processo, sendo assim considerada uma “medida de sucesso” (Owen & Flemming, 2002).

Alguns dos fatores fundamentais a serem medidos nesta fase são: água; saneamento; energia; saúde; alimentação. (Aco Manual, 2012)

Estes fatores são denominados de “*normality indicator*”, isto é, “indicadores de normalidade” (Owen & Flemming, 2002).

Avaliação e Estimativa

A partir da identificação da necessidade de um projeto, é necessário realizar um estudo de viabilidade dessa proposta. É também imprescindível a realização de uma estimativa para analisar em detalhe a necessidade do projeto, determinar a prioridade comparada com outros projetos, assegurar a coerência com os planos de desenvolvimento (se existentes) e clarificar a fatura dos recursos em termos de fundos, mão-de-obra, material e maquinaria necessária. Para tal a NATO apresenta uma *checklist* que guia neste processo de avaliação do projeto, presente no anexo 4 e descrita na Tabela 4.

Tabela 4

Project Assessment Checklist ³⁴

Critério Militar
- O projeto é essencial?
- Poderá o projeto ser executado por qualquer outra pessoa?
- Poderá a participação militar ser gerida para que não se comprometa a autoridade e responsabilidade local?
- Irá o projeto estimular o fluxo de informação necessário para ajudar futuras operações militares?
- Irá o projeto servir para angariar cooperação, por parte dos civis, para projetos militares futuros?
- O projeto promove valor operacional ou formação aos militares?
- O projeto é, se possível, financiado por outra organização?
Viabilidade
- Está em conformidade com os costumes locais?
- Promove o propósito estabelecido pelo comandante?

³⁴ Tradução livre da autora: “Lista de verificação de avaliação de projeto” (Aco Manual, 2012)

- Estão disponíveis as competências e mão de obra necessárias?
- Estão disponíveis todos os recursos materiais necessários?
- Qual o financiamento proposto para o projeto?
- Está disponível toda a maquinaria necessária?
- O projeto afeta a capacidade de conclusão da missão, por parte da força?
- Qual a duração do projeto?

Preocupações

- Irá o projeto fornecer o máximo de retorno de investimento e esforço?
- Irá o projeto elevar as expectativas da população local ao ponto de levar a uma desilusão conjunta quando terminado?
- O projeto afeta o comércio local? Isto é, irá retirar oportunidades de negócio à população?
- Irá o projeto requerer manutenção futura das tropas?
- Há qualquer tipo de implicações legais ou políticas?
- Será o projeto passível de agravar por envolvimento das forças?

Considerações Civas

- Irá a população apoiar?
- Será apoiado por outras agências?
- Será apoiado pelas autoridades civis? Local, Regional e Central.
- Irá o governo apoiar?
- Quando podemos começar?
- Terá um impacto imediato?
- Quem irá beneficiar?
- Pode causar uma perceção cultural e ética negativa?
- Terá um efeito psicológico favorável?
- É suscetível a exploração pública?
- Irá melhorar a imagem das autoridades e governo local?
- Irá promover relações civis e militares em toda a área local?
- Encorajará à autoajuda?
- Encorajará à estabilidade?

- Irá a manutenção futura levar a um esgotamento dos recursos civis?
- Será benéfico para a maior parte da população?
- É de alguma forma discriminatório ou pode ser interpretado como tal?
- Será totalmente coordenado com todos os níveis de autoridade próprios?
- Irão os civis concordar em trabalhar com as forças militares?

Nota. Esta lista encontra-se dividida em quatro subtemas: Critério Militar; Viabilidade; Preocupações e Considerações Cívicas. E deve ser respondida com “sim”, “não”, bem como tem a opção de se fazer comentários adicionais.

Triagem

Antes da aceitação de um projeto, o mesmo deve ser rastreado para garantir que é necessário. Se a fase de avaliação tiver sido demorada, muito pode ter mudado e o requisito pode deixar de ser pertinente. A triagem deve ser um processo contínuo que deve ser incorporada ao longo do seu ciclo de vida.

Aceitação

Todos os projetos devem ser formalmente aprovados por toda a cadeia de intervenientes. É essencial ter a perceção e a certeza de que a aceitação não é dada ou procurada apenas por haver meios disponíveis.

Execução

Deve ser feito um planeamento cuidadoso da execução de um projeto. Uma vez assumido o compromisso em questão é imperativo que a organização seja efetivamente capaz de levar a cabo o projeto.

Conclusão

Na conclusão de um projeto, deve estar assegurado que não há compromissos ocultos adicionais, como custos de manutenção ou encargos associados que possam exigir recursos adicionais. É essencial que a comunidade esteja plenamente consciente do trabalho realizado e que os órgãos de comunicação estejam totalmente informados para capitalizar o impacto do projeto.

O desejo do projetista/organização é o de transferir o projeto para os respetivos beneficiário desvinculando-se do mesmo na fase prática inicial. Deve limitar o seu envolvimento ao mínimo, assegurando que a transição faz parte do planeamento do projeto social e que é uma pré-condição para o iniciar.

Também deve ser reconhecido que à medida que o ciclo de vida do projeto segue uma progressão natural, não significa que após a conclusão de uma

determinada etapa, se a situação assim o determinar, não se possa voltar a uma fase anterior ou até mesmo redefinir o projeto.

O requisito de transparência e necessidade de monitorização e comunicação deve ser contínuo, sendo de extrema importância. É fundamental para proporcionar a visibilidade necessária e garantir que os projetos não se tornem fora de controlo ou negligenciados.

3.7 Prático - Casos de estudo

É importante que depois de um enquadramento teórico se percebam alguns exemplos práticos do tema em questão.

Serão apresentadas assim, muito sucintamente, duas perspetivas: um projeto no terreno, Warka Water, que nos mostra, de uma forma simples, como chegar a soluções de sucesso; e, de seguida, um exemplo prático aplicado no ensino, numa universidade de Taiwan. Sendo que ambos os casos representam perspetivas interessantes e, no caso de Taiwan, conclusões essenciais para a presente investigação.

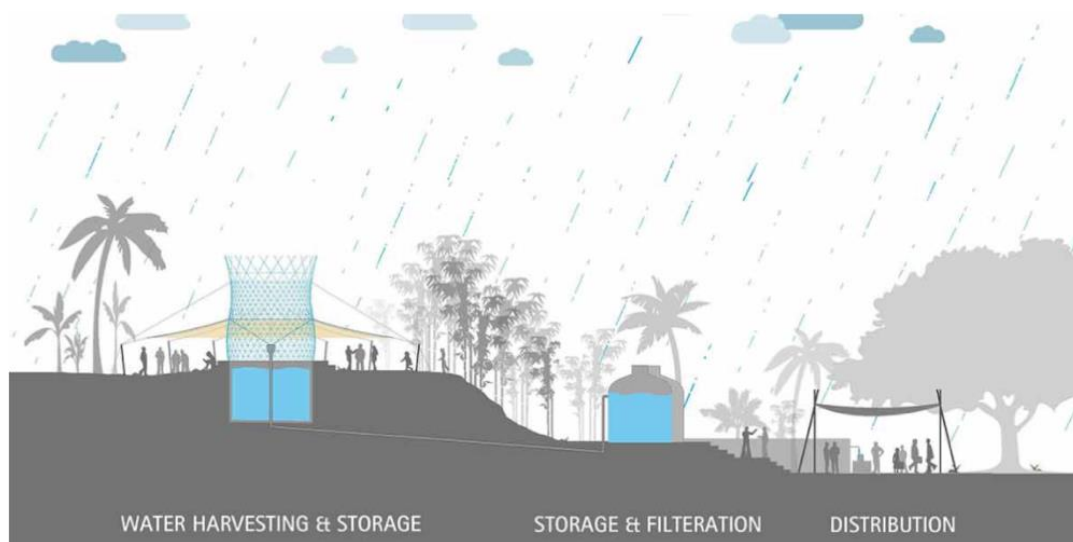
3.7.1 Warka Water

“Warka means a giving tree (fig tree) in Ethiopian, where the first Warka Water tower was installed to provide much-needed clean drinking water to people living in a remote area.”³⁵ (Lee & Lim, 2018).

Warka Water foi um projeto experimental, desenhado e planejado pelo arquiteto italiano Artuto Vittori, cofundador do estúdio italiano *Architecture and Vision* (AV) e CEO da ONG Warka Water Inc., em 2012, doravante designado por AV. Um dos seus projetos é a *Warka Tower*, Torre *Warka*, tratando-se de uma estrutura funcional concebida para a colheita de água potável da atmosfera, integrando-se bem nas aldeias etíopes tradicionais e na sua paisagem (Warka Tower, s.d.). O projeto focalizou-se em fornecer fontes de água sustentáveis e acessíveis a aldeias remotas da Etiópia que enfrentam problemas de escassez de água, estando agora espalhado por mais locais, como o Haiti e o Togo. Um dispositivo atmosférico que gera água com uma tecnologia que extrai da humidade do ar, água potável (Mishra, 2019).

Figura 7

Processo da Torre – Do armazenamento à distribuição (Warka Tower, s.d.).

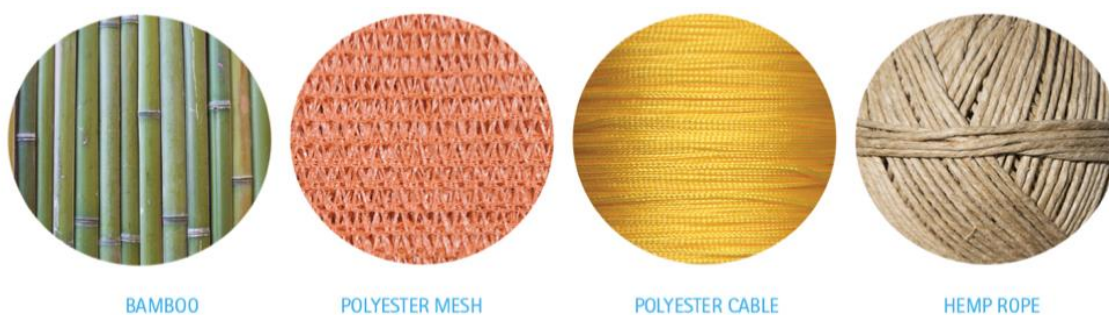


³⁵ Tradução livre da autora: “Warka significa «árvore que dá» (figueira) na Etiópia, onde a primeira torre Warka Water foi instalada para fornecer a tão necessária água potável às pessoas que vivem numa área remota.” (Lee & Lim, 2018).

A Warka Tower é feita com materiais biodegradáveis - bambu, cânhamo e cordas de bioplástico (Figura 8) (Warka Tower, s.d.). - e foi concebida para não deixar marcas no ambiente, desta forma, na sua instalação, não exige escavação nem modificação do solo. Uma torre que, com a água potável que recolhe, irriga terrenos, promove a reflorestação e recupera o ecossistema. (Mishra, 2019).

Figura 8

Materiais Utilizados (Warka Tower, s.d.).



Quando em fase exploratória, o objetivo era o de recolher em média até 100 litros de água potável por dia, 365 dias por ano, sendo que no presente, é possível armazenar entre 40 e 80 litros de água para a comunidade, isto tendo em conta que dependerá das condições atmosféricas de cada zona (Warka Tower, s.d.).

O projeto defende a utilização, o máximo possível, de materiais locais, sendo que coopera com a comunidade local incorporando técnicas tradicionais ao longo do projeto (Warka Tower, s.d.). Podem observar-se, na Figura 9, as ferramentas base utilizadas nos projetos, sendo que a torre foi projetada para ser facilmente construída e mantida pelos habitantes locais sem máquinas ou ferramentas elétricas (Warka Tower, s.d.). É partilhada a mesma filosofia de design em todas as torres, no entanto, cada projeto é distinto sendo que pode diferenciar a sua forma, geometria ou até mesmo os materiais adotados, dependendo da comunidade (Warka Tower, s.d.).

Figura 9

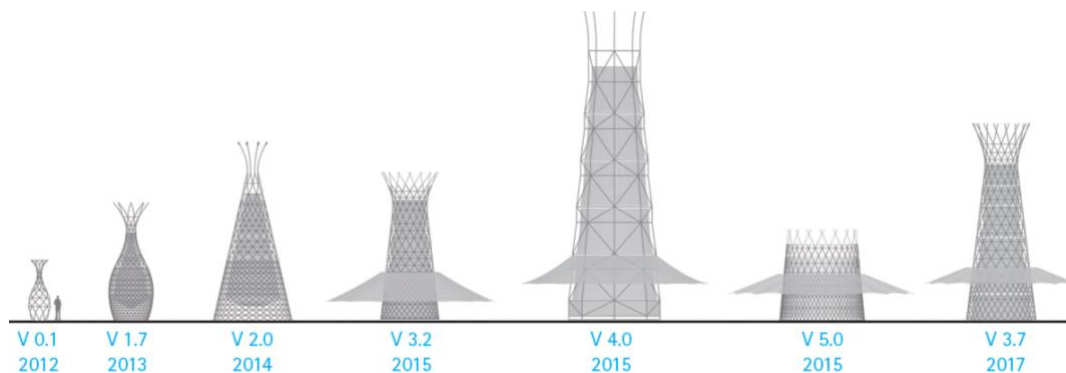
Ferramentas Utilizadas (Warka Tower, s.d.).



No exemplo da primeira versão da torre, a de 2012, (Figura 10) pode ser construída por um grupo de dezasseis pessoas e a sua manutenção é feita em apenas duas horas, sendo que este processo engloba desmontar e montar a torre (Warka Tower, s.d.). As torres ao poderem ser construídas pela comunidade local com materiais locais, apresentam assim que métodos simplificados podem ser proveitosos e considerados tecnologia avançada (Aldeek, 2020).

Figura 10

Evolução das Torres (Warka Tower, s.d.).



O valor do projeto não dependia da quantidade de água possível de recolher, mas sim na sua capacidade de produção de água potável através de um processo sustentável, reduzindo assim os

problemas de saúde nas comunidades (Aldeek, 2020). O projeto em questão é, possivelmente, um dos melhores exemplos atuais de inovação, inovação essa que detetou a necessidade de uma comunidade, aplicando as suas ideias e criando um sistema por um bem maior (Lee & Lim, 2018).

3.7.2 Ensino do Design Social – Caso de estudo de Taiwan

O presente caso de estudo foi retirado do artigo científico das autoras Hui Hsin Cheng e Wen Hwei Chou, publicado no *International Journal of Information and Education Technology*, em 2019.

Em 2017, em Taiwan, ao enfrentar problemas provocados pelo envelhecimento da população, professores e alunos da *National Yunlin University of Science and Technology* (YunTech), usaram as suas competências para elaborar um design socialmente responsável, isto, por intermédio da universidade.

Caracterização da população

Foi então selecionada a vila de Kutou, Huwei, mais especificamente uma comunidade agrícola com cerca de 939 habitantes onde as religiões mais praticadas são o Taoísmo e o Budismo (dados de 2017). Tendo em conta os seus solos férteis e o clima favorável à cultura de terrenos, muita é a população que trabalha nessa área, sendo os tipos de cultura mais frequentes o milho, alho, arroz e amendoim. Para além desta vertente agrícola existem outras práticas de subsistência, como o fabrico de toalhas, de facas de cozinha e ainda uma exploração de caranguejos de Xangai. Dentro da vertente dos serviços, existe uma creche e um centro comunitário para a população mais idosa. Quanto aos espaços verdes da vila, são apresentadas renovações de espaços degradados e abandonados, contudo, este abandono de casas e espaços ainda é algo presente na área.

Caracterização do projeto

Este projeto foi proporcionado pelo Instituto de Investigação da Faculdade de Design da YunTech, pressupondo uma duração de quatro meses. Teve como objetivo fortalecer a relação dos 22 participantes com a vertente social do design, sendo o curso denominado de “Design Social”. Os 22 participantes mencionados são alunos de mestrado e doutoramento da YunTech, departamento de Design. Já os docentes envolvidos, tendo em conta a finalidade de proporcionar uma experiência e coordenação interdisciplinar, são de áreas dispare, a saber: Design, Gestão de informação e Gestão empresarial.

Algo a destacar no projeto foi a colaboração e parceria do Chefe da Aldeia de Kutou, o que permitiu que houvesse um maior envolvimento dos alunos com a comunidade e de uma forma direta se percebessem as suas questões reais.

Processo metodológico

O projeto foi continuamente acompanhado por docentes que ajudaram os alunos a estudar todo o tipo de problemáticas e consecutivamente criar as soluções com a ajuda de agentes locais. Foram vários os métodos e processos aplicados no curso, “Design Social”, passando por uma introdução ao conhecimento, estudos de campo, workshops e discussões/reflexões em sala de aula.

Descrição:

A ronda inicial de estudos de campo foi orientada pelo Chefe da Aldeia em conjunto com o professor do curso, as restantes aconteceram consoante a vontade de cada grupo de trabalho, os alunos deslocavam-se ao terreno sempre que necessário. Estas investigações de campo foram realizadas entre quatro e seis vezes por cada grupo, ajudando-os assim a compreender melhor os campos a abordar.

Foram também realizados três workshops, divididos pelo processo.

Workshop 1 – Para auxiliar os alunos a compreender as várias ferramentas a aplicar nos projetos de desenvolvimento.

Workshop 2 – Deu oportunidade aos alunos de falarem diretamente com os habitantes locais, foram selecionados 13 residentes. Esta prática proporcionou aos discentes uma certa aprovação de que se encontravam a satisfazer as necessidades reais da população com as ideias que idealizaram em conjunto.

Workshop 3 – Por intermediário do design participativo, os estudantes e oito residentes, da vila a ser abordada, tiveram a oportunidade de acrescentar ou modificar as ideias já validadas anteriormente.

Por fim os discentes desenvolveram propostas e analisaram os problemas através de discussões e apresentações das mesmas.

Análise das atividades

- 1) o curso "Design Social" é dividido, e são atribuídos às unidades nomes simples que descrevem o conteúdo do curso;
- 2) os participantes e os campos são listados para examinar quanto estão os interessados empenhados em facultar cooperação interdisciplinar;
- 3) o ciclo de aprendizagem experimental é alinhado com o conteúdo do curso. Uma ferramenta de autoavaliação para medir o papel do educador é utilizada para validar a representação do papel do professor na sala de aula;
- 4) o caso é correlacionado utilizando as quatro fases do *double diamond model*³⁶ para examinar a forma como as práticas de conceção foram implementadas no caso. Utilizando estas quatro fases, as atividades do curso são analisadas e organizadas, tal como demonstrado pelas autoras na Figura 11.

³⁶ *Double diamond model* – Um modelo que tende a ser utilizado quando a criação de um produto ou serviço. O UK Design Council repartiu o processo de design em quatro fases, designadas em coletivo como "4D": *Discover* (Descobrir); *Define* (Definir); *Develop* (Desenvolver); *Deliver* (Entregar) (Cheng & Chou, 2019, p. 640).

Figura 11

“Analytical table of course activities.”³⁷ (Cheng & Chou, 2019).

Teaching	Learning	Unit Name	Field	Participants	4D
Coach	Initiating	U theory	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		Concept of social design and case study	Classroom	Design teacher, students	◇◇
Facilitator	Experiencing	Field study in Kutou Village	Community, factories, canteen, community center, long-term care center, public facilities, households	Design teacher, students, Village Chief, owners in traditional industries, social workers at the long-term care center, residents	◇◇
		Independent field studies	Community, factories, canteen, community center, long-term care center, public facilities, households	Students, residents	◇◇
Facilitator	Imagining	Makers' workshop	Classroom, school lawn	Design teacher, students	◇◇
		Conceptualization of subject-related practices	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		Revitalization workshop-appreciative inquiry	Community center	Design teacher, students, residents, facilitator	◇◇
Facilitator	Reflecting	Reflection on revitalization workshop	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		Revisiting U theory	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		Reflection on participatory design workshop	Classroom	Design teacher, students	◇◇
Subject expert	Analyzing	Proposal and feedback	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		Sharing economy	Classroom	Information management teacher, students	◇◇
		Long-term care in Taiwan	Classroom	Speaker on long-term care, students	◇◇
Subject expert	Thinking	Social innovation	Classroom	Corporate management teacher, students	◇◇
		Definition of participatory design	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		Systems thinking	Community center	Speaker on systems thinking, students	◇◇
Evaluator	Deciding	Persona and customer journey	Community center	Design teacher, students, residents, facilitator	◇◇
		Revitalization workshop-wave analysis	Community center	Design teacher, students, residents, facilitator	◇◇
		Ecological systems theory	Classroom	Design teacher, students	◇◇
Evaluator	Acting	Ecological systems theory—initial proposal	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		Production of initial proposal	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		End-of-term report	Classroom	Design teacher, students	◇◇
Coach	Acting	Participatory design workshop—preparation	Classroom	Design teacher, students	◇◇
		Deadline for implementation proposal	Classroom	Students	◇◇
		Participatory design workshop	Community center	Design teacher, students, residents, facilitator, stakeholders involved with the problem	◇◇

No entanto, o modelo *double diamond*, quando na educação do design social, tem as suas limitações, sendo que tem dificuldade em introduzir um tipo de aprendizagem reflexiva nos processos. Algo muito importante para a prática do design social é a capacidade de pôr os designers a refletir sobre propostas anteriores ao terem de sugerir novas abordagens, isto é, a necessidade de haver um processo de reflexão mais aprofundado.

Participantes e intervenientes como o Chefe da Aldeia, residentes da comunidade e proprietários de empresas de indústrias tradicionais participaram nas atividades do curso, imaginaram, cooperaram e agiram na procura de soluções para os problemas em conjunto com os alunos, em vez de os deixarem gerar propostas sozinhos. O campo de aprendizagem do

³⁷ Tradução livre da autora: “Tabela de análise das atividades do curso.” (Cheng e Chou, 2019).

curso expandiu-se da sala de aula à comunidade, esta vertente interdisciplinar proporcionou aos alunos a possibilidade de aplicação dos seus conhecimentos nas dinâmicas de análise. Foi também possível, por parte dos alunos, uma compreensão de problemas das mais variadas complexidades ao longo do curso.

Conclusões dos autores

Para as autoras Cheng e Chou (2019), o presente caso de estudo quebrou as fronteiras daquilo que é a educação tradicional do design ao introduzir métodos interdisciplinares e participantes locais. Sublinham que os projetos sociais têm sempre características distintas, sendo que os participantes e as localidades são diferentes, o que afeta a estratégia a ser usada para a resolução das problemáticas.

Definiram ainda seis elementos essenciais para quando se leciona design social, sendo esses elementos:

Tabela 5

Elementos essenciais do ensino do design social

1. Formar os estudantes para proporem soluções inovadoras para os problemas;
2. Analisar problemas de forma abrangente, à escala do sistema sócio ecológico;
3. Resolver problemas por intermédio de processos interdisciplinares;
4. Envolver no processo de resolução de problemas quem os tenha experienciado;
5. Assegurar que os alunos possam alcançar uma aprendizagem reflexiva durante o processo de resolução de problemas;
6. Orientar os estudantes no reconhecimento da natureza "orgânica" dos problemas sociais, em que os níveis de participação das partes interessadas afetam as decisões de resolução da problemática, à medida que os sistemas sociais mudam.

3.8 Síntese do Enquadramento Teórico-Prático

O design tem vindo a ser uma área que pouco tem explorado os problemas relacionados com o terceiro mundo relacionados com as questões sociais e de sustentabilidade, acabando por se tornar numa vertente mais dedicada à criação de necessidades e não àquela que poderia ser a procura por soluções. Daqui surge uma carência de foco no ser humano e nas questões mais sociotécnicas, o que pode ter levado à exploração de uma vertente do design mais focada na conceção social, sendo esta o Design Social.

Dentro desta prática do design, mais cuidadosa e atenta aos problemas sociais e ao utilizador final, são vários os autores que a concebem como algo necessário no processo de design para o mercado, pelas suas competências e metodologias centradas no ser humano e com bases nas ciências sociais. No entanto, é perceptível que estas mudanças na compreensão ética e na noção do impacto que os designers têm quanto aos produtos ou serviços que criam não estão suficientemente presentes no ensino e quotidiano dos mesmos. Existe uma escassa orientação para aquilo que são as necessidades sociais, políticas, económicas e até mesmo ambientais. Há, portanto, a necessidade de se entender a prática do design num todo como uma questão social, sociológica, etnográfica, antropológica, com processos extraídos das ciências sociais e de metodologias como as do *design thinking*, codesign e do design participativo. Dentro do ensino, a mudança passa pelo docente e pelas abordagens desenvolvidas - existe assim um apelo por parte dos autores para que haja um maior foco nas ciências sociais e nos processos de cocriação; no entanto, o papel do docente poderá ter de sofrer alterações, bem como o ambiente físico e a realidade de cada projeto. É também essencial que se analisem documentos como o ACO manual da NATO, que dá a oportunidade de perceber como atuar em projetos de larga complexidade, baseado em experiências reais e evoluindo com os erros de projetos anteriores. Trata-se de uma perspetiva extremamente rica dentro daquilo que é o respeito pela cultura e consecutivamente preocupação pela aceitação do projeto por parte da comunidade em que se insere. Foi também possível entender dois projetos de design social bem-sucedidos, sendo um na vertente dos projetos sociais e o outro dentro do ensino do design social. Ambos os exemplos se mostraram muito pertinentes na medida em que foi possível validar grande parte do referido no enquadramento teórico.

Ao sintetizar e analisar o capítulo, torna-se clara a urgência de evolução do design para uma perspetiva mais social, tanto a nível universitário como na vertente profissional.

CAPÍTULO IV – METODOLOGIA

4.1 Introdução

Está presente no enquadramento teórico a necessidade de adaptação, por parte do design, aos problemas reais dos dias de hoje. Problemas estes mais complexos que requerem, do comum designer, uma atenção especial e uma abordagem diferente.

Sendo que este tipo de intervenção poderá ser mais complexa se feita diretamente nas empresas e agências de design, está nas mãos dos designers, docentes e discentes investigar, para que o seu design se torne mais ético, responsável e conseqüentemente mais indicado ao tipo de problemáticas que surgem.

Tendo em conta o referido, o objetivo específico da presente investigação é o de proporcionar aos designers a melhor orientação possível dentro do tema do design social, para que, desta forma, a sua performance no mercado reflita resultados mais adequados às necessidades de cada projeto. O presente objetivo leva-nos à hipótese a ser apresentada, a saber, “É possível criar um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas de design social.”. Da hipótese apresentada surgem objetivos adjacentes à mesma, que consistem em comprovar a possibilidade de criação de linhas orientadoras de boas práticas e que estas mesmas linhas possam auxiliar docentes, discentes e designers a perceber e abordar o tema no seu quotidiano, quer seja em aulas ou projetos.

4.2 O porquê de linhas orientadoras de boas práticas

São várias as opções para a criação de guias e orientação dentro de um tema, sendo uma das opções a criação de um método ou metodologia aplicado ao mesmo.

Um método ou metodologia, segundo as noções básicas do dicionário de Cambridge, é designado como um sistema que apresenta formas de fazer algo, ensinar, ou até mesmo de estudar algo. Segundo a Infopédia, este conceito pode ser descrito como “a arte de dirigir o espírito na investigação da verdade”. O método assume duas componentes fundamentais da matemática - a ordem e a medida - com a finalidade de representação real e correta das coisas, sem risco de erro, para que se chegue ao conhecimento designado de verdadeiro. Este tipo de conhecimento acaba por alcançar também o sentido da antevisão, isto é, conhecer para que se possa prever, prever para que se possa controlar e controlar para que se melhore as condições de vida do homem. Assim sendo, o método científico passa a ser o critério para o conhecimento verdadeiro, uma fonte de autoridade para fundamentação do saber (Pádua, 2004).

Apesar de se tratar de algo mais descritivo e detalhado, sendo os métodos a procura do conhecimento verdadeiro, quando aplicados a projetos sociais, podem acabar por bloquear os processos criativos dos designers e das equipas multidisciplinares, tal como referido por Inês Veiga na sua entrevista exploratória. Como foi percecionado nos capítulos das entrevistas exploratórias e do enquadramento teórico, o design social não se trata de algo previsível, cada projeto é um projeto, cada caso é um caso e, por vezes, nem dentro desses mesmos projetos se pode antever certos contratemplos, estando o planeamento e design do mesmo em constante alteração. Desta forma, é imperativo que não se trate o design social, ou até mesmo o design, como um método puramente científico, podendo criar-se assim diretrizes que guiem os designers num tipo de design mais consciente e focado nas necessidades reais. Segundo a Infopédia, diretrizes são instruções ou até mesmo orientações que devem ser seguidas caso se queira levar a bom termo uma determinada tarefa, isto é, uma indicação de procedimento que, na presente dissertação, serão denominadas de linhas orientadoras de boas práticas. Linhas estas que não serão um conhecimento absoluto e, desta forma, não serão um bloqueio no processo criativo do designer, não deixando de ser algo baseado em experiências e conhecimento retidos por outros especialistas.

4.3 Metodologia de *Content Analysis*

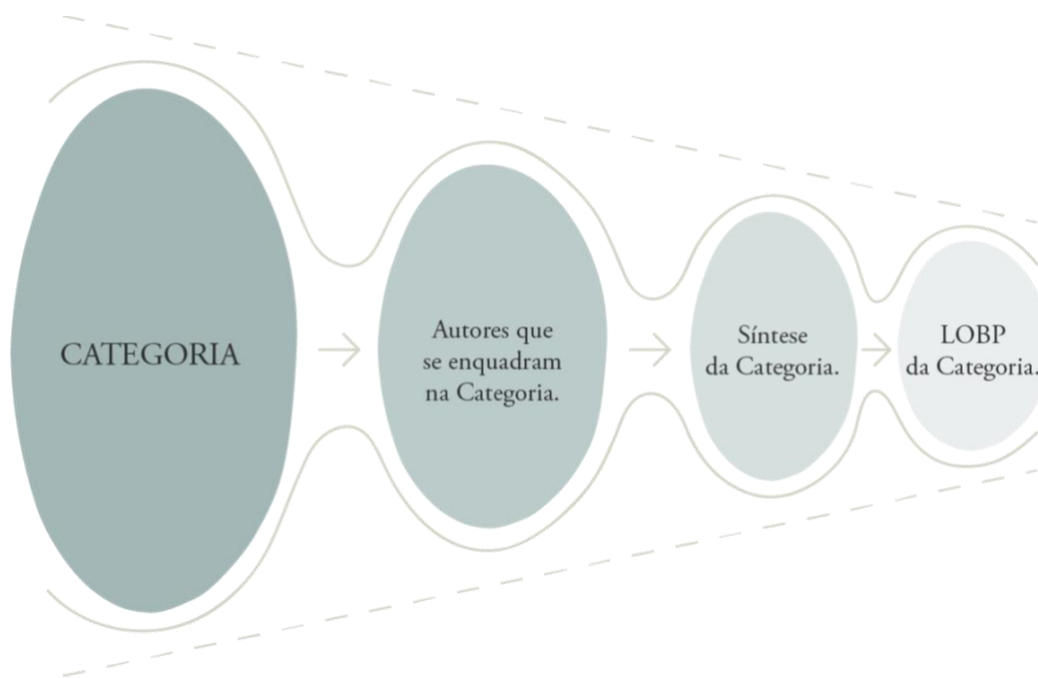
Para que seja criado um conjunto de diretrizes e boas práticas, fiável e com bases fortes, é necessário que se tratem os dados já recolhidos da melhor forma. Foi então necessário recorrer a metodologias de especialistas na área da análise de conteúdos, no presente caso abordou-se a metodologia de Colin Robson da segunda edição (2002) do seu livro “*Real World Research – A resource for Social Scientists and Practitioners - Researchers*”, primeiramente publicado em 1993. Segundo a metodologia apresentada pelo autor são vários os caminhos a seguir na análise de conteúdo, sendo que depende essencialmente sobre qual o tipo de conteúdo em que se baseia a pergunta de investigação feita no início do processo. Desta forma, tendo em conta que as perguntas de investigação e hipótese da presente dissertação assentam sobre um tipo de análise e conteúdo qualitativo, será feita uma análise discursiva dos autores presentes no enquadramento teórico.

O processo de triagem das linhas orientadoras de boas práticas teve início na etapa de seleção de textos do enquadramento teórico, sendo, de seguida, divididos por categorias e, por fim, definida a designação de cada categoria, bem como as linhas orientadoras de boas práticas que delas surgem.

No ponto que se segue é possível encontrar as linhas orientadoras de boas práticas de design social (LOBPDS) organizadas da seguinte forma (Figura 12):

Figura 12

Esquema de apresentação e organização das categorias geradas pela metodologia (Autora, 2021).



4.4 Linhas Orientadoras de Boas Práticas

Serão seguidamente descritas e contextualizadas as cinco categorias que deram corpo a cada uma das linhas orientadoras de boas práticas. Estas categorias são:

CATEGORIA I – Aprofundar o conhecimento dos designers em relação às ciências sociais

Seleção dos textos

Tabela 6

Autores citados na Categoria I (Autora, 2021).

Anand e Haag (2014)	<p>O género de pesquisa que aborda práticas como a etnografia pode constituir um desafio para o comum designer, dado que, da barreira linguística às diferenças culturais, deve estar cada vez mais preparado para executar uma pesquisa primária, essencial para a prática do design social.</p> <p>Começando numa pesquisa detalhada da sociedade a ser trabalhada, dividida em dois segmentos, a pesquisa primária e a secundária, partindo daí para uma perceção e definição do projeto, (...)</p>
Arboleda (2020)	<p>Trata-se efetivamente de uma abordagem fundada nas raízes do design participativo, no entanto, é incorporado no processo uma perspetiva focada na antropologia, o que faz com que seja significativamente mais focada no humano (p. 17).</p>
Blomberg et al. (2002)	<p>O estudo etnográfico passa sempre pela recolha de informação nos cenários em que as atividades dos utilizadores ocorrem.</p> <p>Planeamento da Pesquisa (...) divide-se em três partes: na caracterização de objetivos de pesquisa; na preparação de estratégias de amostra e na seleção de metodologias adequadas ao fim.</p> <p>Amostra (...) devem ser feitas as perguntas: “Que tipo de participantes representa melhor os objetivos da pesquisa?” e “Quantos participantes devem ser incluídos no estudo para que se atinjam os objetivos da pesquisa?”</p> <p>Ganhar Acesso É assim imperativo que se perceba a importância de criar relações e acordos iniciais.</p> <p>Observação (...) tem como foco perceber o comportamento do ser humano no contexto em que se insere naturalmente.</p> <p>Entrevistar (...) essencial para que se perceba a perspetiva dos membros da análise.</p> <p>Técnicas de auto-registo (...), este tipo de registo pode ser feito através de um diário ou histórias visuais, isto é, onde a componente fotográfica complementa os textos.</p> <p>Técnicas de recolha remota de dados Permitem que os etnógrafos consigam obter dados de diversos contextos e em grande quantidade.</p> <p>Manutenção de registo (...), um etnógrafo não deve confiar apenas na sua memória, pelo que é fundamental anotar ou gravar as entrevistas.</p>

	<p>Relação entre dados qualitativos e quantitativos Cruzar informação é uma mais-valia (...) Com os dados quantitativos é possível identificar padrões, mas (...) os processos etnográficos conseguem encontrar os motivos que se escondem nos números.</p> <p>Reconhecer o potencial dos estudos etnográficos não deve passar apenas pela compreensão da abordagem base dos mesmos, mas sim perceber a importância da criação de condições para que haja um maior proveito do design em relação a esses conhecimentos etnográficos. (p. 984)</p>
Gregory (2018)	<p>(...) a antropologia poderá oferecer uma abordagem mais profunda, mais fundamentada e ainda mais equitativa.</p> <p>(...), a antropologia aplicada ao design oferece uma abordagem respeitadora de percepção do impacto social do projeto e do design a ser desenvolvido. (p. 219)</p> <p>(...) este tipo de abordagem pode sugerir um sistema mais consciente de cooperação que põe as pessoas e as culturas no centro do processo de design.</p>
Ingold (2017)	<p>A etnografia tem com objetivo a descrição da vida e como esta é experienciada por uma comunidade, num local específico e num momento específico. (...) a antropologia inquire sobre as condições da vida humana no mundo. (p. 21)</p>
Manzini (2015)	<p>Todo o design deveria focar-se em promover as experiências sociotécnicas. (p. 54)</p>
Margolin e Margolin (2002)	<p>É necessária também uma abordagem mais aprofundada das ciências sociais, (...)</p>
Nanda e Warms (2019)	<p>(...) são várias as abordagens a seguir, sendo uma delas o trabalho de campo ou <i>Fieldwork</i>. (...) consiste numa emersão nas comunidades para explorar as culturas (...)</p>
Souleles (2017)	<p>Para Souleles (2017) são várias as estratégias que se podem encontrar num projeto de design para <i>social change</i>, no entanto refere que no topo da lista podemos encontrar metodologias como (...) etnografia.</p>
Spinuzzi (2005)	<p>No design participativo o design em si é investigação, apesar de participativo baseia-se em métodos etnográficos. Tal como na etnografia, o design participativo assegura se a opinião e interpretações do interveniente são tidas em conta ao longo da pesquisa. (p. 164)</p>
Ventura e Bichard (2016)	<p>O conhecimento social significa não só a criação de objetos mais adequados, mas também se deve basear em dados diretamente recolhidos dos utilizadores. (p. 7)</p> <p>O que poderá ajudar a que se criem soluções mais adequadas é a aplicação de metodologias antropológicas nos processos de design. (p. 7)</p> <p>(...), sempre que aplicada corretamente é benéfica sendo que cria uma imagem limpa daquele que é o universo do utilizador. (...), sendo capaz de identificar questões ocultas capazes de manipular o processo de design. (p. 7)</p> <p>(...) a sua aplicação dentro do design social, tem a capacidade de melhorar a destreza dos designers na identificação e compreensão do universo dos utilizadores finais. (p. 11)</p>

Wasson (2000)

Dentro do campo do design a etnografia tem um significado diferente, nesta área, a pesquisa tende a ser feita de uma forma mais rápida e com um enquadramento teórico menor, (...) (p. 382)

Observação do participante Uma abordagem essencial que, no caso em questão, ajudou a perceber o comportamento do consumidor.

Câmaras de vídeo instaladas Esta técnica faz com que seja possível a supervisão contínua dos espaços e ambientes do consumidor.

Entrevistas em profundidade Onde em parte são exploradas as práticas e modelos culturais dos entrevistados em relação ao tema e produto em estudo.

Narrativas fotográficas São dadas câmaras descartáveis aos consumidores para que tirem fotos consoante o que lhes é apresentado no guião.

Análise Esta análise poderá passar por reunir os participantes dividindo-os por grupos, daí observam os vídeos e dados recolhidos partindo para uma abordagem de *brainstorming* de ideias, isto é, um debate.

(p. 382-383)

(...), afirma não ser apenas o design que beneficia da antropologia aplicada à prática, mas o mesmo acontece ao contrário.

Síntese da categoria

Segundo alguns dos autores estudados no enquadramento teórico, é necessário aprofundar a área das ciências sociais aplicadas ao design. É perceptível que áreas como esta possam ser mais desafiantes, no entanto, quebram barreiras e impulsionam os designers nas pesquisas primárias dos projetos que desenvolvem, pesquisas estas para o qual se deve estar bem preparado porque é desta etapa que se extrairá o problema da comunidade a ser resolvido. Trata-se, contudo, de algo que acaba por ser negligenciado nos dias que correm, tendo em conta que estas pesquisas se moldam maioritariamente às necessidades dos designers. Este aprofundamento deve ser feito por meio de implementação de metodologias presentes tanto na etnografia como na antropologia, para que haja um maior conhecimento e entendimento da realidade sociocultural do utilizador. A etnografia analisa as experiências quotidianas de uma comunidade, enquanto que a antropologia investiga as condições da vida humana.

De que forma podem contribuir estas metodologias para o aprofundamento das ciências sociais no design? Estando presentes nos processos de design, passando estes processos por: 1) um bom planeamento da pesquisa, traçando objetivos, preparando estratégias de amostra e ainda pela seleção das metodologias mais indicadas ao propósito do projeto; 2) uma recolha de amostras fiável; 3) observação do comportamento humano, mais propriamente do contexto em que se insere o utilizador final; 4) entrevistas, um passo fundamental para perceber

os integrantes das amostras a serem analisados, quais as suas práticas e modelos culturais; 5) uma utilização de técnicas de auto-registo é essencial, podendo ser feita através de diários em formato vídeo ou narrativas fotográficas que completem os textos dos indivíduos; 6) de seguida é crucial a manutenção dos registos adquiridos, um designer/etnógrafo não deve confiar apenas na sua memória, tendo de registar e gravar as entrevistas e outras metodologias de análise; 7) uma análise dos dados quantitativos e qualitativos, numa fase final da pesquisa, é essencial. Esta deve relacionar os dados mais quantitativos, onde se identifica o padrão, com os dados qualitativos, onde nos deparamos com o “porquê” desse mesmo padrão.

Estes tipos de metodologias acabam por conduzir o designer para abordagens que se centram muito no utilizador, sendo que é o seu quotidiano que está a ser analisado. O designer torna-se assim um guia ético que se depara com questões ocultas capazes de influenciar o curso do projeto. É, portanto, essencial compreender as ciências sociais e o design como duas práticas que se completam em prol de um respeito maior pelo utilizador final, apoiando-se assim abordagens mais longínquas. São várias as linhas orientadoras que nascem da presente categoria, sendo que podem ser compreendidas como um grupo. Deve percecionar-se a denominação da categoria como uma diretriz generalizada que só faz sentido ao ser acompanhada por outras que a completam.

Linhas orientadoras de boas práticas CATEGORIA I

Geral

Aprofundar o conhecimento dos designers em relação às ciências sociais;

Complementares

- a) Entender as ciências sociais e o design como práticas que se completam;
- b) Através da implementação de metodologias como a Antropologia e Etnografia;
- c) Onde o designer deve planear, observar, entrevistar, registar, analisar e perceber o contexto sociotécnico do utilizador final.

CATEGORIA II – Focar mais os projetos nos utilizadores finais

Seleção dos textos

Tabela 7

Autores citados na Categoria II (Autora, 2021).

<p>ACO Manual (2012)</p>	<p>Tem-se como objetivo instigar a entrega dos projetos às comunidades na primeira oportunidade prática.</p> <p>É essencial que a comunidade esteja plenamente consciente do trabalho realizado (...)</p>
<p>Anand e Haag (2014)</p>	<p>O design deve ser mais centrado no ser humano, de outra forma perde a capacidade de perceber o que é realmente necessário e preciso pelas comunidades.</p>
<p>Cheng e Chou (2019)</p>	<p>3. Resolver problemas por intermédio de processos interdisciplinares;</p> <p>4. Envolver-se no processo de resolução de problemas quem os tenha experienciado;</p> <p>Deu oportunidade aos alunos de falarem diretamente com os habitantes locais, foram selecionados 13 residentes. Esta prática proporcionou aos discentes uma certa aprovação de que se encontravam a satisfazer as necessidades reais da população com as ideias que idealizaram em conjunto.</p> <p>Por intermediário do design participativo, os estudantes e oito residentes, da vila a ser abordada, tiveram a oportunidade de acrescentar ou modificar as ideias já validadas anteriormente.</p> <p>(...) os níveis de participação das partes interessadas afetam as decisões de resolução da problemática, à medida que os sistemas sociais mudam.</p>
<p>IDEO (2015)</p>	<p>(...)ser-se um designer centrado no ser humano assenta no acreditar que todos os problemas, até os que aparentam não ter saída, sendo dados os exemplos como a pobreza e igualdade de géneros, são solucionáveis. (p. 10)</p> <p>Para que se seja um designer centrado no ser humano é necessário adotar um <i>mindset</i>, isto é, uma mentalidade e/ou pensamento. (p. 10)</p> <p>(...), desde que se permaneça com o foco nos desejos da comunidade em questão as ideias vão certamente evoluir e tornar-se nas soluções mais indicadas para o projeto. (p. 29)</p> <p>Daqui parte-se para a partilha dos mesmos com a comunidade, para o <i>feedback</i>. Depois de tudo isto, há um aperfeiçoamento e construção constante, até que se alcance a solução ideal. (p. 75)</p>
<p>Muller-Roterberg (2020)</p>	<p>(...), como algo que começa nas e com as pessoas e faz delas a prioridade do processo. (p. 13)</p> <p>Estar-se alinhado com as pessoas e as suas necessidades desde início (...) é importante que se envolva de forma ativa os consumidores finais (...)</p> <p>Desenvolver empatia Onde o designer se põe no lugar do utilizador e explora os seus sentimentos, pensamentos, as suas ações e intenções para o projeto.</p>

	<p>Ilustração de ideias (...) prototipagem do que foi pensado, esta prototipagem é importante para que o utilizador visualize e experimente a solução.</p> <p>Garantir uma equipa diversificada (...) diversidade de idades, géneros, culturas, entre outros, para que se obtenham perspetivas diferentes.</p> <p>Espaços criativos e orientados para a equipa (...) que sejam determinados diferentes locais, salas e disposições das mesmas para as diferentes etapas do processo de <i>design thinking</i>.</p> <p>Um processo flexível (...)um tipo de abordagem gradual, (...) (p. 14)</p> <p>1) perceção do problema; 2) observação do consumidor; 3) seleção de ideias; 4) o desenvolvimento de protótipo; 5) testagem das hipóteses. (p. 16)</p>
Sandres e Stappers (2008)	<p>Conduzir - Deve conduzir aqueles que se encontrem no nível de criatividade do “fazer”. (p. 14)</p> <p>Guiar - É importante orientar os que estão na fase de “adaptação”. (p. 14)</p> <p>Oferecer Apoios - (...) que sustentem quem esteja no nível de “produção”. (p. 14)</p> <p>Dar uma tela limpa - Aos que se encontrem no patamar da “criação”. (p. 14)</p>
Shea (2012)	<p>(...)estratégias base para um processo de design socia (...) 8) Projeta com a voz da comunidade; 9) Responsabiliza as comunidades;</p>
Souleles (2017)	<p>O ensino do design precisa de apresentar estratégias centradas no utilizador e baseadas nos testemunhos, e desta forma aproximar-se-á de abordagens de design que apresentarão uma vasta variedade de intervenções sociais de sucesso. (p. 934)</p>
Spinuzzi (2005)	<p>(...) o design participativo realça a pesquisa colaborativa e o codesign, na medida em que, os designers que se encontram na investigação têm de chegar a conclusões em conjunto com os utilizadores finais. (p. 167)</p> <p>o design participativo assegura se a opinião e interpretações do interveniente são tidas em conta ao longo da pesquisa. (p. 164)</p> <p>O objetivo desta abordagem não consiste apenas na perceção empírica da ação, mas também em prever e moldá-la ao que os utilizadores acham ser mais favorável. (p. 164)</p> <p>(...), dentro do design participativo deve haver outros objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Participação contínua (...) deve haver um envolvimento constante dos utilizadores finais, bem como lhes devem ser prestados os mecanismos de codesign faseadamente; 2. Revisitar fases do projeto (...) deve ser flexível ao ponto de se poder, sempre que necessário, rever e revisitar fases anteriores; 3. Uma reflexão sustentada (...) os utilizadores do projeto devem ser instigados a refletir de forma crítica (...)
Ventura e Bichard (2016)	<p>Este tipo de ligação entre os designers e o beneficiário final dá força a um design mais ético e social. (p. 5)</p> <p>Os profissionais que empregam esta abordagem percecionam os utilizadores finais como colaboradores, como quem detém realmente de conhecimentos relevantes para o projeto. (p. 5)</p>

Síntese da categoria

Para que um design responda verdadeiramente a necessidades reais é imperativo que perceba essas carências, algo que, segundo múltiplos autores, é mais eficaz quando abordadas metodologias como as do *design thinking*, participativo e codesign. Este tipo de abordagens tem como foco o ser humano e a importância da sua colaboração ao longo do processo.

De que forma pode o designer abordar estas metodologias no projeto? Ao envolver ativamente os consumidores finais no projeto desde cedo, podendo assim criar e chegar a soluções com os utilizadores; 1) saber colocar-se no lugar do utilizador e assim perceber o que pensa e como se sente, ou seja, para perceber o problema; 2) é importante testar a solução com o consumidor para que haja uma validação; 3) desenvolver o projeto com diversidade na equipa de utilizadores; 4) gerar um processo flexível, onde possa voltar, sempre que necessário, a etapas anteriores do mesmo. O designer, numa vertente mais colaborativa deve: 5) conduzir os que se encontram no nível de criatividade do “fazer”; 6) guiar os que se encontram no patamar da “adaptação”; 7) oferecer apoio a quem se encontra na fase de “produção”; 8) fornecer um espaço em branco a quem esteja na etapa de “criação”. 9) O designer deve também instigar à reflexão crítica por parte do utilizador final ao longo do processo.

Ao ser mantido este foco, nas necessidades e desejos das comunidades, está-se consequentemente a criar soluções mais indicadas para os mesmos. É então importante ouvir, projetar, responsabilizar e respeitar a comunidade com quem se desenvolve o projeto e por quem passará a ser mantido. É, portanto, essencial que se crie uma ligação entre o beneficiário e o designer, esta ligação é um incentivo à cocriação e dá força a um design mais adequado às verdadeiras necessidades.

Linhas orientadoras de boas práticas CATEGORIA II

Geral

Focar mais os projetos nos utilizadores finais;

Complementares

- a) Percecionar o utilizador final como um aliado e cocriador nos projetos;
- b) Para tal é fundamental inserir as metodologias de *design thinking*, codesign e design participativo;
- c) Onde o designer deve ouvir, projetar, responsabilizar e respeitar a comunidade com quem vai desenvolver o projeto;
- d) Instigar à reflexão crítica do utilizador e criar uma relação empática com o mesmo.

CATEGORIA III – Responsabilização e emancipação do designer

Seleção dos textos

Tabela 8

Autores citados na Categoria III (Autora, 2021).

Arboleda (2020)	(...) designer não se encontra no papel de criação como o conhece, é apenas um facilitador que oferece o seu apoio às pessoas que se encontram no desenvolvimento do seu próprio produto. (p. 17)
Cheng e Chou (2019)	1) Formar os estudantes para proporem soluções inovadoras para os problemas; 5) Assegurar que os alunos possam alcançar uma aprendizagem reflexiva durante o processo de resolução de problemas; 6) Orientar os estudantes no reconhecimento da natureza "orgânica" dos problemas sociais, (...)
Easterday et al. (2018)	Os discentes mais experientes podem assumir papéis de liderança no ambiente onde se integram, (...) (p. 71)
Gregory (2018)	(...) o designer terá de abraçar um tipo de análise mais reflexiva e legitimar este tipo de questões, podendo assim avançar para um tipo de design socialmente responsável e consciente. (p. 220)
IDEO (2015)	(...)ser-se um designer centrado no ser humano assenta no acreditar que todos os problemas, até os que aparentam não ter saída, sendo dados os exemplos como a pobreza e igualdade de géneros, são solucionáveis. (p. 10)
Papanek (1984)	(...) os designers têm mais controlo do que pensam ter. (p. 233)
Rocha et al. (2018a)	É essencial que se formem designers mais críticos e conscientes das suas resoluções de projeto, (...) (p. 2917) (...), com a consciência do impacto que possam vir a ter as decisões a tomar ao longo do seu processo de criação. (p. 2917) As características apontadas pelos autores, (...), são: Consciência Socio – Política; Consciência Ambiental; Empatia; Competências de cocriação; Pensamento Crítico e uma mentalidade estratégica; Centrado no Humano. (p. 2918). (...), designer esse que acabará por estar mais apto a ajustar-se a um tipo de mercado mais complexo do que aquele com que se batalhava há alguns anos.
Muller-Roterberg (2020)	Desenvolver empatia Onde o designer se põe no lugar do utilizador e explora os seus sentimentos, pensamentos, as suas ações e intenções para o projeto. Aprender com o erro (...) uma relação natural que acolha o erro para que este seja tolerado e consecutivamente assimilado.
Ventura e Bichard (2016)	É (...) necessário que os designers se vejam não como instrumentos de produção, mas sim como líderes intelectuais (p. 12). (...) um guia ético dentro da equipa, (...)

Síntese da categoria

O designer é muito mais do que apenas uma pequena parte de um processo, é importante que este se percecionem como um agente fulcral no desenvolvimento de qualquer projeto. Para que este tipo de mentalidade esteja mais presente no dia a dia dos designers é importante que se formem designers mais críticos e conscientes das suas decisões de projeto. Assim sendo, é necessário que se incentive a uma aprendizagem mais reflexiva.

De que forma se pode consciencializar e emancipar o designer? É importante que desenvolvam características como a empatia, otimismo, confiança criativa, o saber abraçar a incerteza, aprender com os erros e consciencializar-se do peso que têm as suas decisões de projeto. Assim sendo é também importante que aprendam a testar e falhar, perceber que a incerteza faz parte do caminho a percorrer. Alguns destes atributos ajudam o designer no processo de análise do utilizador, será mais fácil desta forma perceber o que está a sentir e como age consoante isso. Para além das características mencionadas é também essencial que o designer perceba o seu papel como facilitador, onde apoia as comunidades a desenvolver os seus próprios produtos, abandonando assim o seu papel de criação como o conhece. É particularmente importante que, estejam cientes e conscientes do tipo de impacto que podem ter com os seus projetos, sejam em que setor for.

Linhas orientadoras de boas práticas CATEGORIA III

Geral

Responsabilização e emancipação do designer;

Complementares

- a) O designer deve percecionar-se como parte essencial em todo o processo de criação;
- b) O designer deve ter consciência das suas ações e no quanto afetam o projeto e o mundo;
- c) Deve ser estimulado a um tipo de pensamento reflexivo, isto é, que instigue a uma observação mais crítica.

CATEGORIA IV – Aplicar abordagens reais baseadas em agentes reais

Seleção dos textos

Tabela 9

Autores citados na Categoria IV (Autora, 2021).

<p>Cheng e Chou (2019)</p>	<p>O ensino do design, dentro da concepção social já não está limitado aos docentes que atuam como agentes de transmissão de conhecimento nem a discentes que procedem apenas como recetores desse conhecimento.</p> <p>(...) o professor pode mover-se entre quatro papéis, (...): facilitador, orientador, avaliador; especialista.</p>
<p>Dhaundiya e Pant (2020)</p>	<p><i>“Design has transitioned progressively from a consumer focused discipline to a human-centred one with a more complex agenda, and design education must follow suit, to equip future designers in the skills needed to address new social challenges and forge novel career paths.”</i> (p.13).</p>
<p>Easterday et al. (2018)</p>	<p>Os discentes mais experientes podem assumir papéis de liderança no ambiente onde se integram, (...) (p. 71)</p> <p>(...), desta forma se preparam discentes para saídas profissionais em design social, fornecendo-lhes experiências reais. (p. 69)</p> <p>Tanto a aprendizagem como o impacto do design social acontecem por intermédio de projetos que tendem a resolver desafios sociais do mundo real. (p.70)</p>
<p>Ferreira et al. (2018)</p>	<p>(...)abordagens necessárias para um tipo de ensino e sociedade orientados para as competências: (p.5)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. É necessária uma utilização variada de abordagens e ambientes de aprendizagem; 2. O apoio dos docentes; 3. Uma validação das aptidões adquiridas e do seu impacto real.
<p>Gregory (2018)</p>	<p>É necessário que a educação do design se adapte a abordagens longínquas ao que é o modelo tradicional das artes visuais, isto é, que se tornem mais interdisciplinares, colaborativas (...) (p. 226)</p>
<p>Hoadley (2012)</p>	<p>(...), sendo que é importante que designers, em processo de aprendizagem, estejam inseridos em comunidades e contextos autênticos. (p. 290)</p>
<p>Rocha et al. (2018a)</p>	<p>(...) é tempo de mudança nas dinâmicas entre professor e aluno, (...) apresentam como solução a metodologia <i>Project-Based Learning</i> (PBL), onde os docentes não se encontram à frente dos alunos, mas a seu lado. (p. 2920)</p> <p>(...), para que se perceba a inovação social e a sustentabilidade, esta não deve estar isolada e dependente de um docente, deve, na verdade, fazer parte do ADN do curso em si. (...) deve ser abordado do mais simples ao mais complexo ao longo dos três anos de licenciatura, (...)</p>

Souleles (2017)

(...)tendo em conta que o que prevalece passa a ser a visão do docente, muitas vezes sem discussão, este critério é descrito como um meio preponderante para a enculturação dos estudantes.

Síntese da categoria

Está muito presente no ensino atual, uma abordagem ainda bastante focada no docente, abordagem esta que pouco desafia o progresso intelectual dos discentes. Para colmatar este tipo de visão, é mencionada a metodologia *Project-Based Learning*, onde o professor se retira da frente dos discentes e se coloca entre os mesmos. É também defendido que, dentro da concepção social do ensino, já não há a limitação de se perceber o docente como agente que transmite o conhecimento, nem o discente como aquele que retém esse mesmo conhecimento. O docente pode então mover-se entre quatro funções: 1) facilitador; 2) orientador; 3) avaliador; 4) especialista.

É defendida também a aplicação de abordagens mais interdisciplinares e colaborativas, apelando assim à resolução de desafios reais, do mundo real e desta forma fornecer aos alunos experiências reais. Assim sendo, a abordagem do ambiente de aprendizagem terá também de ser pensada e mudada, para um melhor aproveitamento desses espaços reais e das realidades sociotécnicas da população. Este tipo de abordagens reais é importante para que possa existir uma validação do impacto real dos designers.

Linhas orientadoras de boas práticas CATEGORIA IV

Geral

Aplicar abordagens reais baseadas em agentes reais;

Complementares

- a) Inserir no ensino abordagens interdisciplinares e colaborativas;
- b) Realizar projetos onde o docente se possa mover sobre vários papéis;
- c) Criar mais projetos fora do espaço tradicional de uma aula;
- d) Inserir mais projetos e designers em comunidades reais.

CATEGORIA V – Desenvolver uma visão ética e culturalmente aprofundada

Seleção dos textos

Tabela 10

Autores citados na Categoria V (Autora, 2021).

ACO Manual (2012)	<p>Sensibilização Cultural (...) os projetos se alinham e espelham o respeito pelo passado cultural da sociedade onde vão ser implementados e inseridos. Um desfasamento da cultura pode ter o resultado contrário e resultando em aceitação e utilização limitada do projeto em questão.</p> <p>(...), é fundamental que, desde a fase inicial, haja um rastreamento dos problemas que possam afetar diretamente o projeto. Uma das abordagens feitas é a baseada num código de cores, denominado de “Traffic Light Sistem”, isto é, “Sistema de Semáforo”, pelas três cores que o representam: Verde; Amarelo/Laranja; Vermelho.</p> <p>Project Assessment Checklist</p> <p>(Informação da Tabela 4)</p> <p>Viabilidade</p> <ul style="list-style-type: none">- Está em conformidade com os costumes locais?- Estão disponíveis todos os recursos materiais necessários? <p>Preocupações</p> <ul style="list-style-type: none">- Irá o projeto elevar as expectativas da população local ao ponto de levar a uma desilusão conjunta quando terminado?- O projeto afeta o comércio local? Isto é, irá retirar oportunidades de negócio à população? <p>Considerações Cívicas</p> <ul style="list-style-type: none">- Irá a população apoiar?- Pode causar uma percepção cultural e ética negativa?- Encorajará à autoajuda?- Encorajará à estabilidade?- Irá a manutenção futura levar a um esgotamento dos recursos cívicos?- Será benéfico para a maior parte da população?- É de alguma forma discriminatório ou pode ser interpretado como tal?
Aldeek (2020)	<p>(Informação do Projeto Warka Tower)</p> <p>As torres ao poderem ser construídas pela comunidade local com materiais locais, apresentam assim que métodos simplificados podem ser proveitosos e considerados tecnologia avançada.</p>
Anand e Haag (2014)	<p>A pesquisa primária de um designer deveria começar pela sua percepção do espaço social em que se poderá inserir.</p>

	<p>(...) abrange as “condições de vida”, isto é, a disponibilidade de recursos materiais, a situação de emprego atual, quais as condições de habitação, o ambiente social que rodeia o indivíduo, (...)</p> <p>Isto porque o designer tem que perceber as condições de vida presentes para que, por consequente, desenhe e projete para o presente (...)</p>
Gregory (2018)	<p>(...) pode sugerir um sistema mais consciente de cooperação que põe as pessoas e as culturas no centro do processo de design.</p>
Owen e Flemming (2002)	<p>(Informação do sistema <i>Traffic light</i>)</p> <p>Trata-se de um sistema que ajuda à comparação e percepção do impacto que o projeto está a causar ao longo do processo, sendo assim considerada uma “medida de sucesso”.</p> <p>Estes fatores são denominados de “<i>normality indicator</i>”, isto é, “indicadores de normalidade”.</p>
Pazmino (2007)	<p>(...) uso de materiais simples, locais e de fácil aquisição por parte da comunidade, havendo também a necessidade de que sejam de baixo custo.</p> <p>(...) ter o cuidado, no processo de fabricação, de usar tecnologias dominadas pela população local.</p> <p>Tanto o projeto como o produto final do mesmo devem ser adequados ao contexto sociocultural em que se insere (...)</p> <p>É importante também que reflita o estilo de vida local, valorizando sempre os aspetos sociais, culturais e ambientais.</p>
Shea, A. (2012)	<p>2) Cria Confiança; 3) Promete apenas aquilo que consegues dar; 6) Identifica os pontos fortes da comunidade; 7) Utiliza os recursos locais;</p>

Síntese da categoria

O design deve espelhar o respeito pelo passado cultural da comunidade. Para que isto seja possível, é preciso perceber-se o espaço social em que se insere essa comunidade, ou como denominado nas ciências sociais, o espaço sociocultural da mesma. Posto isto, é necessário investigar tópicos como a disponibilidade de recursos da comunidade, a situação de emprego atual e quais as condições de habitação. Estes pontos podem ser considerados indicadores de normalidade, indicadores estes muitas vezes analisados pelo *traffic light system*.

Este tipo de abordagens é importante, ao desenvolver projetos com materiais e agentes locais, com tecnologias dominadas pela população, está-se a adequar o projeto à realidade sociocultural da comunidade. Por vezes é importante perguntar: Está em conformidade com os costumes locais? Estão disponíveis todos os recursos materiais necessários? Pode causar uma percepção cultural e ética negativa?

Como pode um designer garantir a visão ética e cultural de um projeto? Ao usar materiais simples e familiares à população, ou seja, recursos locais; utilizando tecnologias dominadas pela comunidade; adaptar a linguagem do produto ou serviço à percepção de vida local; deve estar atento aos aspetos sociais, ambientais ou culturais do utilizador.

Trata-se então de aplicar os conhecimentos retirados de uma possível pesquisa etnográfica ou antropológica, respeitando o que se observou e aplicando sempre até ao fim do processo.

Linhas orientadoras de boas práticas CATEGORIA V

Geral

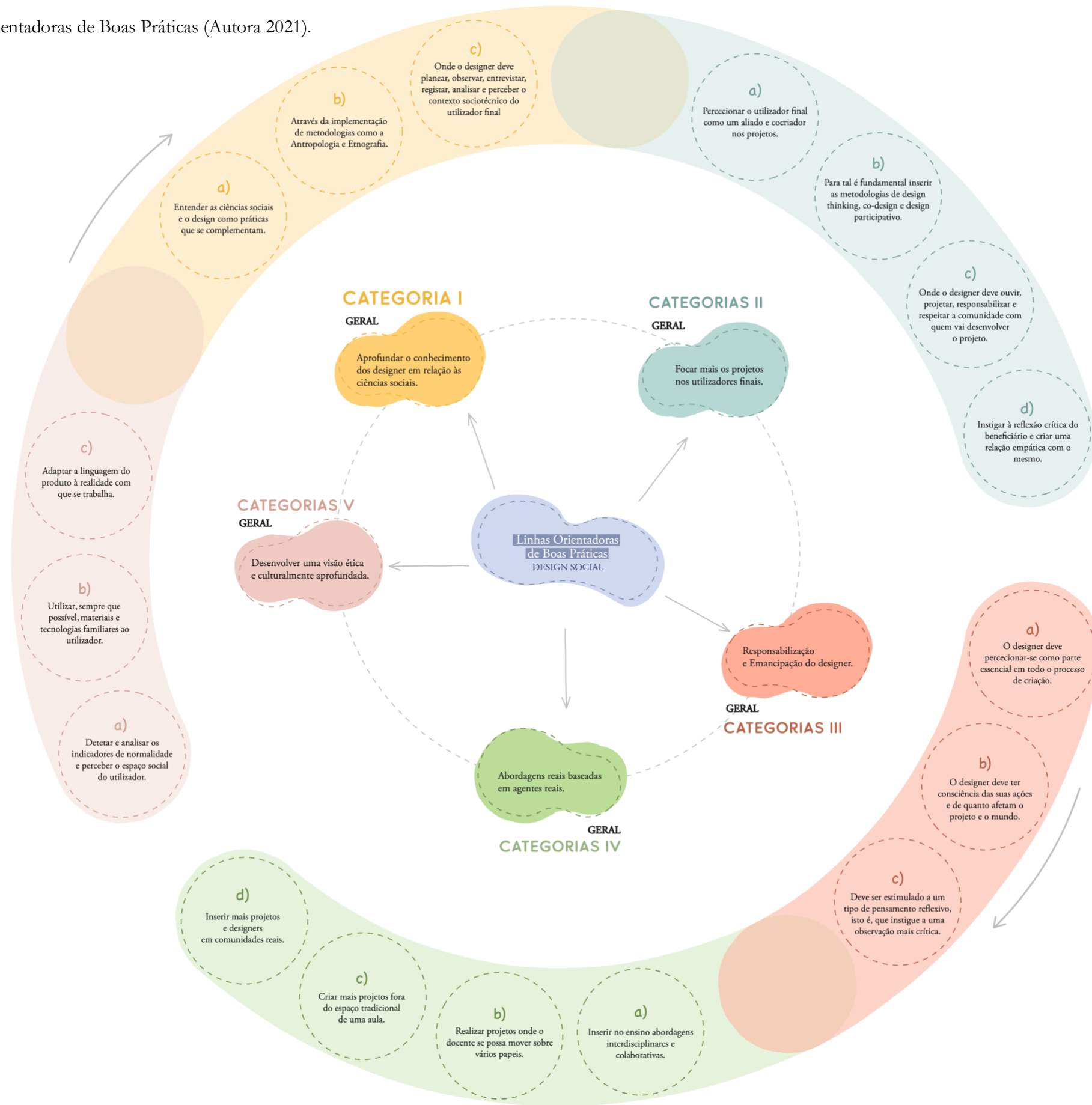
Desenvolver uma visão ética e culturalmente aprofundada;

Complementares

- a) Detetar e analisar os indicadores de normalidade e perceber o espaço social dos utilizadores;
- b) Utilizar sempre que possível materiais e tecnologias familiares aos utilizadores;
- c) Adaptar a linguagem do produto à realidade com que se trabalha.

Figura 13

Esquema final | Linhas Orientadoras de Boas Práticas (Autora 2021).



Na Figura 13 é apresentado o conjunto das linhas orientadoras de boas práticas, sendo exibidas as categorias e as linhas geradas pelas mesmas, este esquema tem como finalidade sintetizar o resultado final da metodologia aplicada.

É perceptível que a presente metodologia levou à criação de LOBPDS, que assentam sobre cinco categorias gerais e, em cada uma delas, três a quatro linhas guia que especificam e completam o tema. Pode entender-se também que algumas categorias estão relacionadas entre si, não querendo isto dizer que se trata do mesmo, mas sim que se completam e tocam conceitos semelhantes. Este conjunto de linhas orientadoras de boas práticas visa o auxílio e condução clara e simplificada daqueles que pretendam mudar a sua visão de design, sem que se foquem apenas em projetos sociais, mas que tragam desta prática, para o seu dia a dia, perspectivas éticas e ambição de criar soluções adequadas a cada comunidade ou indivíduo.

As presentes linhas orientadoras não fomentam um bloqueio criativo, muito menos devem ser percecionadas como uma solução e metodologia que procure puramente o conhecimento verdadeiro. Podem, contudo, ser utilizadas por docentes, discentes e qualquer designer que tenha como objetivo um processo mais cuidadoso.

4.5 Síntese da Metodologia

Ao ser criado um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas, baseadas em metodologias do design social, foi possível perceber os pontos fundamentais para que se aborde o design de uma forma mais cuidadosa e completa, com o objetivo de responder a carências genuínas por parte de cada comunidade, isto é, um design mais consciente.

Tratando-se de uma metodologia de análise qualitativa foi possível analisar aprofundadamente os autores presentes no enquadramento teórico e perceber que metodologias ou conceitos poderiam vir a enriquecer a prática do design num todo. Esta análise levou à criação de um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas que procuram encaminhar o design para um tipo de processo mais focado nas necessidades reais e não no mercado mais consumista onde não há uma preocupação relevante pelo consumidor.

O resultado final da metodologia visa, desta forma, apoiar os designers numa jornada consciente e capaz de transformar o design numa prática cada vez mais ética e focada nas comunidades e beneficiários finais de cada projeto.

CAPÍTULO V – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1 Introdução

O presente capítulo tem o propósito de descrever e interpretar os dados recolhidos ao longo do processo dissertativo. Esta descrição será guiada tanto pelos objetivos como pelas questões de investigação e ainda pela hipótese a ser validada na investigação. Tratando-se de uma metodologia com base em dados qualitativos serão clarificados os procedimentos de análise utilizados.

Haverá uma clarificação das limitações presentes no decorrer da investigação, uma característica natural dada a complexidade do tema.

Por fim, são traçadas pretensões futuras dentro da temática, com o objetivo de aprofundar e validar os resultados metodológicos apresentados, sendo que sempre com o propósito de evolução, por parte do design social, dentro da prática do design e nos processos de gestão do design.

5.2 Reflexão crítica

Tanto os objetivos como as questões de investigação foram prosperamente respondidos e alcançados, o que conseqüentemente levou a uma validação da hipótese apresentada previamente.

“Como tem sido abordado o design social no ensino?” e “Como poderá o design incorporar bases do design social no seu processo?” foram as duas questões que promoveram o início da investigação, guiando-a para o primeiro momento de pesquisa, as entrevistas exploratórias. O que levou a uma análise dos dados aí recolhidos e a uma resposta parcial de ambas as questões, por parte dos especialistas. Desta primeira etapa foram retirados *insights* fundamentais que conduziram a uma visão mais aprofundada daquele que poderia ser o enquadramento teórico. No desenrolar deste enquadramento foi possível responder integralmente às questões mencionadas, como ainda se obtiveram os seguintes pontos gerais: perceber o design social e localizar as suas metodologias base; perceber a importância do tema na educação e conseqüentemente no mercado.

A questão secundária “É necessária a criação de linhas orientadoras de boas práticas do design social?” foi esclarecida no enquadramento teórico, por se demonstrar uma carência na aprendizagem e conhecimento do tema e, em conjunto com a questão “Poderá um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas ser utilizado por docentes, discentes e designers?”, agregadas a toda a informação reunida no Capítulo III, levaram a uma análise minuciosa com base na metodologia de *Content Analysis* de Robson (2002). Os resultados dessa mesma análise foram promissores ao serem criadas linhas orientadoras de boas práticas claras e fundamentadas com a versatilidade de poderem ser utilizadas por designers (em funções), docentes de design, bem como por discentes. Tem apenas como requisito de utilização que se queira mudar a percepção e processo de design para uma prática e exercício mais ético e consciente. Ao serem criadas estas linhas orientadoras de boas práticas foi possível validar a hipótese da dissertação – “É possível criar um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas do design social.”.

Com a presente dissertação pretende-se clarificar que o design social não tem de assentar somente sobre desfechos não lucrativos e para o terceiro mundo. Esta vertente do design tem também a capacidade de proporcionar à prática convencional uma perspectiva menos consumista e mais focada num tipo de soluções verdadeiramente indispensáveis. Desta forma, é facultado um conjunto de linhas orientadoras de boas práticas acessível a todos aqueles que tenham em si a vontade de mudar a visão do design.

5.3 Limitações

Tendo em conta a larga complexidade do tema, foram algumas as limitações que se impuseram ao longo do processo. Primeiramente, a ausência de um estudo de caso que reconhecesse e corroborasse as linhas orientadoras de boas práticas criadas num contexto prático. Estudo de caso este pensado e estruturado, sem efeito pela sua incompatibilidade com o tempo destinado à concretização da dissertação.

De uma forma geral, design social é sobre as pessoas, saber ouvir, perceber e ler os indivíduos com que se trabalha. Assim sendo, foi também difícil sentir essa empatia de câmara para câmara. O ser humano é muito mais e vai muito para além daquilo que diz, é aquilo que expressa na sua linguagem corporal. Desta forma, foi incalculável o que se perdeu entre pixéis e quebras de internet. Não deixaram, no entanto, de se desenvolver entrevistas empáticas e coesas.

Por último, o contexto pandémico levou da presente dissertação e do design em geral o mais importante - as pessoas, as relações e as reações contagiantes que nos levam a ter uma estranha certeza de que estamos no caminho certo.

5.4 Investigações futuras

Tendo sido provado e referido por vários autores a necessidade e benefícios gerados por metodologias como o *design thinking*, participativo, codesign e ainda a antropologia e etnografia aplicadas ao design, é urgente a consciencialização dos designers para as mesmas.

É essencial que esta mudança de mentalidade comece pelo processo educativo do designer, no entanto, sem que se fechem as portas à consciencialização e orientação dos profissionais de design já em exercício de funções, tentando abranger ao máximo toda a comunidade do design. Investigações futuras carecem de uma divulgação do conhecimento agregado à área social. É também imperativo que seja dissipado de forma a moldar-se às mais diversas práticas do design.

A presente dissertação é entendida como ponto de partida de investigações futuras que visem a evolução tanto do ensino como da prática do design com base num design social, ético, consciente e empático.

5.5 Síntese da Discussão de Resultados

A presente dissertação alcançou os objetivos delineados e respondeu às questões de investigação traçadas. Assim, foi possível identificar e responder à hipótese apresentada, alcançando o seu potencial máximo. Contudo, não na sua dimensão absoluta visto que são também apresentadas limitações, limitações estas que levam a uma enorme ambição por investigações futuras.

Ao longo do mestrado de gestão de design foi-nos destacada a importância do designer e do design desde os primeiros passos de qualquer processo. Atualmente, o mesmo acontece com o design social, tratando-se de uma área do design urgente e completa que poderá estar mais presente nos processos e projetos de design. Assim sendo, o resultado da dissertação objetiva a facilitação da implementação desta área do design, por parte dos designers, no seu quotidiano. Quaisquer limitações devem ser abordadas futuramente para que se chegue o mais rapidamente possível a uma área do design cada vez mais completa e certamente mais cuidadosa.

Espera-se, portanto, uma evolução notória do tema em questão para que se viva o design de uma forma mais consciente e cada vez mais focado nas necessidades reais das suas comunidades.

CAPÍTULO VI – CONCLUSÃO FINAL

6.1 Contributos

São perceptíveis três contributos de peso, tanto no desenvolvimento do processo dissertativo, como também no resultado final do mesmo.

O primeiro contributo destacado é o englobar das várias metodologias presentes nos processos de desenvolvimento de projetos de design social, não estando estas apenas enumeradas, havendo assim um aprofundamento e detalhe das mesmas. Este aprofundamento e as referências do enquadramento teórico-prático podem também guiar futuros investigadores na observação, estudo e introdução de novas problemáticas, que completem e impulsionem o tema do design social. Quanto ao segundo contributo, o mesmo está presente nas linhas orientadoras de boas práticas e na sua capacidade de, de uma forma gradual, abordar cada vez mais e melhor o design socialmente responsável nos processos de design.

Essencialmente, a corrente dissertação, contribui para que se esteja cada vez mais perto de um design mais atento às questões sociais e humanas, tratando-se este do seu terceiro contributo identificado.

6.2 Conclusão final

O método dissertativo da investigação assenta numa organização coesa, tendo sido sequencialmente guiada, passo a passo, seguindo de forma fluida os acontecimentos ao longo do processo.

Ao iniciar a pesquisa com as entrevistas exploratórias foi possível perceber que subtemas abordar, bem como alguns dos autores imprescindíveis à investigação. É, desta forma, fundamental perceber a opinião, não só de parte da amostra presente na metodologia, como também de especialistas na área do social. Partiu-se assim para o enquadramento teórico com bases consistentes onde foi possível estudar detalhadamente as metodologias presentes no processo de design social, mas também perceber-se a urgência do mesmo nos procedimentos de design. Esta vertente do design defende abordagens opostas ao pensamento consumista, mas profundamente focadas no beneficiário final, bem como em processos que evidenciem as ciências sociais e um tipo de pesquisa primária altamente detalhada. Ao analisar todo o contexto teórico-prático foi possível identificar a necessidade de linhas orientadoras de boas práticas de design social, como ainda criar as mesmas.

Trata-se de um tema de tamanha importância, sendo essencial que se continue a abordar e aprofundar para que se encontre cada vez mais presente no ensino e quotidiano dos designers. Quem faz do design o design são as pessoas, posto isto, não há espaço para que a prática, apesar de ser notável a evolução, continue a pôr de parte esse traço tão relevante. Assim sendo, o conjunto de linhas orientadoras de boas práticas tem como finalidade assistir os designers, disponibilizando-lhes linhas guia que os encaminhem por processos que evidenciem as pessoas com quem vão desenvolver o seu projeto. Tem ainda a enorme vantagem de abranger tanto docentes como discentes e ainda designers no ativo que queiram mudar a sua perspetiva de design. Ajuda também a que os mesmos integrem designers júnior nas suas equipas da melhor forma possível. Demonstra a importância do designer nas equipas multidisciplinares e ainda auxilia na criação de projetos que respeitem as crenças de cada beneficiário e/ou comunidade.

*“Nobody in the world can succeed alone.”*³⁸(Sirolli, 2012).

³⁸ Tradução livre da autora: “Ninguém no mundo consegue ter sucesso sozinho.” (Sirolli, 2012).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aco Manual, (AM) 86-1-1 (2012). ACO CIMIC Tactics Techniques and Procedures, Chapter 8 - Projects, Mons. SHAPE. <https://www.handbook.cimic-coe.org/8.-annex/reference-docs/TTPs.pdf>
- Aldeek, Z. (2020). Green Architecture and Sustainability in the Complex Transformation of the Built Urban Environment in Jordan. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 15(1), 113-120. <https://doi.org/10.18280/ijdne.150115>
- Anand, K., & Haag, J. (2014). A framework for teaching Design for Social Impact. *Designing Design Education for India: Conference Proceedings*, (pp. 220-236). Pune, India. <http://indiadesigncouncil.org/pdf/DDEIConferenceProceedings.pdf>
- Arboleda, G. (2020). Beyond Participation, *Journal of Architectural Education*, 74(1), 15-25. 10.1080/10464883.2020.1693817
- Blomberg, J., Burrell, M., & Guest, G. (2002). An Ethnographic Approach to Design. In *Handbook of Human-Computer Interaction in Interactive Systems*. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:bth-9738>
- Cambridge Dictionary (s.d.). Method. Cambridge University Press. Acedido a 28 de dezembro de 2021, a partir de <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/method>
- Canabou C. (1999, outubro 31). *E-Lab*. Fast Company. Acedida a 27 dezembro, 2021, a partir de <https://www.fastcompany.com/61890/e-lab>
- Cardoso, R. (2000). *Uma Introdução à História do Design* (1.ª ed.). *Edgard Blucher*.
- Cheng, H. H., & Chou, W. H. (2019). A Curricular Case Study: Constructing the Essential Factors in “Social Design” Teaching. *International Journal of Information and Education Technology*, 9(9), 639–644. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2019.9.9.1281>
- Davis, M. (2005). Some Things Change. . . In Heller, S. (Ed.), *The Education of a Graphic Designer* (2.ª ed.) 66-73. *Allworth*.
- Dhaundiyal D., & Pant R. (2020). It takes a village: Community based participatory research as a design research tool. *Discern: International Journal of Design for Social Change, Sustainable Innovation and Entrepreneurship*, 1(1), 12-26.

- Easterday, M. W., Gerber, E. M., & Rees Lewis, D. G. (2018). Social Innovation Networks: A New Approach to Social Design Education and Impact. *Design Issues*, 34(2), 64-76. https://doi.org/10.1162/desi_a_00486
- Ferreira A.M., Savva S., Souleles N. (2021). Future Trends in Education for a More Sustainable Human Systems Design: The CREATION Project. In: Karwowski W., Ahram T., Etinger D., Tanković N., Tairar R. (Eds) *Human Systems Engineering and Design III. IHSED 2020. Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 1269. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58282-1_36
- Gregory, S. (2018). Design Anthropology as Social Design Process. *Journal of Business Anthropology*, 7(2), 210-234. <https://doi.org/10.22439/jba.v7i2.5604>
- Hoadley, C. (2012). What Is a Community of Practice and How Can We Support It? In S. Land & D. Jonassen (Eds.), *Theoretical Foundations of Learning Environments*, (2.^a ed.), 287-300. Routledge.
- IDEO (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*, (1.^a ed.), Canada.
- IDEO (2019). IDEO at a Glance. Acedida a 3 junho 2021, a partir de <https://www.ideo.com/about/ideo-at-a-glance>
- IDEO. (s.d.). Design Thinking Defined. Acedida a 3 junho 2021, a partir de <https://designthinking.ideo.com/>
- Ingold, T. (2017). Anthropology contra ethnography. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 7(1), 21–26. <https://doi.org/10.14318/hau7.1.005>
- Lee, S. M., & Lim, S. (2018). The Future of Innovation. *Living Innovation*, 113-132. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-713-920181011>
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody designs: An introduction to Design for Social Innovation*. The MIT Press.
- Margolin, V., & Margolin, S. (2002). A “Social Model” of Design: Issues of Practice and Research. *Design Issues*, 18(4), 24–30. <https://doi.org/10.1162/074793602320827406>
- Martins, K. (2013). *Design Social em Portugal: A Perspectiva Humana* [Dissertação de Mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/12171>
- Mihir, B. (2014). Social and Service Design: the challenges for contemporary India. *European Journal of Academic Essays*, 45-51. <https://euroessays.org/>

- Mishra, S. (2019). Warka Water Tower: An Innovative Method of Water Harvesting from Thin Air in Semi-Arid Regions. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*, 7(1), 100-104. https://www.ijser.in/search_index_results.php
- Moura, M. (2018). *O Design que o Design não vê* (1.^a ed.). Lisboa: ORFEU NEGRO.
- Muller-Roterberg, C. (2020). *Design Thinking For Dummies* (1.^a ed.). Wiley.
- Nanda, S., & Warms, R. L. (2019). *Cultural Anthropology* (12.^a ed.). SAGE Publications, Inc.
- NATO (2020). O que é a NATO? Acedida a 3 abril 2021, a partir de https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2020/6/pdf/What_is_NATO_por_20200507.pdf
- Nishimura, M. D. L., Merino, G. S. A. D., & Merino, E. A. D. (2020). Desenvolvimento sustentável, inovação e gestão de design. *DAPesquisa*, 15. <https://doi.org/10.5965/1808312915252020e0007>
- Owen, W., & Flemming, S. (2002). Perspectives on the NATO Success Measurement Systems: The Record and The Way Forward, *Workshop Proceeding from The Cornwallis Group VII: Analysis For Compliance and Peace Building Workshop 2002* (pp.25–28). Ottawa, Canada.
- Pádua, E. M. M. (2004). *Metodologia Da Pesquisa* (13.^a ed.). PAPIRUS.
- Papanek, V. (1984). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (3.^a ed.). Chicago Review Press: Chicago.
- Pazmino, A.V. (2007). Uma Reflexão Sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. Acedida a 28 dezembro 2021, a partir de <http://naolab.nexodesign.com.br/wp-content/uploads/2012/03/PAZMINO2007-DSocial-EcoD-e-DSustentavel.pdf>
- Pereira, A., & Pereira, I. (2020). Design-based research e investigação-ação: Dois olhares que se entrecruzam. *New Trends in Qualitative Research*, 2, 336-350. <https://doi.org/10.36367/ntqr.2.2020.336-350>
- Porto Editora. (s.d.). Ciências Sociais. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de [https://www.infopedia.pt/\\$ciencias-sociais?uri=lingua-portuguesa](https://www.infopedia.pt/$ciencias-sociais?uri=lingua-portuguesa)
- Porto Editora. (s.d.). Consciência. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/consci%C3%Aancia>

- Porto Editora. (s.d.). Design. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/design>
- Porto Editora. (s.d.). Diretriz. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/diretriz>
- Porto Editora. (s.d.). Empatia. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/empatia>
- Porto Editora. (s.d.). Metodologia. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/metodologia>
- Porto Editora. (s.d.). Multidisciplinar. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Multidisciplinar>
- Porto Editora. (s.d.). Social. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/social>
- Porto Editora. (s.d.). Stakeholder. Infopédia. Porto: Porto Editora. Acedida a 26 dezembro 2021, a partir de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/stakeholder>
- Pullman, C. (2005). Some Things Change. . . In Heller, S. (Ed.), *The Education of a Graphic Designer* (2.^a ed.) 168-171. *Allworth*.
- Robson, C. (2002). Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-Researchers (2.^a ed.). *Wiley-Blackwell*.
- Rocha, H., Ferreira, A., & Azevedo, J. (2018a). Benchmarking Higher Education in Design for Social Innovation and Sustainability: State of Art and future challenges, *Design Doctoral Conference'2018*, IADE, Lisbon, Portugal.
- Rocha, H., Ferreira, A., & Jefferson, M. (2018b). Paradigm Shift in Design Education: An overview on issues and possibilities for change. In Storni, C., Leahy, K., McMahon, M., Lloyd, P. and Bohemia, E. (Eds.), *Design as a catalyst for change - DRS International Conference 2018*, 25-28, Limerick, Ireland. <https://doi.org/10.21606/drs.2018.541>
- Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, 4(1), 5-18. <https://doi.org/10.1080/15710880701875068>

- Scott, D. (2012). *Designing For Social Change - Social responsibility and the graphic designer*. [Dissertação de Licenciatura, Malmö University], Sweden. Acedida a 22 novembro 2021, em <http://mau.diva-portal.org/smash/get/diva2:1482445/FULLTEXT01.pdf>
- Serrat O. (2017). Design Thinking. *In: Knowledge Solutions*. Springer, Singapore.
https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9_18
- Shea, A. (2012). *Designing For Social Change: Strategies For Community-Based Graphic Design*. Amsterdam University Press.
- Sirolli (s.d.). *About The Founder Dr. Ernesto Sirolli*. Acedida a 28 dezembro 2021, a partir de <https://sirolli.com/philosophy>
- Sirolli, E. (2012, setembro). *Want to help someone? Shut up and listen!* [Video] TED Conferences.
https://www.ted.com/talks/ernesto_sirolli_want_to_help_someone_shut_up_and_listen?language=pt
- Souleles, N. (2017). Design for social change and design education: Social challenges versus teacher-centred pedagogies. *The Design Journal*, 20(sup1), 927-936.
<https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1353037>
- Spinuzzi, C. (2005). The Methodology of Participatory Design. *Technical Communication*, 52, 163-174.
- Swann, C. (2002). Action Research and the Practice of Design. *Design Issues*, 18(1), 49-61.
<https://doi.org/10.1162/07479360252756287>
- Tschimmel, K. (2012). Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation. In: *Proceedings of the XXIII ISPIIM Conference: Action for Innovation: Innovating from Experience*. (pp. 1-20) Barcelona. ISBN 978-952-265-243-0
- Veiga, I., & Almendra, R. (2014). Social Design Principles and Practices. In Lim, Y., Niedderer, K., Redström, J., Stolterman, E. & Valtonen, A. (Eds.), *Design's Big Debates - DRS International Conference 2014* (pp.16-19). Umeå, Suécia.
- Ventura, J., & Bichard, J. A. (2016). Design anthropology or anthropological design? Towards 'Social Design.' *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 5(3-4), 222-234.
<https://doi.org/10.1080/21650349.2016.1246205>
- Warka Tower (s.d.). *Warka Tower*. Architecture and Vision. Acedida a 28 dezembro 2021, a partir de <https://www.warkawater.org/warkatower/>

Warka Water (s.d.). *Warka Water*. Architecture and Vision. Acedida a 28 dezembro 2021, a partir de <https://www.warkawater.org/>

Wasson, C. (2000). Ethnography in the Field of Design. *Human Organization*, 59(4), 377-388. <http://www.jstor.org/stable/44127235>

BIBLIOGRAFIA

Cardenas, C. (2009, October). Social design in multidisciplinary engineering design courses. *2009 39th IEEE Frontiers in Education Conference*. <https://doi.org/10.1109/fie.2009.5350878>

Chen, D. S., Cheng, L. L., Hummels, C. C. M., & Koskinen, I. (2016). Social design: an introduction. *International Journal of Design*, 10(1), 1-5.

Knochel, A., & Papaellas, A. (2017). Placeable: A Social Practice for Place-Based Learning and Co-Design Paradigms. In Sayers J. (Ed.), *Making Things and Drawing Boundaries: Experiments in the Digital Humanities* (pp. 288-300). Minneapolis; London: *University of Minnesota Press*. https://www.jstor.org/stable/10.5749/j.ctt1pwt6wq.37?seq=1#metadata_info_tab_contents

Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2014). Probes, toolkits and prototypes: three approaches to making in codesigning. *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts*, 10(1), 5-14. <https://doi.org/10.1080/15710882.2014.888183>

Universidade Europeia. & IPAM. (2021). 7.ª ed. Norma APA: Citações e referências bibliográficas. IADE -Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia.

. ANEXOS

Anexo A – Formulários de Consentimento

- 1) Professora Doutora Cristina Pinheiro

Formulário de Consentimento

O presente formulário destina-se ao consentimento da informação prestada nas entrevistas exploratórias que serão realizadas no âmbito do Projeto Final de Mestrado, no presente caso Dissertação, cujo o tema principal é o Design Social no ensino superior. Estas entrevistas serão efetuadas pela aluna Ana Raquel Evaristo, mestranda da Professora Doutora Maria Cadarso.

O/A entrevistado/a consente a gravação da entrevista em que participará, com o intuito de preservar a informação adquirida com o maior grau de autenticidade possível. Numa data posterior à entrevista, uma transcrição da mesma será entregue ao/à entrevistado/a para a sua aprovação.

No decorrer deste processo a aluna estará ao vosso dispor para esclarecer qualquer dúvida, pelo e-mail: anaraquelevaristo98@gmail.com

No seguimento da leitura dos termos esclarecidos acima, declaro que aceito participar neste estudo.

Entrevistado/a

Assinatura: MARIA CRISTINA PINHEIRO

Data: 18 / 12 / 2020

2) Professora Doutora Isabel Farinha

Formulário de Consentimento

O presente formulário destina-se ao consentimento da informação prestada nas entrevistas exploratórias que serão realizadas no âmbito do Projeto Final de Mestrado, no presente caso Dissertação, cujo o tema principal é o Design Social no ensino superior. Estas entrevistas serão efetuadas pela aluna Ana Raquel Evaristo, mestranda da Professora Doutora Maria Cadarso.

O/A entrevistado/a consente a gravação da entrevista em que participará, com o intuito de preservar a informação adquirida com o maior grau de autenticidade possível. Numa data posterior à entrevista, uma transcrição da mesma será entregue ao/a entrevistado/a para a sua aprovação.

No decorrer deste processo a aluna estará ao vosso dispor para esclarecer qualquer dúvida, pelo e-mail: anaraquelevaristo98@gmail.com

No seguimento da leitura dos termos esclarecidos acima, declaro que aceito participar neste estudo.

Entrevistado/a

Assinatura: Isabel Farinha

Data: 25/12/2020

3) Professora Doutora Rute Gomes

Formulário de Consentimento

O presente formulário destina-se ao consentimento da informação prestada nas entrevistas exploratórias que serão realizadas no âmbito do Projeto Final de Mestrado, no presente caso Dissertação, cujo o tema principal é o Design Social no ensino superior. Estas entrevistas serão efetuadas pela aluna Ana Raquel Evaristo, mestranda da Professora Doutora Maria Cadarso.

O/A entrevistado/a consente a gravação da entrevista em que participará, com o intuito de preservar a informação adquirida com o maior grau de autenticidade possível. Numa data posterior à entrevista, uma transcrição da mesma será entregue ao/à entrevistado/a para a sua aprovação.

No decorrer deste processo a aluna estará ao vosso dispor para esclarecer qualquer dúvida, pelo e-mail: anaraquelevaristo98@gmail.com

No seguimento da leitura dos termos esclarecidos acima, declaro que aceito participar neste estudo.

Entrevistado/~

Assinatura: Rute Gomes

Data: 08 / 01 / 2021

4) Professora Doutora Inês Veiga

Formulário de Consentimento

O presente formulário destina-se ao consentimento da informação prestada nas entrevistas exploratórias que serão realizadas no âmbito do Projeto Final de Mestrado, no presente caso Dissertação, cujo o tema principal é o Design Social no ensino superior. Estas entrevistas serão efetuadas pela aluna Ana Raquel Evaristo, mestranda da Professora Doutora Maria Cadarso.

O/A entrevistado/a consente a gravação da entrevista em que participará, com o intuito de preservar a informação adquirida com o maior grau de autenticidade possível. Numa data posterior à entrevista, uma transcrição da mesma será entregue ao/à entrevistado/a para a sua aprovação.

No decorrer deste processo a aluna estará ao vosso dispor para esclarecer qualquer dúvida, pelo e-mail: anaraquelevaristo98@gmail.com

No seguimento da leitura dos termos esclarecidos acima, declaro que aceito participar neste estudo.

Entrevistado/a

Assinatura: Maria Inês Costa de Veiga

Data: 19 / 03 / 2021

5) Professor António Evaristo


Formulário de Consentimento

O presente formulário destina-se ao consentimento da informação prestada nas entrevistas exploratórias que serão realizadas no âmbito do Projeto Final de Mestrado, no presente caso Dissertação, cujo o tema principal é o Design Social no ensino superior. Estas entrevistas serão efetuadas pela aluna Ana Raquel Evaristo, mestranda da Professora Doutora Maria Cadarso.

O/A entrevistado/a consente a gravação da entrevista em que participará, com o intuito de preservar a informação adquirida com o maior grau de autenticidade possível. Numa data posterior à entrevista, uma transcrição da mesma será entregue ao/à entrevistado/a para a sua aprovação.

No decorrer deste processo a aluna estará ao vosso dispor para esclarecer qualquer dúvida, pelo e-mail: anaraquelevaristo98@gmail.com

No seguimento da leitura dos termos esclarecidos acima, declaro que aceito participar neste estudo.

Entrevistado/a
Assinatura: 

Data: 07/05/2021

Anexo B – Guiões das Entrevistas Exploratórias

1) Guião - Docentes

1. O que entende por design social?
2. Possui conhecimentos em design social? Como os adquiriu?
3. Na sua opinião qual o papel do design social no ensino universitário?
4. Já lecionou design social? Se sim, que metodologias aplicou?
5. Que competências do design social considera que permitem melhorar as capacidades de um designer?
6. De que forma entende que deve ser trabalhado o design social no ensino universitário?

2) Guião – Peritos Sociais

1. O que entende pelo conceito de social?
2. Acredita que existe uma diferença entre algo social e sociológico?
3. Já alguma vez ouviu o termo Design Social?
4. Quais as bases que considera mais importantes para um projeto completamente social?
5. Que competências considera serem imperativas para se ser bem-sucedido num projeto de design social?
6. Acha que o social deve ser lecionado no ensino superior?

3) Guião – Ernesto Sirolli

Inglês

1. What factors do you think are fundamental for a social project to be successful in underdeveloped countries?
2. Do you think that these approaches/factors applied to everyday projects in developed countries will bring any benefit to it?

Português

1. Que fatores considera fundamentais para que um projeto social seja bem-sucedido nos países subdesenvolvidos?
2. Acha que estas abordagens/fatores aplicados a projetos quotidianos nos países desenvolvidos lhe trarão algum benefício?

Anexo C – Transcrição das Entrevistas Exploratórias

1) Entrevista 1 - Professora Doutora Rute Gomes

Data: 08 | 01 | 2021

Entrevistado: Professora Doutora Rute Gomes

Entrevistadora: Raquel Evaristo

Raquel: Hoje é dia 8 de Janeiro de 2021 e estamos a entrevistar a professora doutora Rute Gomes. O que é que entende por design social?

Professora Rute Gomes: Um design em que as suas metodologias identificam problemas analisam contextos, possíveis intervenientes, agentes internos ou externos. Neste caso os utilizadores são aquelas pessoas que sofrem dos possíveis problemas para os quais nós vamos tentar encontrar solução, farão também parte da solução. À partida o design social não tem de se materializar, vale pela sua metodologia e pela sua consequência não se tem de materializar um produto ou um material de comunicação, um serviço, um projeto, uma ferramenta, no que for. O que importa é a consequência que ele terá num determinado grupo de pessoas em grande ou pequena escala.

Raquel: Ok. Passando agora para a segunda pergunta, a professora detém de conhecimentos na área do design social e de que forma os adquiriu?

Professora Rute Gomes: Na minha formação nunca tive essa área, tanto que até se fala que é uma área relativamente mais recente a nível académico, pelo menos com o nome de Design Social, mas a minha investigação está direcionada para o design para o desenvolvimento sustentável e são matérias que se cruzam, naturalmente. Portanto, no desenvolvimento sustentável, que prima pela equidade social também, económica, ambiental então aí, autores de referência de um são também de outro, dessa área, temos o grande Manzini. Então adquiri os meus conhecimentos, que não é a minha área de especialidade, mas passo por essas matérias com regularidade.

Raquel: Portanto foi algo mais autodidata?

Professora Rute Gomes: Sim autodidata porque fazem parte da minha investigação também, não pela área do design social, mas porque quanto ao design temos de ler sobre os assuntos, não é? Naturalmente é um tema que toca o outro, o meu tema toca o design social, ou as temáticas do design social. O design social está incluído no design para o desenvolvimento sustentável.

Raquel: Então e na sua opinião qual é o papel do design social no ensino universitário, para os nossos designers.

Professora Rute Gomes: É assim, a vantagem e o papel do design social é fazer com que os alunos tenham uma maior clareza na metodologia que vão usar, ou seja, têm que identificar um problema que seja pertinente e que realmente venha a contribuir para a resolução do mesmo, então ao identificarem um problema, seja ele de grande ou pequena escala, eles começam a tentar perceber quem são os agentes envolvidos, os contextos dentro de uma lógica de metodologia projetual e depois logo percebem em que é que se poderá vir a materializar ou não, mas é toda a metodologia de design é praticada e ainda por cima está a contribuir para um bem comum, também se adiciona uma relação de empatia no desenvolvimento do projeto. Do ponto de vista didático é muito importante, ao longo de um curso, fazer um projeto de design social para que tenham noção do impacto que o seu trabalho possa ter numa determinada população, grupo, país mundo.

Raquel: Já lecionou design social? E se sim quais foram as metodologias que aplicou?

Professora Rute Gomes: Nunca lecionei a unidade curricular de design social, mas estou a lecionar uma disciplina que é de design 3 de projeto, mais focado no produto e nós no primeiro semestre lançamos um exercício que é de design social, então os alunos devem responder com uma proposta que venha contribuir para a resolução de um dos objetivos da ONU, para o desenvolvimento sustentável. Convidamos os alunos a escolherem, passa tudo por varias fases da ação em que eles escolhem um dos objetivos depois começam a tentar identificar ou perto de si ou noutra país ou tudo o que tenha que ver com o desenvolvimento sustentável nestes caso primam muito até a área da educação, as respostas são muito abrangentes, mas na verdade as respostas são também muito ricas porque eles fazem um estudo muito grande de todos os dados que eles possam incluir, pode acabar numa aplicação, num objeto, numa mochila, no que for, que vem contribuir para a melhoria do qualidade de vida de um grupo de pessoas. E com esse estudo, o envolvimento que têm é muito útil para o desenvolvimento de um projeto mais positivo. São metodologias de design normal, têm é de tentar perceber as competências das pessoas que vão passar pela solução e as que têm o problema, tem que se compreender de uma forma mais objetiva, não trabalhar para um utilizador imaginário, que tem um tipo de perfil, mas sim para aquele tipo de utilizador com necessidades mais específicas.

Raquel: Vou integrar uma pergunta, que me acabou de surgir, se for de acordo, para a professora design social, as metodologias que lhes podemos aplicar podem ser efetivamente metodologias normais do design, ou seja, *design thinking*?

Professora Rute Gomes: Está bem! Sim claro que sim!

Raquel: Quais as competências do design social permitem melhorar as capacidades e um designer?

Professora Rute Gomes: É assim, se calhar andamos aqui à volta, porque tem tudo a ver com as metodologias de design, em que é que varia? O facto de haver uma maior empatia em certo tipo de propostas e tem que ser muito trabalhadas as ferramentas ou técnicas para desenvolver propostas centradas no utilizador, ou seja, ai neste caso as áreas das ciências sociais, como antropologia ou sociologia em que sabem muito bem aplicar ferramentas de contacto, não fazendo apenas questionários às pessoas acerca daquilo que necessitam, mas sabendo observar encontrar estratégias para que eles possam realmente identificar que tipo de solução, qual o real problema deles, como é que se pode abordar o problema, de uma maneira mais efetiva que se veja a raiz do problema e não apenas uma solução direta. Fazer com que os alunos na sua formação tenham mais noção das consequências daquilo que fazem.

Às vezes, no ensino do design antigamente pensava-se muito em fazer objetos, não tendo tanto em conta a quantidade de material que se pode gastar e quais seriam as consequências de se fazer só por fazer e temos de pensar se calhar quando se faz alguma coisa qual é o tipo de impacto que isso pode ter na população e como é que podemos melhorar a vida dessa população e contribuir também para a economia local e das famílias, ser um bocadinho mais consequente naquilo que se projeta.

Raquel: De que forma é que entende que deve ser trabalhado este design social no ensino universitário.

Professora Rute Gomes: Agora estou na faculdade de arquitetura e sei que há uma disciplina de design social, “projetar na e com as comunidades” e sei que eles fazem vários trabalhos com instituições, envolvem-se em workshops e têm projetos que realmente acontecem e faz sentido para o desenvolvimento dessas disciplinas fazer com que elas sejam mais integradas com as comunidades, mais práticas com mais consistência que as instituições precisam. Estabelecer ligação com a comunidade no ensino do design social é muito importante. É realmente isso e tentar ao máximo ir buscar ferramentas da área das ciências sociais para poder interpretar melhor as reais necessidades e onde é que se poderá depois encontrar depois soluções para o problema.

Raquel: Só tenho estas perguntas, a professora quer acrescentar algo?

Professora Rute Gomes: Vi uma apresentação da professora Inês Veiga que leciona essa cadeira, e que realmente sentiu que havia um problema de comunicação entre os dois agentes, os alunos e a comunidade onde estão inseridos e tem tudo que ver com a gestão de expectativas e esse tipo de ferramenta da área das ciências sociais é fundamental, a minha orientadora de doutoramento era socióloga e cada vez que eu entrevistava alguém tinha sempre material muito leve e didático. Estávamos a trabalhar sobre as suas habitações então fizemos plantas da casa, púnhamos cores, eles sentiam que gostavam, brincar um pouco acerca da sua vida a falar sobre os seus problemas, porque se tivessem respondido a um questionário provavelmente diziam que estava tudo bem! Tentar encontrar técnicas para que as pessoas se sintam mais à vontade e que também os alunos percebam o impacto que vão ter. Têm que aprender mais *soft skills* os alunos, porque a tal apresentação que vi, tinha havido dificuldade porque havia ali um choque entre os objetivos dos alunos e das pessoas, os alunos tinham que perceber que estavam a trabalhar para as pessoas fazerem os seus projetos.

Qualquer projeto não havendo empatia ou um bom mediador não funciona, qualquer projeto mesmo que tenha dado imenso dinheiro à comunidade, se eles não sentiram confiança vão achar que estão a perder o seu tempo. Esses tipos de ferramentas são fundamentais. Quando começou a aparecer a temática e o conceito do design social houve um inequívoco, houve um projeto em que fizeram uma data de objetos e depois eles que os vendessem e ficavam com o dinheiro, mas não, eles têm de conseguir ser autônomos.

2) Entrevista 2 - Professora Doutora Cristina Pinheiro

Data: 13 | 01 | 2021

Entrevistado: Professora Doutora Cristina Pinheiro

Entrevistadora: Raquel Evaristo

Raquel: Entrevista exploratória com a professora Cristina Pinheiro, hoje em dia 13 janeiro, vamos então dar início. Podemos passar para a primeira pergunta, a tese é sobre design social e a pergunta que tenho a fazer é, **o que é que a professora entende, de uma forma geral, por design social?**

Professora Cristina: Não me considero uma perita na área e não sei se existem definições consensuais sobre o que é o design social. Provavelmente existem definições mais completas, mas para mim todo o design deveria ser design social, porque todos os designers deveriam ter essa responsabilidade moral e ética na sua atividade profissional. Por isso, para mim, no meu entender, é um design que é socialmente responsável no fundo, é um design que acrescenta aos objetivos tradicionais de responder a um problema projetual, seja ele de que área for, produto, visual, o que for, acrescenta também outras preocupações. Poderia resumir essas preocupações, as preocupações sociais, portanto, muitas vezes o design social promove o desenvolvimento de comunidades locais, e dentro de saberes tradicionais que se estão a perder o design pode ter um papel na revitalização e na utilização desses saberes e de perpetuar através de novos projetos. Aqui há um foco que será um papel mais de melhorar a vida das pessoas, portanto o design, nesse sentido, para promover uma qualidade de vida também dessas pessoas e poder levar novos produtos utilizando esses saberes locais e há vários exemplos de trabalhos desenvolvidos no IADE. Posso referir que a professora Ana Margarida Ferreira que criou o ID.Co.Lab, que é um grupo de investigação integrado na UNIDCOM do IADE, está no site do IADE, portanto o ID.Co.Lab trabalhou muito o design colaborativo e trabalhou muitos projetos. Em alguns participei, noutros assisti, e trabalhamos muito essas questões com comunidade. Posso depois mais à frente, dar-te exemplos desses projetos.

Para mim design social acrescenta também preocupações ambientais, nunca como agora nós tivemos tanto problema com o nosso planeta, portanto essa proteção do meio ambiente, as questões da poluição e o designer aqui a inventar novos produtos em que pense também nessas questões ambientais. Que acrescente também questões e preocupações de sustentabilidade, neste

assunto a professora Maria Cadarso conhece muito bem o Manzini e poderá falar melhor também sobre isso. Mas essas preocupações têm a ver com os recursos, o planeta não é uma fonte inesgotável de recursos, e o designer tem também esse papel de acrescentar esse lado da sustentabilidade às coisas que projeta e que faz.

O design social, para mim, tem também de ter essas preocupações éticas, com os direitos humanos, com a qualidade de vida das pessoas, não só nos produtos que oferece, mas no modo como esses produtos são produzidos. Sabemos que não índia e no oriente temos produtos que chegam até nós muito baratos, mas que são fruto de uma exploração de mão de obra em condições desumanas, portanto o design social, para mim, são todas essas preocupações para com as pessoas e o modo como são produzidos todos esses produtos também deve ser uma vertente acrescentada ao papel social do design. E também preocupações com o bem estar animal, falo disto porque tive uma arguição de uma tese de doutoramento no IADE com questões de moda e moda sustentável, e a responsabilidade social das empresas e uma das questões era também os produtos de moda que usam material de animal em que são extraídos de animais em sofrimento, neste caso era mais focado nas empresas de moda e no design de moda, para poderem também salvaguardar essas preocupações não só do ambiente, do homem, mas também dos animais. Para mim, todas estas questões e se calhar faltam aqui algumas, são vertentes que eu acho que o design social deve abordar e é uma responsabilidade de todos nós ter essas preocupações.

Raquel: Ok, a professora possui conhecimentos de design social, como os adquiriu?

Professora Cristina: Eu não sei se tenho muitos conhecimentos em design social, os que tenho, é curioso, talvez não sejam tantos como gostava e queria e são muitas obras que gostava até de reler, como o Papanek, Manzini, etc. Quanto ao Papanek é curioso que ele escreveu o “*Design for the real world*” há tantos anos e nunca como agora ele foi tão atual nas críticas e no modo como as faz a esta sociedade de consumo e acho que não se fez tanto quanto se devia. Curiosamente esta aproximação a este tema foi-me entrando no meu dia a dia de forma gradual, não posso dizer um momento exato em que comecei a pensar nisto. Mas agora, a propósito desta pergunta fui ver e talvez a primeira tese de mestrado, no IADE, que eu orientei, começava com um assunto destes, foi uma aluna de 2008 e era uma tese que se chamava “Design voluntário - um kit de design para o clube do mar clube do sol”, ela ofereceu os seu conhecimentos enquanto designer ao clube sem fins lucrativos, que ocupava crianças carecidas nos seus tempos livres, que os levava a fazer canoagem entre outras atividades e esse clube existia, penso que aqui ou em Algés, ou em Linda a Velha que era de onde a aluna era, e ela achou que esse clube, que fazia regatas e imensas atividades não tinha uma imagem visual coerente e achava que todos os cartazes, logotipos, papel de carta e

prémios onde entravam, não tinham uma imagem coordenada e então, como eles eram uma organização sem fins lucrativos, hoje havia o amigo de alguém que fazia um cartaz amanhã havia outros que fazia o folheto. E ela ofereceu e fez todo o seu mestrado, mantendo um pouco a ligação ao logotipo que eles tinham, mas criando *templates*, que eles pudessem usar nos cartazes, nas cartas, em tudo que fosse o seu material de divulgação das atividades do seu clube pudessem ter um design cuidado, claro que depois teve as implicações de serem *templates* em word, porque eles não tinham dinheiro para essas coisas. Portanto, ela ofereceu o seu trabalho e este design voluntário no fundo acabou por ser também um projeto de design que contribuiu para a melhoria da qualidade das atividades do clube. E por aí fora fui reparando que em 2009, uma outra colega, também para orientar a tese dela, que se chamava “design voluntário - Define Design”, era uma plataforma em que os designers voluntariamente se ofereciam para criar projetos para comunidades que não tivessem dinheiro para contratar um designer profissional. Aqui eram os designers que se voluntariavam e se inscreviam na plataforma e que iam ver dos trabalhos que necessitavam de resposta e se lhes interessava desenvolver, de forma não lucrativa e responsável. Um mês antes de entregar a tese apareceu a plataforma “design é preciso” e ela ficou sem saber e disse “então eu estou a criar uma plataforma como se fosse uma coisa inovadora e agora aparece esta plataforma?”, de qualquer das formas ainda estávamos a tempo e para não parecer que foi um plágio ela incluiu quando tinha tomado conhecimento dessa plataforma, penso que o IADE ainda trabalhou com eles. Esta é, portanto, outra vertente de design ao serviço de comunidades, no fundo também é um design que se pode abordar como design social.

Depois eu e a professora Ana Margarida orientámos um projeto de relatório de estágio, um projeto financiado por uma câmara, e tinha a função ser um promotor do empreendedorismo social no bairro social do Castelo, em Lisboa, havia uma série de pessoas, mulheres que estavam desempregadas, portanto foi um projeto que incluiu criar algumas peças com aquelas mulheres/comunidades. Fizeram-se workshops, fez-se um design colaborativo também nesse projeto, a aluna chama-se Catarina Pisa e desenvolveu uma serie de projetos que fossem tipicamente do bairro do castelo, então o que se fez foi mapear a zona, para perceber o que havia de interessante nessa mesma zona que as senhoras da associação, desempregadas, pudessem fazer para desenvolver produtos locais. Depois em 2016, a Sara Alves, aluna de design e cultura visual, da madeira, achou que o seu município, a ribeira brava, não tinha uma imagem visual muito atraente e acho que podia promover a região e o município de onde era natural, através do design. Criou um guia/ roteiro, fez as fotografias, uma nova identidade. Chegou até a contactar a câmara, ela usou o design para promover uma localidade. Em 2017, já no mestrado de design e publicidade, que estava a coordenar, apareceu outro projeto da Margarida Arriaga, o projeto “*up to you*”, uma plataforma de

apoio ao empreendedorismo, ou seja, estávamos numa altura de crise e falta de trabalho, e esta plataforma pretendia criar uma ligação entre pessoas que tinham conhecimentos e pessoas desempregadas. Nessa plataforma as pessoas podiam ir aprender determinadas tarefas ou determinados trabalhos e podiam ser empreendedoras e criar o seu próprio meio de subsistência numa altura de crise, ou seja, eu daria informações de como fazer alguma coisa e as pessoas que quisessem criar uma pequena empresa teriam alguém para as ajudar nesse percurso. Portanto esta tese foi de empreendedorismo social! Em 2018, a Beatriz Brilhante, uma aluna do mestrado de design e publicidade, fez um projeto para Rabo de Peixe, ela dizia com alguma razão que Rabo de Peixe era sempre referido nas notícias como um sítio mau, com pobreza e como um sítio a não visitar quando se vai aos Açores e ela enquanto natural de Rabo de Peixe achava que tinham muita coisa boa e muitas coisas que se deviam promover para o turismo. Então fez a tese dela tentando perceber, mapear e mostrar que Rabo de Peixe de facto é uma comunidade que tem muito mais coisas para além das notícias negativas. Mas também aqui se promoveu um local e uma melhoria da imagem da comunidade. Agora em 2019, tive uma aluna, que foi um projeto da UNIDCOM que foi a Carolina Moura, que era um projeto que se chamou “A publicidade ao serviço de um problema social” era um projeto que tinha á nome que se chamava “por causa” e era a utilização segura de antibióticos. O que é que isto implicou? As pessoas tomam antibióticos de forma errada, sem saber como e para coisas que não deviam tomar, desta forma estamos a criar resistências e bactérias super resistentes por causa dessa toma errada. Portanto, todo o projeto dela foi uma consciencialização, foi também um levantamento do conhecimento que as pessoas têm ou não têm sobre antibióticos e foi uma campanha para divulgar o uso correto dos antibióticos, portanto também aqui um problema social. Em 2020 tive duas teses, uma também nos Açores, mas que tinha a ver com a ilha do faial, com a promoção da mesma. E outra que era Marvila, uma aluna de cultura visual que queria trabalhar Marvila, uma comunidade que está em crescimento e que foi abandonada apesar da expo 98 e achou que era uma área que necessitava dessa revitalização de imagem. Deu-lhe uma identidade e relevou os aspetos mais interessantes do que está a acontecer em Marvila, das novas lojas e locais. Portanto, todas estas minhas orientações acabaram por ser focadas em questões que tratavam essa melhoria para essas comunidades, acaba por ser engraçado perceber isso,

A minha última experiência com a área do design social e da responsabilidade social foi também quando fui arguir a tese de doutoramento do IADE, de uma aluna chamada Madalena, que tinha como trabalho a implementação da responsabilidade social corporativa nas tais empresas de moda, por ter lido a tese dela e fui perceber mais coisas fiquei a saber mais sobre estas questões. Na

verdade o que sei foi vindo aos poucos nestas orientações e trazida por outros projetos que desenvolvemos lá no ID.Co.Lab

Raquel: Na sua opinião **qual é o papel do design social no ensino universitário?**

Professora Cristina: Eu aqui talvez fizesse a pergunta ao contrário, ou seja, perguntaria “qual é o papel do ensino universitário na implementação e no desenvolvimento de uma consciência social?”. O design social não tem um papel no ensino, o ensino é que deve promover a aplicação e implementação do design social nas unidades curriculares e nos projetos que lança. Porque o designer deve ter esse papel vocacionado para a responsabilidade social e não há melhor local do que as universidades, e o IADE em particular, tem nos projetos essas questões. E, portanto, quando nós docentes lançamos briefings onde “obrigamos” os estudantes a irem pensar nas questões, estamos a alertá-los para isto, para estas preocupações. Sobre isso eu participei no projeto L3, tu também participaste no L3, portanto eram alunos do primeiro ano, desafiados a criarem um logótipo para um restaurante e para uma papelaria, portanto pessoas que tinham os seus negócios muito pouco vivíveis. O João Bernarda esteve incluído nesse projeto e acho que foi um bom exemplo de como é que envolvemos imensos estudantes, imensas disciplinas e comunidades num projeto que foi até premiado na Laureate, como projeto inovador. Portanto, nós enquanto docentes levarmos o design aos estudantes e não o design que tem um papel, mas a universidade é que tem o papel de levar essas questões até aos estudantes. Por outro lado, refiro agora a minha tese de doutoramento que foi um pouco ao contrário, eu sempre dei design de comunicação visual, fiz um mestrado em cor e depois fiz o doutoramento em comunicação visual e design inclusivo, e o design inclusivo para mim também é um lado do design social, porque inclui todas as pessoas e eu como vês uso óculos, mas fui estudar o envelhecimento da visão. E por que a visão envelhece de forma mais ou menos igual para toda a gente, com o envelhecimento normal, não falo de patologias nem de doenças dos olhos, estou a falar do envelhecimento da visão e o medo como os mais velhos percebem e leem os objetos de comunicação gráfica e visual. Eles percebem de maneira diferente a cor e as tipografias e o que fiz foi trazer para uma linguagem mais fácil, dos meus alunos entenderem, que preocupações é que devem ter quando estão a projetar um objeto gráfico, seja ele impresso ou não, que tem de ser lido por pessoas mais velhas, ou seja, quando eles me mostraram projetos que eu não conseguia ler eles diziam “oh professora mas eu leio”, ao que eu respondia “pois, mas eu não”, porquê? porque os meus olhos também já estão a envelhecer, esta também é uma preocupação social.

Também eu, enquanto designer, tenho de pensar “quem é que vai ler o que cartaz/folheto?” e se ele está focado e é dirigido para um público mais vasto, então esse aspeto do lado inclusivo de

podermos projetar para que todos leiam também foi uma das preocupações acabadas por ter no meu doutoramento. Foi levado para uma linguagem fácil dos estudantes perceberem as questões relacionadas com os problemas de visão e de perceção. Também aqui foi levar para a universidade e para os alunos essas questões e ainda agora em design em laboratório 2D eu faço questão de os alertar para isso, porque maior parte das pessoas não sabe que os mais velhos têm problemas na perceção e, portanto, acho que também é uma forma de alertar os estudantes, sobre tudo os de design visual para essas questões.

Raquel: Muito bem, então a professora **lecionou design social?**

Professora Cristina: Não até porque o IADE não tem nenhuma cadeira de design social. Não lectionei, não existe nenhuma cadeira que se chame especificamente design social, mas acho que ao intervir, dos projetos que acompanhei e até os projetos que fizemos na sala 21, que aqui referi, no ID.Co.Lab, foram projetos que incluíram vertentes de design social e que utilizaram metodologias colaborativas, ou seja, envolvemos as comunidades nesses projetos. Portanto, é importante essa colaboração com as pessoas que estão diretamente envolvidas, acho que é uma metodologia mais importante nesse aspeto, envolver as comunidades. Não sabia que existia uma disciplina chama design social na UA, o IADE não tem, mas tem projetos espalhados pelas várias áreas em que estas questões podem ser colocadas. Não me parece que uma disciplina só possa abranger tantas áreas. Porque estas questões tanto se passam na área do design visual, como de produto, como de moda, comunicação e, portanto, haver uma disciplina só de design social não sei se culminava todas estas lacunas, não quer dizer que ela não possa ser criada. Mas talvez pegar nesses aspetos que estão ligados a esse quadro social e levá-los e incluí-los nesses projetos que sejam lançados na universidade. A professora Ana Margarida Ferreira está envolvida em muitos mais projetos e pode dar-te muitas informações sobre os mesmos.

Raquel: Muito obrigada professora, então daquilo que estivemos a falar até agora, do design social e **daquilo que entende por design social, quais são as competências deste tipo de design que considera que permite melhorar as capacidades do designer?**

Professora Cristina: Aqui eu também fazia a pergunta um bocadinho ao contrário, ou seja, não são as competências do design social, são as do designer para desenvolver projetos de design social. O design social não tem competências, mas o designer deve ter competências para poder projetar produtos com essas características. Eu sugeria também a leitura de alguns alunos de doutoramento, estou a falar do Hugo Rocha e João Bernarda, que foram orientados pela professora Ana Margarida. A professora tem até um artigo, que, passo a citar, estuda o papel do designer como agente de

impacto e como a educação em design pode influenciar a mentalidade dos futuros designers nessa direção, este artigo com o professor Bernarda diz muito concretamente, as universidades de design devem sensibilizar os estudantes para o seu papel na sociedade e quão importantes são as ferramentas alcançadas para uma ação responsável com o bem estar humano e com o planeta, aqui está a ser mapeado quais as competências do designer neste campo. Mas eles saberão melhor o que lhe dizer.

Raquel: Como deve ser trabalhado o design social no ensino universitário?

Professora Cristina: Aqui novamente tem a ver com isto que já respondi na pergunta anterior, porque eu não sei se o design social tem competências, mas os designers devem tê-las, portanto também aqui acho que esses trabalhos de projeto onde se trabalham essas questões, o design social pode ser aplicado em qualquer área e deve ser aplicado em qualquer área. Desta forma, não vejo uma unidade curricular colocada num curso no ensino universitário, mas vejo mais essas questões serem levadas para os projetos independentemente de que curso são, nem tem que ser em doutoramentos nem em mestrados podem ser já na licenciatura, alias quanto mais cedo se começar a alertar e a consciencializar os designers destas questões melhor. E o designer ,se deve ter esse papel vocacionado para essa responsabilidade social e se deve ter essas preocupações, acho que não faz sentido na época em que atravessamos não se falar na economia circular, não se falar na inovação e na inclusividade, portanto, a melhor forma parece-me que não é criar uma unidade curricular no ensino universitário, mas incluindo esses trabalhos, porque, usando aquelas palavras do Papanek, que já têm 50 anos mas que nunca como agora nunca foram tão atuais, que são, “*Doing the most with the least*”, fazer o melhor com menos recursos. Quando lançamos nos projetos essas vertentes estamos de facto a alertar quer os estudantes quer até depois os profissionais e quem pede os projetos, para que nós devemos estar alerta para com estas preocupações. Aqui a inovação no design é muito importante, como é que o design através da inovação pode criar novos produtos gastando poucos recursos do planeta, criando matérias recicláveis, objetos que não vão poluir mais o planeta. Acho que o Papanek tem um livro muito crítico sobre a sociedade de consumo e é engraçado porque ele é um bocado crítico nesse aspeto e diz que há profissões que são mais prejudiciais do que o design industrial, e que uma dessas profissões é o design publicitário. A publicidade que vai persuadir pessoas a comprar coisas que não precisa com dinheiro que não tem, este lado mais crítico desta sociedade de consumo acaba por trazer à tona uma questão que é, estamos a inventar necessidades, a gastar produtos do planeta com coisas que se calhar não são precisas. É um pouco isto, diz até que o design industrial ao inventar idiotices espalhafatosas chega perto da falsidade. Temos aqui um ciclo, inventamos necessidades, para produzirmos produtos,

para vender coisas que as pessoas nem sequer precisam e estamos a gastar recursos. Os eletrodomésticos, antigamente duravam anos, os frigoríficos, máquinas de lavar loiça e computadores, que agora compramos com um ciclo de vida programado que ao final de x anos vai avariar e vai morrer. Acabamos por ter aqui um gasto imenso de recursos materiais de coisas que poderiam não ser assim.

Percebo também que seja difícil por envolver questões económicas, e fazer o melhor com o menos possível de gasto é muito bonito e é de facto algo a ter em conta no design, mas depois entramos em questões em que as indústrias existem, mas de facto gasta-se muito recurso material, natural, é muita poluição. Nós não estamos a ter esse cuidado, tivemos sempre necessidades básicas, comer, abrigo e agasalho depois juntámos as ferramentas e as máquinas, mas acho que hoje as necessidades básicas é preservar os recursos do planeta, é termos ar puro, água potável, solo não contaminados e esta máquina de produzir indefinidamente objetos está também a dar cabo dos recursos e de todo um eco sistema que pode entrar em falência. E aí o Manzini tem um papel importante quando alerta para o facto do mundo estar a passar por uma crise imensa de sustentabilidade, nós temos um cenário em que a comunidade de design tem um papel importantíssimo porque é o designer que tem nas suas mãos as ferramentas, ou pelo menos algumas ferramentas para desencadear uma outra atitude quer na produção de objetos quer na maneira como usufruímos desses objetos. Agora não é fácil.

Raquel: Penso que seja só isto professora não sei se quer referir mais alguma coisa?

Professora Cristina: Aquilo que posso acrescentar em relação a essas questões, acho que realmente nós não estamos a fazer o máximo com o mínimo, não estamos a consumir menos e não estamos a usar as coisas por mais tempo, não reciclamos materiais quanto era necessário, muito pelo contrário, já há ações, coisas boas a acontecer, mas acho que nunca é demais trazer essas questões e acho particularmente interessante que tenhas pegado nesse tema para tese, porque só assim é que se consegue, de facto, chegar a uma melhoria do design, do planeta, do ambiente e destas questões. Não é fácil, é uma tarefa muito complicada que envolve muitos interesses económicos, temos muitos designers que, por exemplo, projetam carros movidos a água que produzem oxigênio/hidrogénio, mas continuamos a produzir carros a gasóleo, gasolina, que produzem poluição ambiental, tudo por interesses económicos. Até os carros a baterias elétricas deixam uma pegada enorme. Dai isto não é uma tarefa fácil, mas se os designers estiverem comprometidos com essas questões, se todos fizermos um pouco, como tu estás a fazer, acho que isto pode ter ainda alguma solução melhor e um desfecho mais agradável para o planeta e para todos nós.

Raquel: Obrigada.

Professora Cristina: De nada, qualquer coisa que precisas podemos falar sempre por mail! Estas teses que eu te falei estão todas no IADE. E pronto é o meu pequeno contributo!

Raquel: Obrigada, para mim é um grande contributo.

3) Entrevista 3 - Professora Doutora Isabel Farinha

Data: 14 | 01 | 2021

Entrevistado: Professora Doutora Isabel Farinha

Entrevistadora: Raquel Evaristo

Raquel: Hoje é dia 14 de janeiro de 2021 e estamos a entrevistar a professora doutora Isabel Farinha. **O que é que entende por design social?**

Professora Isabel: Então, tal como tinha comunicado, não sou designer de formação, tenho trabalhado e colaborado em imensos projetos do âmbito social, sempre na perspetiva das causas sociais e do marketing social. Mas realmente a minha formação é na área da sociologia e da comunicação. O que é que eu entendo pelo design social? Penso que é cada vez mais importante, na medida em que estamos a falar do ambiente e do social, não consigo desassociar um entendimento do outro, portanto pensar em desenhar por uma determinada causa que possa favorecer determinadas populações e comunidades, seja para favorecer a forma como as crianças aprendem seja de forma formal ou informal, para mim o aprender não é só na escolaridade obrigatória, para mim, aprender design social penso que é importante por aí. É também adquirir competências, algo que também contribui para formar o cidadão. Portanto, por aí, para mim o design social é importante, e se é importante nesta primeira instância, quando se começam a traçar os primeiros riscos, isto em termos de aprendizagem é também ao longo de todas as populações alvo até à sénior. Penso que design pode fornecer ferramentas para consolidar estas aprendizagens, estou a pensar nas metodologias tipo *design thinking*. Portanto, é isso que eu penso, que o design pode fornecer essas ferramentas em termos de aprendizagem favorecendo o social desta forma. Em relação ao ambiente, eu própria estou envolvida e sou coordenadora científica de um projeto que tem a ver com a questão do lixo e do plástico, mais concretamente do plástico nos oceanos, e o design é importantíssimo nessa matéria, porque entendo que o lixo é um erro de design. E a partir do momento que eu entendo tal como uma frase originária de um dos colegas designers do Brasil em que o lixo é um erro de design, para o ambiente cada vez mais nos vários pontos de produção da matéria, desde a forma como ela é pensada aos materiais que são destinados para a sua produção, até a forma como ela vai ser usada e até a forma como vai ser descartada, penso que o design pode interferir e tem obrigação e é sua responsabilidade interferir ao longo destes processos.

Portanto, em suma, design social, não sei se é essa a conceção ou conceito escolástico, digamos assim o termo, mas penso que, do meu ponto de vista e pensando quer na questão da aprendizagem de um ponto de vista social, para a comunidade independentemente dos alvos, quer de um ponto de vista ambiental penso que é muito relevante e que tem que se assumir dessa maneira. Compete aos designers fazer mais com que se destaque o papel do design na área da sustentabilidade. E para isso penso que o design tem que sair de um determinado estereótipo, o que é que quero dizer com isto? Quando eu comecei a lidar mais, em termos de colaboração de projetos, com o design e como design não era a minha área, mas para mim o design começou por ser algo como desenhar móveis, desenhar sofás, espaços, graficamente revistas e por aí. Ou seja, mais no sentido de organizar em termos de matéria e de produtos do que propriamente no sentido da sustentabilidade e foi uma revelação a colaboração com os designers do IADE no sentido em que eu sempre trabalhei as questões de sustentabilidade perceber que o design tem um papel muito relevante nesta matéria desde início. Só que da mesma forma que eu não sabia o desconhecimento, fora do âmbito dos designers, ainda é grande, ainda ouço, em outros centros e outros profissionais dizerem-me “o que é que o design tem a ver com isso?”

Raquel: Ok. Passando agora para a segunda pergunta, **se possui então conhecimentos em design social e de que forma os adquiriu?**

Professora Isabel: Como é que adquiri estes conhecimentos na área do design social? Volto a dizer que foi sempre em projetos colaborativos, ou seja, foram os próprios designers que me foram mostrando através de matérias como o *design thinking*, que o processo de trabalhar o design a forma como ele é pensado, como é concebido, executado e como é posta em prática toda esta logística, ou seja, foi nos projetos colaborativos que eu percebi o âmbito e a competência, as ferramentas que o design dispõe.

Raquel: E na opinião da professora qual é o papel do design social no ensino universitário, para os nossos designers.

Professora Isabel: Bom, há aqui dois pontos, já dei unidades curriculares a designers, e pensando que qualquer sociedade, seja ela materializada da forma que for, seguindo Guidens, que diz que qualquer sociedade assenta num tripé, composto por estado, mercado e por sociedade civil, o que é que nós sabemos? sabemos que cada vez mais a sociedade civil, ou seja, todas as organizações sem fins lucrativos, a chamada economia social, tem vindo a ganhar peso nas sociedades ocidentais, portanto aí o design tem muito âmbito de trabalho, é muito relevante para integrar populações e para moldar redes. Essas redes implicam trabalhar com o aparelho do estado e nas suas várias

necessidades em prol do cidadão é assim que nós temos de ver o estado, mas também de uma forma colaborativa com o mercado, portanto com as organizações empresariais, que essas sim estão habituadas, têm verbas, para chamar a si os mais competentes na matéria para desenharem os seus processos. A economia social que normalmente em falta de recursos humanos e financeiros não tem obstáculos, porque não têm esse hábito e essa disponibilidade financeira para chamar a si uma equipa multidisciplinar e, portanto, normalmente o que chama são os técnicos que necessita de imediato, chamemos os psicólogos, assistentes sociais, sociólogos, economistas, alguém da área das finanças, ou seja, há um dossier de profissionais que normalmente são os primeiros a serem chamados, os designers normalmente não estão na primeira linha de pensamento da economia social. Porquê? Porque desconhecem as potencialidades de contar com um designer para montar os sistemas. E são os designers que eu penso que têm que reivindicar o seu papel, têm de mostrar que têm essa capacidade, que podem, devem e conseguem integrar esses projetos de princípio. Volto ainda ao outro ponto, que é, eu já dei aulas em unidades curriculares a designers e encontrei esse desconhecimento para com os seus colegas, em muitos dos seus colegas, porque a ideia que têm é que o que tem interesse em termos da sua carreira profissional é trabalhar para o mercado, quando não é. Quando nós sabemos que entre o estado o mercado e a sociedade civil, a economia social tem cada vez mais peso e consegue montar redes com os dois grandes pilares.

Sabe o que é que me aconteceu e com a professora Maria Cadarso, a quem tenho muita estima, nas semanas criativas que organizei e que coordenei, aconteceu-me muitas vezes ver grupos de trabalho de cinco alunos em que tínhamos de marketing e tínhamos de fotografia e de design, aconteceu-me muita vez eu própria dizer aos designers “você têm de participar desde princípio”, “você não podem ficar a espera que alguém de marketing decida o conceito que a campanha vai ter e esperar que vos digam qual o boneco a fazer no fim”. Têm que colaborar desde o princípio, têm de mostrar que têm ferramentas, e, portanto, compete ao designer saber isto desde o início, se a pergunta era, qual é o papel do design social no ensino universitário? Defendo que é um papel que tem que ser defendido, mas que os próprios têm de ter consciência do seu poder, eu encontro em alguns dos estudantes, na classe académica dos docentes, em alguns, mas na maioria dos restantes que conheço e já colaborei com imensos, ainda sinto esse desconhecimento.

Raquel: Já lecionou design social? E se sim quais foram as metodologias que aplicou?

Tendo em conta que já colaborou em tantos projetos pode perfeitamente dar esses exemplos.

Professora Isabel: Então, estou a lembrar-me de um projeto colaborativo, que até foi feito em unidade curricular, em que juntámos as turmas de design com as de marketing, estamos a falar do segundo anos de design com o terceiro ano de marketing. Fizemos um projeto para a plataforma e

apoio aos refugiados, que envolvia os alunos trazerem um plano de comunicação para que? para os kits que eram dados aos refugiados no campo de (...)

Raquel: Lesbos!

Professora Isabel: (...) exato, fez parte desse estudo? Lembra-se de mim nessa altura?

Raquel: Sim!

Professora Isabel: Essa foi uma matéria que fizemos! O que é que eu constatei aí? Novamente o que disse há pouco, que é os alunos de design estavam concentrados a desenhar os seus kits, e com a tal ideia de que o processo, a comunicação. Os marketeers faziam a metodologia SOSTAC, primeiro analisar a situação, traçar os objetivos, definir a estratégia, quais as táticas e quais as ações a desenvolver. Os designers, a minha ideia era desde início que eles comessem a analisar a situação, a fazer enquadramento teórico, o que é que acontecia com aqueles refugiados, quais eram as necessidades, desataram a fazer mapas mentais e depois sempre concentrados no produto final que era o design to kit e das tendas. Mas realmente abstinham-se de participar desde início. Com aquela ideia de “isso compete aos marketeers”.

Raquel: Lembro-me de na altura, o meu pai é cientista social, fiquei em pânico quando o professor deu um projeto de design social e eu perguntei, então e os indicadores de normalidade do campo há? Como vivem? têm água potável? é corrente? Porque há indicadores de normalidade para nos ajudarem a desenvolver um projeto complexo e indicado para aquele tipo de pessoas. E eu lembro-me de o professor não ter acesso, nem como explicar, então fui a plataformas online e falei com pessoas que estavam em contacto com o campo de Lesbos e consegui os indicadores de normalidade do campo e distribuimos pelas turmas todas de design.

Professora Isabel: É que é exatamente isso! Porque depois se comunicar e para se obterem os resultados esperados para aquela comunidade e população tem que haver uma integração do design e com as outras ferramentas necessárias. O designer não é aquele que faz o boneco, e, portanto, esse é um exemplo concreto dentro de uma unidade curricular. Poderia dar outros exemplos, como um em que trabalhamos projeto de renovar a moraria, houve um interesse generalizado nas minhas duas turmas, “renovar a moraria? queremos é desenhar um produto”. “o que é que temos a ver com a comunidade?”. Uma das coisas que depois foi feito para esse projeto foi exatamente desenhar

o layout de uma plataforma onde as várias atividades presentes na Mouraria estivessem representadas e houvesse uma rede para quem fosse à Mouraria soubesse nas várias áreas o que existia! Elementos tradicionais e por aí fora, a Mouraria ainda tem oficinas muito antigas, uma zona muito cultural. Tem gente de todo o mundo e conseguimos ver representadas múltiplas comunidades, em termos antropológicos é muito rico. O design precisa de fazer um levantamento etnográfico, o design social não vive sem etnografia, aliás devo muitos destes conhecimentos à professora Ana Margarida Ferreira, que o design não vive sem o levantamento etnográfico, é a etnografia que ajuda a desenhar as melhores soluções. Eu penso que esta matéria tem que ser mais trabalhada.

Raquel: Aqui a outra pergunta é, **quais são as competências que permitem melhorar as capacidades e um designer?** Ou de outra forma, que competências deve ter um designer para desenvolver projetos de design social?

Professora Isabel: Isso leva-me aqui para outro raciocínio, que é o seguinte, os designers são cada vez mais de aplicações, softwares e que qualquer um pode ter acesso. Vou dar um exemplo muito concreto, quando comecei a fazer apresentações, no PowerPoint, tínhamos de fazer tudo! Atualmente vou ao canva, baixo um *template* e as apresentações ficam espetaculares. No tempo em que eu tirei a licenciatura e os meus amigos inclusive a minha irmã que é designer, tiraram a licenciatura deles, só quem ia para design gráfico é que sabia como fazer determinados outputs, determinados resultados, graficamente apelativos. Hoje qualquer um vai a net e saca uma *App* ou um *template* e não precisa de um designer gráfico, é que isto é absolutamente verdade. Atualmente quando for defender a sua tese de mestrado saca um *template* e faz uma apresentação espetacular. Então eu penso que há um conjunto de competências a que a população tem acesso e que nos toca a todos de competências gráficas, que antes não existiam, nessa altura o designer gráfico era mais preciso, mais essencial do que é hoje para as agências.

Um design para se fazer valer tem que ter conhecimentos de várias matérias, nomeadamente não pode descorar as questões das ciências sociais, não pode descorar as sociologias, antropologia ou etnografia, tem que ter uma noção da história da própria matéria que está a trabalhar. Porque a verdade é cada vez mais, é esse o meu ponto, que se está a substituir tudo o que é aprendizagem mais teórica pelo que é aprendizagem mais técnica, portanto, tudo o que é história, sociologia, filosofia, portanto, todas estas matérias mais teóricas estão a passar para quinquagésimo nono plano o que interessa são as competências técnicas... Não digo que não sejam precisas, mas é preciso não esquecer também que as competências técnicas estão acessíveis não só a designers, mas a todos.

E para os designers continuarem a ter matéria de trabalho têm que se enriquecer com outras coisas que não apenas a técnica, porque a técnica todos os profissionais têm que saber atualmente.

Raquel: De que forma é que acha que deve ser trabalhado este design social no ensino universitário.

Professora Isabel: Eu penso que deveria haver uma unidade curricular de design social, nomeadamente com as ferramentas do *design thinking* para montar redes colaborativas e redes que trabalhem todos os cursos. Mas penso que isso compete aos designers, voltamos um pouco à primeira questão. Compete aos designers mostrar que são essenciais neste processo com as questões do ambiente e do social. O designer tem que sair da sua bolha e dizer “nós somos essenciais desde o primeiro passo”, tem que haver uma ordem dos designers.

Raquel: Só temos estas perguntas, a professora quer acrescentar algo?

Professora Isabel: De momento não tenho nada, só tenho a dizer que é extremamente relevante esta matéria que está a trabalhar e que compete realmente aos designers fazer valer o seu estatuto. Até também para estar da mesma forma que a filosofia esteve presente em todos os cursos até determinada altura, ou pelo menos no secundário, há todas aquelas unidades curriculares que são basilares a todas as ciências independentemente da área que se escolhe, eu penso que o design atualmente também deve ser assim, deve ser transversal, deve estar presente em múltiplos cursos. Ainda há quem veja o design sem o papel do social.

4) **Entrevista 4** - Professora Doutora Inês Veiga

Data: 10 | 03 | 2021

Entrevistado: Professora Doutora Inês Veiga

Entrevistadora: Raquel Evaristo

Raquel: Hoje é dia 19 de março de 2021 e estamos a entrevistar a professora doutora Inês Veiga.

O que é que entende por design social?

Professora Inês Veiga: Eu entendo o design social assim de duas maneiras principais, a primeira tem a ver com aquilo que eu considero ser do termo do design social, desta expressão. Primeiro de tudo o termo serve para diferenciar a prática daquela que conhecemos melhor que é a prática mais convencional do design, tem a ver com aquilo que passou a ser a preocupação de alguns designers em tomar consciência daquilo que o designer faz e, portanto, nessa tomada de consciência a ideia de que o designer deveria ou poderia mudar as prioridades, ou seja, mais importante do que fazer um folheto, ou mais uma televisão ou mais um objeto ou uma cadeira qualquer, mais importante que isto seria se isso responde a uma necessidade, a quem é que é útil? É relevante para quem? E, portanto, o design social como quase uma chamada de atenção para aquilo que é o papel do designer na sociedade e qual é afinal o contributo que se está a ter para o bem-estar, para a vida, esta é a primeira. A segunda tem a ver com chamar à atenção para um aspeto do design, ou para um aspeto do processo de fazer design que tem a ver com o aspeto social do “como?”, ou seja, como é que eu faço design? com é que eu projeto ou meus objetos, cartazes, como é que eu abordo o processo de design, o processo de fazer? E aí o social também marca uma transição histórica, aí o design social está-se a referir mais a esta ideia de envolver outras pessoas no design, ou como é que o designer pode trabalhar o utilizador, aquele que será o beneficiário no final, dos produtos de design. E, portanto, no social, devemos colocar aqui a tónica neste processo de “fazer com”.

Todo o design, qualquer processo de design é um processo social porque envolve o cruzamento de muitas coisas diferentes, muitas ideias, e mais longe ainda, deveria e pode cruzar outras pessoas e outras disciplinas e quanto mais diversidade envolver melhor, e, portanto, design social aí nessa vertente do “como?”, “como se faz design?”.

Raquel: Ok. Passando agora para a segunda pergunta, **a professora detém de conhecimentos na área do design social e de que forma os adquiriu?**

Professora Inês Veiga: Foi muito autodidata, foi muito pela prática, acabou por ser quase o meu processo de fazer a minha investigação de doutoramento. O doutoramento focava-se nisso, em conhecer as práticas do design social e processos, pessoas e objetos, pessoas que estivessem a fazer isto. E portanto, acabou por ser um processo de aprendizagem a partir da pesquisa e da prática também, mas na prática de envolver-me em projetos que podem ser ditos como projetos sociais, com outras disciplinas, portanto, eu envolvi-me com um conjunto de arquitetos que fazia investigação em bairros, eu envolvi-me nesses projetos mais para perceber como é que era, como é que isso aconteceria, mas mais numa coisa de ativismo, de cidadania, eu ia lá porque era uma causa que eu acreditava, queria ver como é que aquelas associações locais trabalhavam naqueles bairros. Acaba por ser assim um bocadinho essa ponte que eu depois faço entre que é que aconteceu nesses bairros e ao ver esses projetos, que não eram de design, mas depois perceber qual era a relação disso com a nossa prática.

Raquel: E na opinião da professora **qual é o papel do design social no ensino universitário, para os nossos designers.**

Professora Inês Veiga: Eu acho que tem um papel muito importante, não sei se ainda é muito presente, eu acho que cada vez mais esta ideia, esta forma de trabalhar está cada vez mais presente no ensino, mas ainda há muito, muito a fazer. Eu acho que tem um papel crucial nesses aspetos que referia que também acho que tem a ver com a definição de design social. Por um lado, essa tomada de consciência de quais são afinal os princípios de qualquer projeto de design, a ideia do útil e do relevante, mas também “a quem?” e “ao quê?” que estamos a responder. Esta tomada de consciência dos alunos face a que qualquer processo e produto de design é um ato político, nada é neutro, e, portanto, qualquer que seja aquilo que estamos a fazer, seja mais convencional ou mainstream é ok, mas é preciso ter consciência do que se está a fazer e de que isso é uma posição política e que é preciso ter essa noção. Por um lado, ajuda muito a criar isso, por outro lado é a ideia do “como?”, ou seja, o design social tem aqui muitos princípios pedagógicos do “trabalhar com” muito interessantes para a nossa disciplina, que são esta ideia do diálogo, do fazer e que é interessante quando nós, mesmo numa situação normal, trabalhamos com o cliente e nós na situação real trabalhamos com o cliente em presença. Trazer esse princípio do desenhar com as pessoas para a sala de aula é muito interessante e devia ser mais instigado.

Raquel: **Já lecionou design social? E se sim quais foram as metodologias que aplicou?**

Professora Inês Veiga: Eu ainda não lecionei design social em si, eu leciono aquilo que se aproxima mais, que é “sustentabilidade de produtos e serviços” no mestrado em design de produto na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, e aí eu já fiz algumas experiências que vão mais de encontro a isso, que é envolver os alunos em projetos práticos com pessoas num bairro a desenvolver design. A metodologia que eu tenho usado e que por exemplo usei num projeto maior, que é levar os alunos a um bairro, a uma freguesia, e eles desenvolverem processos de design diretamente com as pessoas, portanto a metodologia foi pela prática quase, foi um processo quase etnográfico, os alunos estavam emparelhados com um grupo de pessoas, artesãos migrantes dos arredores de Lisboa e cada grupo de alunos estava com um artesão e tivemos algumas técnicas, começou pelos alunos fazerem um vídeo que retratava o saber fazer daquele artesão e depois, a partir daí uma série de canvas relacionados com mapas de processo, questões de negócio, o que é que podia ser um serviço, o que é que podia ser um produto, de que forma é que sustentabilidade estava presente na prática do próprio artesão e como é que isso podia entrar em termos de design, uma exploração de post-its, mapas. Portanto, os alunos depois a tentarem materializar aquilo que eram conversas com os artesãos em qualquer coisa de concreto, sobretudo uma proposta que pode ser um serviço, um produto, que pode ser uma forma de emprego para aquela pessoa. Em termos de metodologia é quase um método de design normal.

Raquel: Uma pergunta que surgiu agora no seguimento desta, **a professora apresenta *guidelines* ou tem um enquadramento teórico que apresenta aos alunos?**

Professora Inês Veiga: Mais ou menos, eu própria nesta parte pedagógica também estou a a aprender quais são as melhores formas de lhes passar conhecimento. No fundo, neste projeto, por exemplo, fui muito de deixar que os estudantes vivessem aquela experiência, não lhes passei muitas bases, apenas aquelas de acreditarem que eles têm uma formação e que essa formação é a base para poderem participar naqueles projetos, que não sintam que estão fora do contexto e que aquilo não tem nada a ver com eles. Entra-se nestes projetos como designer, agora há aqui uma dimensão de competências que o próprio processo vai puxar e que a pessoa pode ter mais predisposição ou não, mas o processo também vai por a pessoa a trabalhar isso, que são as competências mais interpessoais, a empatia, ou mesmo simpatia, logo com o primeiro quebra gelo e depois todas as questões de traduzir o que é que fazemos ou a maneira como pensamos nas coisas, que é muito a partir do fazer, para uma pessoa que não é designer, mas que tem um pensamento criativo! Nós acabamos por desenvolvê-lo mais, como também puxar pelos outros, portanto, nos alunos não dou muitas bases, mas pronto, mas dou estes princípios de que eles têm todos os ingredientes e

que o processo vai puxar por isso, é bom que tenham uma consciência e que tenham autonomia. Também acho bem que seja uma coisa autodidata.

Raquel: Quais as competências do design social permitem melhorar as capacidades e um designer?

Professora Inês Veiga: Tem a ver com essa questão da empatia que é muito difícil de conseguir sobretudo porque se trata de um processo de trabalho, nós nunca deixamos de estar a trabalhar com outra pessoa, e portanto envolvermo-nos na vida dessa pessoa e como é que nós podemos ajudar ou entender qual o nosso papel depois, para dar algum contributo é muito difícil, mas não quer dizer que alguém que não tenham predisposição para conversar ou ouvir, não consiga desenvolver um processo de design social. Eu acho que é uma coisa também de criar condições, porque às vezes é só ouvir, às vezes é só estar lá! Não é preciso ter muito o “aí sim eu compreendo o que está a sentir” às vezes é só preciso estar lá, é esta questão da empatia sim, mas não é obrigatório, é preciso a pessoa ter gosto, se não gostar mais vale ir para um estudo de design fazer um design convencional. Depois uma competência que eu acho que efetivamente é preciso trabalhar é esta ideia de saber navegar na incerteza, que é nós nestes processos de design social nunca sabemos bem o nosso papel, qual vai ser o produto de design e, portanto, é preciso manter-nos muito tempo no modo divergente, há muita coisa e é muito difícil estar nesse modo do “ah podíamos fazer isto e isto ou aquilo” e estar entusiasmado, a nossa tendência é fechar, chegar à solução senão parece que isto parece que não está a ir a lado nenhum, e no design social é normal ficarmos nesse estado e é muito exigente e é preciso trabalhar isso, esta ideia da flexibilidade, porque do nada aquilo que achávamos mesmo “sim é isto!” afinal não é e não é nada daquilo. É preciso ter alguma resiliência, acho que são estas as principais, o resto o designer já tem.

Raquel: De que forma é que acha que deve ser trabalhado este design social no ensino universitário.

Professora Inês Veiga: Eu acho que deve ser completamente, que uma boa forma é essa, colocar os alunos na situação, ou em situação de conversa com alguém que não é designer, mas com o objetivo de fazer design, logo isso é desafio suficiente para um aluno. Por outro lado, eu acho que é tentar então também trabalhar esta ideia do briefing aberto, do exercício aberto, o exercício que não tem fim, à partida, e que é o aluno que tem que ir procurar e saber encontrar as respostas. Eu acho que é por aqui.

Raquel: Só tenho estas perguntas, a professora quer acrescentar algo?

Professora Inês Veiga: É muito importante também, é que no design social esta ideia de reflexão em ação, isto ser constante, essa resiliência e flexibilidade para num dia há uma coisa no outro dia já não é, mas a pessoa continuar “ok, mas não faz mal” é bom, é bom termos esta ideia que podemos refletir nas ações que tivemos e elas podem evoluir também, isso é também design social e um briefing aberto nos alunos também os coloca nessa situação de não haver uma receita no design. O erro que há nas *guidelines* é que não são receitas, pode não funcionar em muitos contextos e nós podemos ir com isso a achar que sim vou conseguir e depois chegar lá e não é nada disto, é preciso ter uma atitude relativamente a esses métodos, manuais e *guidelines*, como uma atitude mais experimental e menos “é isto” é que não há verdades absolutas.

O design confia na intuição do que é que se adapta àquela situação. Às vezes há pessoas, que não os designers que têm resistência à colaboração, não querem ser envolvidas e também têm de ter esse espaço, é importante nós sabermos quando devemos adotar o processo mais convencional, outra maneira de estar, de fazer design e isso também é design social, porque o que interessa é este diálogo, ouvir o que é que vem do outro lado também!

5) Entrevista 5 - Professora António Evaristo

Data: 17 | 05 | 2021

Entrevistado: Professor António Evaristo

Entrevistadora: Raquel Evaristo

Raquel: O que entende pelo conceito de social?

Professor António Evaristo: Social é o contexto geral do estudo da vida social humana, dos grupos e das sociedades, é o estudo dos fenómenos sociais, da interação e da organização social, todos somos influenciados pelo contexto social em que nos inserimos.

As Ciências Sociais e Humanas, onde se inserem a Sociologia, Antropologia, Serviço Social, Política Social e Psicologia Social, têm uma vertente de identificação dos problemas sociais e sua resolução de modo a que a sociedade viva de modo igualitário. Quando tal não acontece temos um problema social nalguma parte da sociedade.

Hoje em dia, com a rápida evolução da humanidade, a sociedade é esquecida, tomam-se decisões políticas sem serem ouvidos os cientistas sociais, e muitas dessas decisões têm impactos mais negativos na população do que o impacto que seria pretendido, por falta de conhecimento e falta de avaliação social.

Ao Social o que é do Social, e, dou como exemplo, a tão erroneamente utilizada expressão de “distanciamento social”, ao invés de se aconselhar o distanciamento físico, para prevenir a transmissão da COVID-19, não se tem em conta que o primeiro tipo de distanciamento é o que separa Ricos de Pobres. Ao apelar-se ao distanciamento social, uma vez que os mais abastados não quererão libertar-se de parte da sua riqueza, o mesmo continuará tal como anteriormente à pandemia – quem é rico é rico, quem é pobre é pobre, e, o distanciamento social entre ambos é o que as Ciências Sociais, nomeadamente o campo da Ação Social, tenta a todo o custo encurtar ou fazer desaparecer. Ora quem decidiu politicamente não questionou os peritos sociais acerca da expressão a utilizar.

O conceito Social fornece os meios para melhorarmos a nossa sensibilidade cultural, criando condições para que as políticas se baseiem numa consciência de valores culturais diferentes. Em termos práticos, podemos investigar as consequências da adoção de determinadas linhas de orientação. Por último, e talvez o mais importante, o “Social” permite autoconhecimento,

oferecendo aos grupos e aos indivíduos mais oportunidades para alterar as condições em que decorrem as suas próprias vidas.

Raquel: Acredita que existe uma diferença entre algo social e sociológico?

Professor António Evaristo: Existe uma grande diferença, que por exemplo na língua inglesa não é diferenciável, ambas as palavras têm a mesma definição no dicionário! A Sociologia sendo o estudo sistemático das sociedades humanas, dando ênfase especial aos sistemas modernos, industrializados, só por si já denota que a mesma tem uma conotação de lucro.

A Sociologia surgiu como uma tentativa para compreender as mudanças radicais que ocorreram nas sociedades humanas durante os últimos dois ou três séculos. As mudanças em causa não foram apenas mudanças em grande escala, mas também transformações nas características mais pessoais e íntimas da vida das pessoas, iniciou-se o pensamento do que é que se poderia fazer em termos práticos para melhorar a vida das pessoas, implicando a capacidade para pensar de forma imaginativa e nos distanciarmos de ideias preconcebidas acerca da vida social.

Diria mesmo que a grande diferença, entre Social e Sociológico, se prende, respetivamente, com que parte da sociedade estamos a lidar, se com a parte social em que queremos criar bem-estar criando condições básicas de vida sem fins lucrativos ou se pelo contrário queremos criar bem-estar sociológico através do espírito consumista.

Raquel: Já alguma vez ouviu o termo Design Social?

Professor António Evaristo: Já ouvi e penso que até já o apliquei quando ainda não se falava do tema tão detalhadamente. A criação da primeira loja Social em Portugal, em 2003, que pensei como sendo um local onde quem tinha algo para dar pudesse entregar para os que não tivessem pudesse ir buscar, foi no meu entender um tipo de design social. Foi identificada uma lacuna e projetada e implementada uma valência sem fins lucrativos a pensar no bem-estar e satisfação das necessidades básicas dos mais carenciados. O sucesso veio-se a confirmar porque hoje existem centenas espalhadas por Portugal.

Raquel: Quais as bases que considera mais importantes para um projeto completamente social?

Primeiramente ver se é realmente necessário, se não será trabalho realizado que depois não terá o devido impacto pretendido. Em segundo lugar não ter custos para quem dele vier a usufruir. Em terceiro lugar ser autossustentável e adaptável à medida que as necessidades mudem.

Raquel: Que competências considera serem imperativas para se ser bem-sucedido num projeto de design social?

Professor António Evaristo: Acima de tudo ter conhecimentos básicos na área social, para que um projeto não se torne uma dependência de quem o elaborou e não um benefício para quem foi elaborado. Que o seu impacto seja positivo a quem se destina e não algo que não seja aceite por quem dele usufruirá.

O planeamento consciente e com conhecimento é assim imperativo, para que seja então bem aceite, o que para tal implica também ouvir a quem se destina o projeto.

Raquel: Acha que o social deve ser lecionado no ensino superior? Seja de que curso se tratar.

Professor António Evaristo: Sem dúvida! Não pode haver social sem conhecimento da área Social. O desconhecimento da sociedade como cultura e comportamento pode comprometer tudo o que façamos, num mundo cada vez mais atento e global. O mínimo detalhe pode comprometer algo que à partida poderia parecer um sucesso, mas que se tornará um problema social, seja a nível cultural, de género, de raça... o conhecimento Social o dirá.

6) Entrevista 6 - Doutor Ernesto Sirolli

Data: 27 | 05 | 2021

Entrevistado: Doutor Ernesto Sirolli

Entrevistadora: Raquel Evaristo (Documento Enviado)

Entrevista original disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=QHR1SnT42Ws&ab_channel=MarthaSirolli

Estou a gravar esta resposta às perguntas da Raquel Evaristo para a sua Tese de Mestrado e, dou consentimento, à Raquel, para usar as minhas respostas neste vídeo.

Em primeiro lugar gostaria de falar sobre o trabalho que realizo, o meu nome é Ernesto Sirolli, PhD, sou o fundador do Instituto Sirolli - Facilitação de Empreendedorismo Internacional, uma organização de empreendedorismo social com sede em Sacramento - Califórnia. Atuamos em 17 (dezassete) países e introduzimos o conceito de facilitação empreendedora nos sistemas de desenvolvimento económico e social das suas comunidades. Acreditamos que a Facilitação Empreendedora tem semelhanças com o “*design thinking*” e com atividades, que são atividades de baixo para cima, para auxiliar no desenvolvimento social e económico das comunidades e, em primeiro lugar, deixámos de utilizar o termo subdesenvolvido, falamos de clientes e não importa de onde eles vêm, o que acreditamos é que o primeiro princípio da assistência é o respeito, ou seja, se não se respeitar a população e as culturas locais, não se poderá ajudar a população local. Então, com base nesse primeiro princípio de respeito, só vamos aonde formos convidados e não iniciamos o relacionamento com os nossos anfitriões, países anfitriões e comunidades anfitriãs, só vamos onde formos convidados. Então, primeiro, vamos a conferências internacionais, descrevemos o que fazemos, mas não iniciamos o relacionamento, esperamos ser convidados, porque acreditamos que toda a ajuda internacional deve ser feita apenas em resposta. Noutras palavras, uma vez que temos uma tecnologia, nós comunicamos e educamos as pessoas sobre o que é a nossa tecnologia, e, simplesmente esperamos que os líderes locais reconheçam que nossa tecnologia social pode ser útil para eles e, então, eles convidam-nos. Quando convidados procuramos junto das pessoas que nos convidaram perguntando porque nos convidaram, que tipos de problema têm e que acreditam que poderemos ajudá-los a satisfazer. E, o que fazemos, ouvimos muito atentamente as suas

necessidades, os seus desejos, os seus desafios, mas também ouvimos as suas oportunidades, e, acreditamos que existe paixão e inteligência em todo o lado e, por isso, o que fazemos, respondemos passando a nossa tecnologia para os atores locais. Então, treinamos pessoas locais para realizar o trabalho - nunca fazemos o trabalho nós mesmos, treinamos pessoas locais na nossa metodologia de facilitação de empreendedorismo, no nosso caso, mas você pode certamente aplicar a sua própria metodologia de Design Social treinando localmente pessoas, que então, fazem o trabalho elas mesmas para a sua própria comunidade na sua própria língua e no respeito pela cultura local.

Então, o que dizemos é que existem três formas possíveis de lidar com “O Outro”, a pessoa que não é como nós. Uma é a Patrono, onde tratamos todos como se fossem nossos súbditos; a outro é a Paternalista, onde tratamos todos como se fossem nossos filhos, e essas duas são muito negativas, têm conotações muito negativas e podem implicar que assumiremos o controlo do resultado do projeto, assumimos o papel do povo, no caso do Patrono nós chegamos com o salário, nós empregamos, fazemos esse tipo de empreendimento, e isso é perigoso porque quando acabar o salário as pessoas vão ficar desempregadas e não vão continuar o projeto. Paternalista significa que trataremos todos como crianças, e se tratarem todos como crianças, então está-se infantilizando a comunidade, está-se a transformar a comunidade numa comunidade creche onde você é o adulto, o único adulto e eles são as crianças, e o que acontece é que eles nunca crescerão para se tornarem responsáveis, tomarem as próprias decisões, permanecerão como seus filhos e ter-se-á criado dependência, e quando se for embora, eles ficarão privados dessa figura paterna, a pessoa que sabe de tudo e pode cuidar deles. Existe uma terceira via que é a facilitação, e eu, mantenho a facilitação como a terceira via porque ao invés de assumirmos a responsabilidade pelo resultado, o que fazemos é ouvirmos as suas necessidades, fornecermos uma tecnologia social que eles então utilizam.

Espero que essas diretrizes possam ser úteis no campo da inovação social, porque, novamente, se você fez coisas no seu próprio país, nas suas próprias comunidades que são bem-sucedidas, então a única coisa que você tem que fazer é comunicar esse tipo de oportunidade, e uma vez que você comunica este tipo de oportunidade, você descobre onde é que as pessoas estão interessadas em aprender e então torna-se mestre na tecnologia social que você introduziu.

Obrigada.

Anexo D – Project Assessment Checklist

(ACO Manual, 2012)

PROJECT ASSESSMENT CHECKLIST

MILITARY CRITERIA			
Question/Consideration	Yes	No	Comment
<ul style="list-style-type: none"> • Is the project essential? • Can the project be carried out by anyone else? • Can military participation be managed so as not to compromise local civilian authority and responsibility? • Will the project stimulate the flow of information required to support current/future military operations? • Will the project serve to gain local civilian cooperation for current/future military operations? • Does the project provide military operational/training value? • Is the project possibly funded by another organisation? 			
<ul style="list-style-type: none"> • Will participation by the military avoid wasteful or needless duplication of functions and services of other agencies? 			
<ul style="list-style-type: none"> • Will the project support the commander's mission? 			
<ul style="list-style-type: none"> • Will the project benefit the military in any other ways? 			
<ul style="list-style-type: none"> • Will the project disadvantage the opposing force in any way? 			
FEASIBILITY			
<ul style="list-style-type: none"> • Does it conform to local customs? 			
<ul style="list-style-type: none"> • Does it promote the commander's mission/intent? • Are all necessary skills and manpower available? • Are all necessary material resources available? • What is the proposed funding for the project? • Is all the necessary machinery available? • Does the project affect the capability of the Force to achieve its mission? • What is the duration of the project? 			
CONCERNS			
<ul style="list-style-type: none"> • Will the project provide maximum return on investment and effort? • Will the project raise the expectations of the local population that may lead to disappointment when the assistance is withdrawn/complete? • Does the project affect local commercial practice (i.e. does it take potential business away from the local populous)? 			

<ul style="list-style-type: none"> • Will the project require future force maintenance? • Are there any legal or political implications? 			
<ul style="list-style-type: none"> • Is the project susceptible to possible escalation of involvement by the force? 			

CIVIL FACTORS/CONSIDERATIONS			
Question/Consideration	Yes	No	Comment
• Will the population support it?			
• Will other agencies support it?			
• Will the Civil authorities support it? <ul style="list-style-type: none"> ○ Local ○ Regional ○ Central 			
• Will the government support it?			
• When can it be started?			
• Will it have an immediate impact?			
• Whom will it benefit?			
• Will it cause cultural/ethnic negative perception?			
• Will it have a favourable psychological effect?			
• Is it susceptible to public exploitation?			
• Will it enhance the authorities / government's image?			
• Will it improve Civil-Military relations throughout the local area?			
• Will it encourage self-help?			
• Will it encourage stability?			
• Will future maintenance be a drain on civil resources?			
• Will it benefit a wide spectrum of the local population?			
• Is it in any way discriminatory - or could it be perceived or exploited as such?			
• Will it be fully coordinated with all the appropriate levels of authority?			
• Will the civil actors agree to work with the military?			



Campus de Santos . Av. D. Carlos I, 4, 1200-649 Lisboa | Portugal
Telf: (+351) 213 030 600 . iade@iade.pt