

## **Design social no Brasil: um breve panorama**

### **Social design in Brazil: a brief overview**

#### **Glaucinei Rodrigues Corrêa**

Doutor em Arquitetura e Urbanismo

Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais

Endereço: Av. Pres. Antônio Carlos, 6627, Pampulha, Belo Horizonte - MG,

CEP: 31270-901

E-mail: glaucinei.correa@gmail.com

#### **Mércia de Andrade Barbosa Guilherme**

Bacharel em Design

Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais

Endereço: Av. Pres. Antônio Carlos, 6627, Pampulha, Belo Horizonte - MG,

CEP: 31270-901

E-mail: merciabguilherme@gmail.com

#### **RESUMO**

Embora haja inúmeras discussões a respeito das definições, características e conceitos acerca do Design Social, percebe-se uma dificuldade em encontrar os projetos e os designers que trabalham com essa abordagem no Brasil, assim como a metodologia aplicada nesses projetos, fragmentando a discussão sobre o assunto, distanciando estudantes e designers. Este artigo buscou traçar um breve panorama do Design Social no Brasil, de modo a instigar o desenvolvimento de outras pesquisas contribuindo para a discussão ainda incipiente sobre a área. Como resultado observou-se: a relação do Design Social com as práticas extensionistas nas universidades, na busca por construir um saber com a sociedade, por meio dos grupos com os quais interage, gerando transformação social; os métodos e ferramentas utilizados, quando não especificados, baseiam-se fundamentalmente em processos colaborativos, onde a co-criação é encorajada.

**Palavras-chave:** design social, design para inovação social, cocriação.

#### **ABSTRACT**

Although there are numerous discussions about the definitions, characteristics and concepts about Social Design, there is a difficulty in finding the projects and designers who work with this approach in Brazil, as well as the methodology applied in these projects, fragmenting the discussion about the subject, pushing students and designers away. This paper sought to draw a brief overview of Social Design in Brazil, in order to instigate the development of other research, contributing to the still incipient discussion on the area. As a result it was observed: the relationship of Social Design with extension practices in Universities, in the quest to build knowledge with society, through the groups in which it interacts, generating social transformation; the methods and tools used,



when unspecified, are fundamentally based on collaborative processes, where co-creation is encouraged.

**Keywords:** social design, design for social innovation, co-creation.

## 1 INTRODUÇÃO

Pouco tem sido feito para entender como implementar o design para necessidades sociais quanto para mudar a educação de designers de produtos que desenhariam tanto para populações necessitadas quanto para o mercado (MARGOLIN e MARGOLIN, 2004). Os autores ainda afirmam que "uma razão pela qual não existe mais suporte a serviços de Design Social é a ausência de pesquisas que demonstrem como um designer pode contribuir para o bem-estar humano." (MARGOLIN e MARGOLIN, 2004, p. 43).

Mesmo o lado social do design sendo considerado na nova definição<sup>1</sup> de Design Industrial, publicada em 2015, na 29ª Assembleia Geral da *World Design Organization (WDO)*<sup>2</sup>, ao sugerir que por meio da inovação em produtos, sistemas, serviços e experiências, o design industrial conduz a uma melhor qualidade de vida e que os designers são conscientes do impacto social, econômico e ambiental de seus trabalhos; o que se observa ainda hoje, décadas após a afirmação de Victor Papanek em *Design for the real world (1985)*, é que a formação do designer vem sendo orientada ao mercado e ao lucro e a desconstrução desse paradigma é difícil de ser alcançada.

Este artigo pretende contribuir para a discussão acerca do Design Social no Brasil. Ao verificar o estado da arte do Design Social, busca-se identificar alguns projetos que atuam nessa área no país, assim como os métodos e ferramentas utilizados no processo. Desta maneira, poderá ser uma possibilidade para ampliar a discussão e servir de referência, para estudantes e

---

<sup>1</sup> "Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences." Disponível em: <<https://wdo.org/about/definition/>>.

<sup>2</sup> Antiga International Council of Societies of Industrial Design (Icsid).



profissionais, de como articular o design em outros contextos além dos tradicionais orientados apenas ao mercado.

## 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo é resultado de uma Revisão Narrativa da Literatura (RNL) que, por sua vez, produz “publicações amplas, apropriadas para descrever e discutir o desenvolvimento ou o “estado da arte” de um determinado assunto, sob ponto de vista teórico ou contextual” (ROTHER, 2007, p. 1).

Embora a RNL não indique métodos e critérios específicos para a revisão da literatura, alguns parâmetros – ainda que flexíveis – foram estabelecidos para o desenvolvimento deste artigo. Entre eles, para a delimitação da pesquisa, foi definida a palavra-chave “Design Social” e a derivação em inglês “Social Design” que deveria estar presente nos títulos, nos resumos e/ou nas palavras-chave dos artigos.

Para a revisão bibliográfica, foram acessados os Anais do *Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design* das edições dos anos de 2012, 2014, 2016 e 2018; os periódicos da *Revista Estudos em Design* e os documentos em português e em inglês no *Google Acadêmico* publicados no intervalo dos anos de 2012 a 2019. Foram encontrados 1007 artigos.

Tabela 1 - Total de artigos encontrados

Estudos Design	em	P&D (edições 2012 a 2018)	Google Acadêmico (2012 a 2019)	Total
2		36	291(PT) 678(ING)	1007

Fonte: Os autores.

Após essa etapa, alguns critérios de inclusão e exclusão foram definidos para a seleção dos artigos e, posteriormente, foi feita a leitura dos resumos destes, pois, muitos conteúdos divergiam da temática proposta pela presente pesquisa.



- Critérios de inclusão: artigos que levantavam uma discussão teórica sobre Design Social; pesquisas que apresentavam estudos de caso que se identificavam como projetos de Design Social; e artigos que abordavam o papel social do Design referindo se ao Design Social.
- Critérios de exclusão: artigos que apenas mencionavam Design Social sem aprofundamento; artigos que não esclareciam os parâmetros de definição de Design Social; artigos que não apresentavam conteúdo relevante sobre Design Social; e artigos que interpretavam Design Social como Design Universal<sup>3</sup>.

Por intermédio dos critérios de inclusão e exclusão e, também, da leitura dos resumos, os artigos utilizados para esta revisão da literatura foram 46. Posteriormente, estes artigos foram divididos em 3 categorias.

Tabela 2 - Artigos organizados em categorias

Definições	Estudos de caso	Métodos e ferramentas
25	17	4

Fonte: Os autores.

Em relação aos exemplos de projetos de Design Social, a estratégia consistiu em selecionar entre os artigos escolhidos para revisão da literatura, aqueles que apresentassem projetos, laboratórios ou centros de pesquisa que atendessem, na medida do possível e praticável, aos seguintes pressupostos que definem Design Social:

- a) participação das pessoas ou grupo no processo de projeto, ou seja, o projeto não é “feito para” determinado grupo e sim “feito com” as pessoas;
- b) geralmente destina-se a atender demandas de grupos, questões sociais e não individuais, ou seja, é preciso combinar as demandas do grupo com os interesses individuais;

<sup>3</sup> “Design Universal compreende a intervenção possível no espaço ambiental humano pelo respeito às diferenças das pessoas incluindo-se a variação de idades e habilidades” Mace (1985 apud GUIMARÃES, 2005, p.2).



- c) o foco está no processo de valorização e participação das pessoas, e não no resultado (produto) em si; e
- d) deve haver transformação social com base nas ações do projeto. (CORRÊA; VANUCCI; PESSÔA, 2021, p. 300).

Essa análise resultou em 14 exemplos. A tabela abaixo mostra como eles se estabelecem:

Tabela 3 - Exemplos organizados em categorias

Projetos de extensão	Centros de pesquisa	Laboratórios	Total
7	1	6	14

Fonte: Os autores.

Foram excluídos da pesquisa aqueles exemplos que não atendiam aos pressupostos utilizados por este artigo, embora fossem considerados pela mídia como Design Social ou se autodenominavam como tal.

Mesmo com o resultado considerável utilizando a palavra-chave *Design Social/Social Design* para a revisão da literatura, a partir da leitura completa dos artigos observou-se uma quantidade inexpressiva de pesquisas e artigos (46 de 1007) que busquem compreender e discutir o que é Design Social e como ele se apresenta. Notou-se, também, a ausência de trabalhos que propõem parâmetros para caracterizar a atuação do Design Social e a dificuldade em destacar os aspectos que diferenciam projetos de Design Social, o que pode justificar o resultado referente à baixa quantidade de exemplos encontrados.

### 3 DESIGN SOCIAL

Design Participativo, Design Comunitário, Design para Inovações Sociais, Design Sustentável, Design Estratégico, Design Sistêmico, Codesign; essas são algumas das denominações encontradas na literatura relacionadas a abordagem do Design Social. Assim como vários autores discutem sobre a definição de Design, o mesmo acontece com Design



### 3.1 SOCIAL

Logo no prefácio da segunda edição de *Design for the real world* (1985) de Victor Papanek, o autor declara que “o design deve se tornar uma ferramenta inovadora, altamente criativa e interdisciplinar que atenda às verdadeiras necessidades dos homens”. Papanek provoca uma série de reflexões direcionadas ao design orientado ao mercado e aos designers, indicando que estes “devem ter consciência de suas responsabilidades sociais e morais” e que assumam um novo papel do qual “não sejam mais ferramentas nas mãos da indústria e sim defensores dos usuários”. O autor reitera que o design para áreas anteriormente negligenciadas é mais um direcionamento de design e não uma substituição para o modelo de mercado.

Sylvia Margolin e Victor Margolin (2004, p. 44) também consideram o “modelo de mercado” e o “modelo social” como “dois pólos de uma constante”. Os autores argumentam que embora muitos produtos orientados ao mercado consigam atender necessidades sociais, algumas destas estão relacionadas à populações que não se enquadram como consumidores, impedindo que este cuide de todas as necessidades sociais, ao passo que o “objetivo primordial do Design Social é a satisfação das necessidades humanas” (MARGOLIN & MARGOLIN, 2004).

Maslow (1943 apud KARSTEN, 2019) define cinco categorias de necessidades humanas divididas entre as primárias que são as fisiológicas e as de segurança e as secundárias que são as sociais, de estima e de auto-realização. Para o psicólogo, “as necessidades humanas se organizam em hierarquias de prepotência. Ou seja, o aparecimento de uma necessidade geralmente repousa sobre a satisfação prévia de outra, de necessidade mais prepotente.” Em outros termos, a auto-realização só é atingida quando as necessidades anteriores na hierarquia são realizadas.

Segundo Bauman (2008, p. 44) “o consumismo, em aguda oposição às formas de vida precedentes, associa a felicidade não tanto à *satisfação* de necessidades, mas a *um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes*”, portanto, “a promessa de satisfação só permanece sedutora



enquanto o desejo continua insatisfeito” (BAUMAN, 2008, p. 63). Sob esta ótica, Papanek (1985, p. 234, tradução nossa) declara que “projetar para as necessidades das pessoas ao invés de seus desejos, ou desejos criados artificialmente, é a única direção significativa agora”.

Löbach (2001, p. 201) afirma que “o Design Social é orientado para os problemas sociais e tem como meta a melhoria das condições de vida de determinados grupos sociais”, onde o designer centraliza as ações de seu projeto no problema dos usuários, sendo assim, “o produto é somente uma forma de resolver esse problema social”. Segundo Hart (1923) um problema social é “um problema que afeta um grande número de pessoas igualmente, de modo que pode ser melhor resolvido por alguma medida ou medidas aplicadas ao problema como um todo, em vez de lidar com cada indivíduo como um caso isolado”. Para Löbach, o desenvolvimento de cadeiras de rodas motorizadas e de um jogo didático para crianças com problemas de visão são exemplos de projetos de Design social.

Por outro ponto de vista, Pazmino (2007, p. 3) destaca que o Design Social se configura por se desenvolver onde há desinteresse da indústria e ausência de atuação de designers. Os fatores sociais e econômicos envolvidos nessa abordagem se tornam objetivos do projeto uma vez que “O Design Social deve ser socialmente benéfico e economicamente viável”. Ela ainda ressalta para que o trabalho do designer social esteja próximo às comunidades e que aconteça, seja de forma voluntária ou financiada por iniciativas privadas, ONGS ou pelo setor público. Segundo Pacheco (1996, p. 31) “o Design Social, na verdade, tem uma relação de trabalho onde o designer trabalha *com* e não *para* alguém”. Neste sentido Pereira, Engler e Martins (2015, p. 45) afirmam que é “fundamental saber interagir com grupos heterogêneos e mediar a integração de diversos contextos” já que “a transdisciplinariedade do design o configura num meio capaz de contribuir para o incremento e desenvolvimento econômico e sociocultural de comunidades através do exercício da criatividade.”

Andrew Shea (2012, p. 13, tradução nossa) se posiciona a favor da imersão ao dizer que “para compreender precisamente as necessidades de uma



comunidade, é extremamente importante obter um conhecimento completo sobre ela e experimentar em primeira mão a vida e o ambiente dos membros da comunidade”. Ribeiro e Cerqueira (2016, p. 3113) concordam que essa relação entre os profissionais e a comunidade é simbiótica pois ao passo que “o designer precisa estar inserido no contexto e observar a comunidade” esta por sua vez “precisa mostrar as suas necessidades, sejam elas diárias, de primeira instância ou mesmo necessidades secundárias”.

A comunicação que existe nessa relação é a mesma proposta na educação emancipatória de Paulo Freire (1983, p. 28) que afirma que “O diálogo é o encontro amoroso dos homens que, mediatizados pelo mundo, o “pronunciam”, isto é, o transformam, e, transformando-o, o humanizam para a humanização de todos.” O educador também destaca que quando o homem “se reconhece como “o agente da mudança”, dificilmente perceberá esta obviedade: que, se seu empenho é realmente educativo libertador, os homens com quem trabalha não podem ser objetos de sua ação. São, ao contrário, tão agentes da mudança quanto ele.” (FREIRE, 1983).

Fornasier, Martins, Merino (2012, p. 4) sinalizam que associar o Design Social com outras atividades “como o assistencialismo<sup>4</sup> ou a satisfação individual (vontades e desejos) da corrente econômica” é incompatível, uma vez que os autores o definem como “a materialização de uma idéia [...] que resultam num conceito e na difusão de um conhecimento, para influenciar o comportamento voluntário do público-alvo (beneficiários), para promover mudanças sociais.”

Müller et al. (2011, p. 4) afirmam que dentro das múltiplas possibilidades de atuação do designer como agente de transformação social “destacam-se os trabalhos realizados junto às comunidades em situação de vulnerabilidade, com o intuito de gerar renda.”

Costa (2009, p. 4) propõe que a ferramenta do Design articule as necessidades do mercado consumidor com produtos de alta carga cultural em

---

<sup>4</sup> O Conselho Regional de Serviço Social do Rio de Janeiro (2018) define o assistencialismo como “o oferecimento de um serviço não assegurado como um direito, geralmente um favor ou doação”. (CRESS-RJ, 2018).



prol de auxiliar grupos produtivos que não têm acesso aos grandes centros de consumo. Para o autor, o Design Social funciona “como um aprimoramento do processo de inovação utilizando-se as ferramentas interdisciplinares de Design” e que seus objetivos consistem em “conscientização social; inserção no mercado; melhoria de processo; desenvolvimento de novos produtos; e valor agregado”.

Segundo Manzini (2017, p. 69) “o design tem todas as potencialidades para desempenhar um importante papel no desencadeamento e no suporte à mudança social e, portanto, tornar-se design para a inovação social.” Pina et al. (2016, p. 3) afirmam que o Design para Inovação Social “busca solucionar problemas e agregar valor a bens e serviços considerando a cultura e as necessidades das pessoas envolvidas em uma comunidade. Principalmente quando se trata de comunidades criativas<sup>5</sup> que obtêm seu sustento por meio do artesanato.” Manzini (2017, p. 69) alega, entretanto, que Design Social e Design para Inovação Social não são a mesma coisa e destaca que a divergência entre ambas se deposita no sentido do termo “*social*” atribuído a cada uma. Ao passo que o “*social*” de Design para inovação social “refere-se a formas sociais como tal; ou seja, ao modo como a sociedade é construída”, por outro lado, o significado do adjetivo concedido ao Design Social, segundo o autor, “indica a existência de situações particularmente problemáticas (tais como pobreza extrema, doença, ou exclusão social, e condições posteriores a eventos catastróficos) para as quais tanto o mercado quanto o governo não conseguem encontrar soluções.” (MANZINI, 2017).

Conforme Oliveira e Curtis (2018, p. 33), o Design Social “deve ocorrer por meio de um processo colaborativo com os atores impactados” e, dessa forma, “a inovação social pode ser entendida como o produto desse processo.”

Carla Cipolla (2017, p. 153) destaca que independentemente da nomenclatura concedida, seja Design Social ou Design para a Inovação Social,

---

<sup>5</sup> Segundo Manzini, comunidades criativas são “um grupo de pessoas com capacidade de imaginação, desenvolvimento e administração” que “colaboram ativamente na criação de novas formas de organização”. (MANZINI, 2017)



as definições destas servem para “a compreensão e posicionamento da orientação estratégica de nossas práticas considerando o quanto estas são condicionadas pelas possibilidades disponíveis no contexto local, o quanto possa ser necessário atuar para reduzir um estado de restrição ou carência de recursos e possibilidades, ou o quanto possam ser orientadas para processos de mudança social.”

Sob outra perspectiva, Joaquim Redig (2011, p. 92) enfatiza que todo design é para a sociedade, logo, todo design é social. Wanderley et al. (2017) consideram que “em síntese, menos como modalidade, o Design Social pode ser mais aproveitado como quesito a ser elencado no processo de design, na metodologia do design comprometida moralmente com um papel social.” Neste sentido, Almeida (2019, p. 13) concorda que “todo design é essencialmente um Design social, já que se constitui a partir das relações sociais.” Para o autor, a proposta de definição para Design Social que o campo de design apresenta é uma redundância, sugerindo então um novo termo, *design comunitário*. Almeida (2019) acredita que o desenvolvimento de produtos em colaboração com comunidades não se configura como uma modalidade social de atuação do design e sim colaborativa, pois conforme o mesmo “o social é mais como um tecido, que se constitui de modo permanente a partir do cruzamento de interesses, discursos e ações das diversas instituições e grupos sociais” e não como “um espaço específico da sociedade”.

Em suma, assim como no campo do design há discussões sobre uma definição para a área, o Design Social segue este mesmo caminho. Enquanto alguns autores destacam a possível redundância presente no conceito de Design Social, outros acreditam que uma das diferenças entre as abordagens reside no fato de que ao passo que a primeira se desenvolve *para* alguém, o Design Social por sua vez é feito *com* alguém. Além do caráter colaborativo, muitos autores compartilham o entendimento de que o Design Social busca promover mudanças sociais.



À vista dessas divergências, Gustavo Cossio propõe a seguinte reflexão: “Se todo design é social, nem todo design é Design Social.” (COSSIO, 2020, p. 11).

### 3.2 EXEMPLOS DE DESIGN SOCIAL NO BRASIL

A partir da pesquisa foi possível identificar alguns exemplos de projetos e laboratórios relacionados ao Design Social. Entretanto, nem todas as iniciativas possuíam informações suficientes para uma análise mais aprofundada sobre os princípios/pressupostos do Design Social. Os exemplos apresentados a seguir, de algum modo, contam com algumas características importantes, tais como: têm participação das pessoas no processo, o projeto é “feito com” elas; buscam atender demandas de grupos e não individuais; o foco está no processo e não no resultado em si; e proporcionam transformação social (CORRÊA; VANUCCI; PESSÔA, 2021, p. 300).

## 4 LABORATÓRIOS E CENTROS DE PESQUISA

### 4.1 CENTRO INTEGRADO DE DESIGN SOCIAL (CIDS)<sup>6</sup>

Foi criado em 2016 por Edson Carpintero na Universidade Estadual de Minas Gerais e é atualmente coordenado por ele. O centro propõe o desenvolvimento de projetos de pesquisa e extensão que atendam “às demandas da comunidade acadêmica, de instituições, de indivíduos ou de grupos sociais que não têm possibilidade de remunerar trabalhos de tal ordem.” (CIDS, 2019).

O CIDS considera as seguintes perspectivas imprescindíveis em suas propostas:

- “A promoção da reflexão e/ou da ação para o atendimento às necessidades em constante mudança de um sistema social (sociedade/comunidade local);

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.uemg.br/noticias-1/235-unidade-design/centros/2491-centro-integradode-design-social-cids>>



- O atendimento aos preceitos do **uso responsável, da inclusão e do bem-estar**, principalmente no que concerne ao planejamento de ambientes, produtos e serviços que não agridam o meio circundante.” (CIDS, 2019).

#### 4.2 VARAL - LABORATÓRIO DE INICIATIVAS EM DESIGN SOCIAL

Coordenado pelos professores Emílio Augusto Gomes de Oliveira e Anna Lúcia dos Santos Vieira e Silva da Universidade Federal do Ceará que desde 2012, busca atender às demandas reais da sociedade atuando em parceria com comunidades em situação de vulnerabilidade econômica e social. Segundo Oliveira et al. (2018) o laboratório trabalha com metodologias participativas e colaborativas. A metodologia da pesquisa-ação e o conceito de Design Centrado no Ser Humano do *Field Guide to Human-Centered Design* (IDEO, 2009) são mencionados como fundamentação teórica do laboratório (OLIVEIRA e SILVA, 2019).

#### 4.3 LABSOL<sup>7</sup> - LABORATÓRIO DE DESIGN SOLIDÁRIO

É um laboratório da Universidade Estadual Paulista, coordenado pelo professor Cláudio Roberto y Goya, que desde 2007 atende comunidades e grupos produtores de artesanato e tem como objetivo geração de trabalho e renda.

Segundo o artigo *Extensão Universitária e Inovação: O Laboratório de Design Solidário* (2017), o laboratório “desenvolveu sua reflexão teórica, apoiando-se em bases conceituais que referenciam seu trabalho: A Sustentabilidade, o Ecodesign, o Design Social, a Economia Solidária e a Dialogicidade que o guia no relacionamento com os grupos atendidos.” (GOYA, SOUZA, SELMINI, 2017, p. 91).

---

<sup>7</sup> <https://www.faac.unesp.br/#!/departamentos/design/projetos-de-extensao/labsol/>>



#### 4.4 LABORATÓRIO O IMAGINÁRIO<sup>10</sup>

Surgiu em meados dos anos 2000 inicialmente como projeto de extensão e pesquisa da Universidade Federal de Pernambuco com o objetivo de “aproximar o design da realidade do artesanato e, através desse diálogo, compreender necessidades, potencialidades e compartilhar soluções.” (ANDRADE e CAVALCANTI, 2017, p. 3).

Em 2003, com alguns anos de experiência acumulados, o projeto foi reorganizado como Laboratório de Design O Imaginário. “Laboratório de pesquisa e extensão da Universidade Federal de Pernambuco do qual fazem parte professores, estudantes e profissionais de diversas áreas do conhecimento com foco no design como instrumento a serviço da sustentabilidade ambiental, econômica e social.” (ANDRADE e CAVALCANTI, 2017, p. 4).

#### 4.5 LABDIS - LABORATÓRIO DE DESIGN, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Implementado em 2006 na Universidade Federal do Rio de Janeiro, o laboratório atualmente é coordenado pela professora Beany Monteiro e tem como foco “estudar e implementar estratégias em design para o desenvolvimento de oportunidades e soluções viáveis para uma vida econômica, social e (ambientalmente) sustentável.” (LABDIS, c2014).

No website do laboratório é descrito que, como estratégia, utiliza-se ferramentas de “co-design que possibilitem aos outros atores sociais, envolvidos nos projetos, atuarem em conjunto para alcançar objetivos que tanto podem ser comuns aos diferentes atores sociais envolvidos no design destas soluções, quanto específicos.” (LABDIS, c2014).

#### 4.6 LABDES - LABORATÓRIO DE DESIGN SOCIAL DA CIDADE

Oficializado em 2021 como um projeto de extensão da Universidade Federal do Maranhão e coordenado pelo professor Delano Rodrigues, o laboratório tem como objetivo apoiar organizações que atuam em comunidades socialmente vulneráveis de São Luís. O primeiro ciclo de trabalho está sendo



realizado com duas entidades do Polo Coroadinho: o Instituto Dica Ferreira e o Coletivo de Mulheres Negras da Periferia.

#### **4.7 LABTAR - LABORATÓRIO DE TECNOLOGIAS DE APOIO A REDES DE INOVAÇÃO**

O laboratório, que integra o Living Lab Habitat89, foi criado em 2010 na Universidade Federal do Espírito Santo, sendo coordenado desde então pela professora Miriam de Magdala Pinto. Tem como objetivo “gerar e difundir conhecimentos e tecnologias que promovam a inovação baseada na cocriação com os usuários.” (LABTAR, c2016).

Ele tem duas frentes de trabalho: a acadêmica e a de aplicação. A primeira frente foca em Empreendimentos para promoção do Bem-estar Sustentável, utilizando o Design Social como referência, assim como “metodologias e ferramentas de Inovação Sistemática que incluem a Teoria para Resolução de Problemas Inventivos ou TRIZ.” (LABTAR, c2016). Em relação a outra frente, esta é sobre a “aplicação prática dos conhecimentos e técnicas voltados para a inovação com participação do usuário em projetos junto a empresas e ONGs.” (LABTAR, c2016).

### **5 PROJETOS DE EXTENSÃO**

#### **5.1 PROJETO CATADORES DE SONHOS**

Criado em 2014 e coordenado pelo professor Glaucinei Rodrigues Corrêa foi uma parceria entre a Universidade Federal de Minas Gerais e a Associação dos Catadores de Papel, Papelão e Material Reaproveitável de Belo Horizonte - Asmare e tinha como objetivo estimular uma maior autonomia e auto-estima dos associados e associadas e, também, desenvolver uma nova forma de geração de renda, além da catação. O projeto foi suspenso em 2019 por problemas internos da Asmare.

---

<sup>8</sup> Organização em rede, de múltiplos atores, para gerar inovações eco-amigáveis que melhorem as condições habitacionais de populações de baixa renda urbanas e rurais. (LABTAR, c2016).

<sup>9</sup> <https://labyrinth.ufes.br/fotos/>>



No artigo Contribuições do Design para o bem estar social: o Programa CASOS Catadores de Sonhos (2017) os autores apontam que a relação entre os sujeitos se fez de forma “dialógica, concebida a partir do respeito e do reconhecimento mútuo” e que, portanto, “foi utilizada a Pesquisa-ação como referência para o planejamento e construção de parte das ações”. (CORRÊA; SARMIENTO; PEREIRA, 2017).

### 5.2 PROJETO DESIGN PARA JUVENTUDE

Estabelecido em 2018 e desenvolvido através de oficinas de design, coordenadas pelo professor Glaucinei Rodrigues Corrêa, da Universidade Federal de Minas Gerais, que integravam o Programa Brota, das quais tinham como principal objetivo instigar e estimular a curiosidade e a criatividade dos adolescentes por meio de atividades relacionadas ao design, com a intenção de que eles elaborassem projetos de intervenção tanto no espaço escolar quanto fora dele.

As atividades da oficina alinhavam as práticas metodológicas em Design ao cotidiano dos jovens, deste modo, ferramentas como brainstorming e mapa mental foram utilizadas nos projetos desenvolvidos pelos adolescentes.

### 5.3 PROJETO DE EXTENSÃO DESIGN SOCIAL: VALORIZANDO TERRITÓRIOS E INDIVÍDUOS

Foi um Projeto de Extensão Continuada vinculado a Universidade Feevale (RS) que atuou durante os anos de 2010 e 2015 e tinha como foco a inserção social, sustentável e de valorização territorial, de forma que suas atividades propunham geração de renda, melhoria da qualidade de vida, formação de conhecimento e conscientização socioambiental. Em 2011, durante os meses de setembro e outubro, foram realizadas oficinas de valorização de produtos, que tinham como público alvo os artesãos da cidade de Novo Hamburgo.

Staudt (2012) relata no artigo Projeto Design Social: valorização de produtos artesanais com enfoque no turismo local (2012) que “a proposta foi embasada em pesquisa bibliográfica e documental, em referencial da literatura



sobre design e artesanato, valorização territorial e intervenção participativa, através da pesquisa-ação.” Quanto ao desenvolvimento projetual, este foi baseado nos métodos e ferramentas “já empregados no design, considerando as fases informativa, criativa e técnica, adaptada de autores como Baxter, De Moraes, Fuentes, Peón, Flávio Santos; além da incorporação de aspectos voltados à valorização de territórios proposto por Krucken e requisitos ambientais de Vezzoli e Manzini.” (STAUDT, 2012).

Na fase informativa, foram utilizados procedimentos como “pesquisa bibliográfica, documental e de campo, para levantamento de dados sobre a cidade de Novo Hamburgo” e ferramentas como “observação e registro fotográfico para levantamento dos pontos turísticos da cidade”. Na fase criativa, as ferramentas utilizadas foram brainstorming<sup>10</sup> e mapa mental<sup>11</sup> para “representação de palavras, ideias e outros itens ligados ao tema central, utilizando também de recursos como desenho, colagens, entre outros.” Já a fase técnica “consistiu na configuração final do projeto e detalhamento técnico, desenvolvendo os protótipos e visando a utilização de materiais doados por empresas parceiras, localizadas na região. “ (STAUDT, 2012).

#### 5.4 DESIGN SOCIAL: GERAÇÃO DE RENDA E RESGATE CULTURAL ATRAVÉS DO DESIGN ASSOCIADO AO ARTESANATO

Foi um projeto de extensão da Universidade Federal de Santa Maria vigente entre os anos de 2009 e 2013, que buscava promover autonomia e empreendedorismo capacitando por meio de oficinas e, também, o desenvolvimento de produtos que apresentassem a cultura local.

O artigo Projeto Design Social: geração de renda e resgate cultural através do design associado ao artesanato (2011) relata as atividades desenvolvidas na

---

<sup>10</sup> “Termo cunhado por Alex Osborn em 1953, [...] brainstorming ou sessão de “agitação” de idéias é realizado em grupo, composto de um líder e cerca de cinco membros regulares e outros cinco convidados.” BAXTER (2008, p. 66)

<sup>11</sup> “Um Mapa Mental é a maneira mais fácil de introduzir e de extrair informações do seu cérebro, [...] com um mapa mental, uma longa lista de informações áridas pode se transformar num diagrama colorido, fácil de lembrar e bem organizado que opera em harmonia com o funcionamento natural do cérebro.” BUZAN (2005, p.25)



extensão e ressalta que “é de extrema importância a criação de uma metodologia que garanta o encaminhamento das atividades e a conclusão e obtenção dos objetivos propostos.” (MELLO et al., 2011, p. 4). Os autores apontam que “o projeto se desenvolveu por meio de uma pesquisa-ação” e que, somado a esta, “foi realizado um levantamento dos métodos já aplicados de atuação do design em comunidades em situação de risco que serviram de base para as cinco etapas metodológicas.” (MELLO et al., 2011, p. 4).

As 5 fases metodológicas compreendiam: fase exploratória que buscava integrar o público-alvo ao projeto e os acadêmicos à realidade do público-alvo; fase principal, fase de ação e fase de avaliação que foram adaptadas para reconhecer as capacidades produtivas; levantar possibilidades e oportunidades; realizar as oficinas; desenvolver novos produtos e gerar novas possibilidades de produtos; e por fim, a fase de avaliação e conclusão do projeto.

### 5.5 PROJETO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA DESOL: DESIGN SOCIAL NA AUTOGESTÃO CRIATIVA DE EMPREENDIMENTOS EM ARTESANIA

É um projeto de extensão vinculado à UNIVILLE e coordenado pela professora Irma Haensch Pereira que desde 2009 oferece consultoria e capacitação a artesãos e artistas da Região de Joinville.<sup>12</sup>

### 5.6 FLORES DO MORRO: DESIGN, DANÇA E ARQUITETURA PARA O BEM-ESTAR SOCIAL

É um projeto de extensão da Universidade Federal de Minas Gerais que desde 2018 trabalha com o grupo Flores do Morro<sup>20</sup> promovendo “oficinas de estamparia, costura, criação de produtos e expressão em dança e teatro, de forma a integrar saberes manuais e corporais já existentes no grupo, como o bordado e o crochê”. (CORRÊA; RODRIGUES; PASSOS, 2020, p.2).

O projeto busca “desenvolver habilidades de gestão colaborativa, por meio do compartilhamento das tomadas de decisão que envolvem a concepção,

---

<sup>12</sup> Infelizmente não foi possível obter informações detalhadas das atividades em desenvolvimento do projeto.



a execução e a comercialização de produtos” levando em consideração o “equilíbrio entre desejos individuais e necessidades do coletivo e em busca da sustentabilidade do grupo, criado e organizado pela própria comunidade.” (CORRÊA; RODRIGUES; PASSOS, 2020, p. 2).

Quanto à fundamentação teórica, no artigo Flores do Morro: design para transformação social (2020) são mencionados três conceitos que auxiliam a troca de saberes do projeto: a Aprendizagem Situada de Jean Lave; a Reflexão-na-ação<sup>21</sup> por Donald Schön; e o Improviso abordado por autores como Tim Ingold e Rodolfo Fuentes.

Os autores destacam que esses três conceitos “colocam em evidência o processo, o caminhar, o modo de fazer, e não o produto final” e que “podem ser utilizados juntos ou separadamente, e contribuem na medida em que nos fornecem meios para desenvolver, construir e, fundamentalmente, potencializar essa diretriz fundante para os projetos de extensão que é a Interação Dialógica.” (CORRÊA; RODRIGUES; PASSOS, 2020, p. 5).

### **5.7 PROGRAMA BEM MAIOR: GERAÇÃO DE RENDA E INCLUSÃO SOCIAL POR MEIO DO DESIGN**

É um programa extensionista da Universidade Estadual de Minas Gerais que busca “desenvolver as habilidades de jovens em situação de vulnerabilidade social em diferentes ofícios, pelo viés do empreendedorismo social e do design.” (VANUCCI et al., 2017, p. 6).

O programa tem como foco o “reconhecimento e valorização do indivíduo, procurando fortalecer o conjunto de experiências que constituem o patrimônio, tanto em relação à equipe quanto em relação aos jovens participantes.” (FBB, 2019).

## **6 MÉTODOS E FERRAMENTAS DE DESIGN SOCIAL**

Considerando a discussão apresentada anteriormente, ao que se refere à teoria de Design Social, constata-se que não há um consenso que estabeleça sua definição e características assim como não há convenção que especifique



seus métodos e ferramentas. Todavia, por meio da revisão bibliográfica, foram encontrados artigos com exemplos de Design Social que descreviam os métodos e as ferramentas utilizados para o desenvolvimento dos projetos.

De forma geral, muitos trabalhos citam a pesquisa-ação<sup>13</sup> como ferramenta metodológica assim como oficinas co-participativas e rodas de conversa. Dois manuais de ferramentas também são citados, os quais serão apresentados a seguir.

### 6.1 THE FIELD GUIDE TO HUMAN CENTERED DESIGN (2015)

A IDEO<sup>14</sup>, uma empresa global de design, lançou em 2009 um livro/manual (HCD Toolkit) que reúne os métodos e ferramentas utilizados em seus projetos, baseados na abordagem de design centrado no usuário, com o objetivo de auxiliar e mostrar como é possível impactar socialmente através do design (IDEO, 2011).

Em 2015, a empresa lançou uma nova versão do kit, The Field Guide<sup>26</sup>, que contém 57 métodos, planilhas e estudos de casos, e é bem flexível, permitindo a inclusão de outros métodos e/ou a exclusão de alguns.

O processo do HCD é dividido em 3 etapas: Ouvir, Criar e Implementar. Na primeira fase Ouvir (Hear), a equipe de design organiza e conduz pesquisas de campo, coletando histórias e inspirando-se nas pessoas. Durante a fase Criar (Create), a equipe identifica temas, oportunidades, soluções e protótipos a partir do que foi ouvido na fase anterior. A fase Implementar (Deliver) marca o início da implementação das soluções, os custos e as receitas são calculados, assim como as estimativas de capacitação e o planejamento da implementação. Essas soluções desenvolvidas a partir do kit devem ser desejáveis, praticáveis e viáveis (IDEO, 2015).

---

<sup>13</sup> "Um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo". (THIOLLENT, 2009, p.16).

<sup>14</sup> "We are a global design company committed to creating positive impact" (IDEO). <sup>26</sup> Disponível em: <<https://www.designkit.org/resources/1>>.



## 6.2 THE SOCIAL DESIGN METHODS MENU (2012)

O The Social Design Methods Menu<sup>15</sup> foi desenvolvido por Lucy Kimbell e Joe Julier e lançado em 2012. Os autores destacam que este manual se diferencia dos demais existentes por três motivos: primeiramente, por acreditar que as ferramentas têm potencial em transformar as pessoas e a forma como elas trabalham. Em segundo lugar, apesar de apresentar ideias do design, o manual também abrange conhecimento de disciplinas de gestão e ciências sociais, mesclando ideias úteis de vários campos. Finalmente, a ênfase do manual é em envolver as pessoas de forma significativa e não apenas simbolicamente.

Este manual é dividido em 4 seções: background, como, métodos e receitas e fontes. Em Background, são apresentados 7 hábitos do Design Social: contar histórias e criar mapas; trabalhar em escala humana e conectar pessoas e coisas através de redes; olhar tanto para o detalhe quanto para a perspectiva geral; fazer coisas para explorar, testar e aprender; imaginar cenários de uso e provocar e inspirar alternativas; tornar o familiar em desconhecido e o desconhecido em familiar e projetar baseado na forma como as pessoas fazem as coisas e não no que elas dizem que fazem ou no que outras pessoas pensam que elas fazem (KIMBELL e JULIER, 2012).

Em Como, os autores acreditam que é “útil separar os modos que moldam a maneira como métodos específicos possam ser usados em uma jornada de aprendizado ao criar algo novo.”<sup>16</sup> (KIMBELL e JULIER, 2012, tradução nossa). Eles destacam que preferem o termo “modos” ao invés de “fases” ao falar sobre processos de design, pois esse último soa como um movimento muito linear, ao passo que os modos pretendem funcionar como guias, sem caráter restritivo (KIMBELL e JULIER, 2012). Os 4 modos principais definidos pelos autores são: Explorar, Fazer Sentido, Propor e Iterar.

---

<sup>15</sup>

Disponível

em:

<[http://www.lucykimbell.com/stuff/Fieldstudio\\_SocialDesignMethodsMenu.pdf](http://www.lucykimbell.com/stuff/Fieldstudio_SocialDesignMethodsMenu.pdf)>.

<sup>16</sup> “We think it’s helpful to separate out the modes that shape the way that specific methods can be used in a learning journey when creating something new.”



Em Métodos, são apresentados 11 exemplos que não estão dispostos aleatoriamente, mas essa ordem não deve ser considerada uma imposição. São eles: Descubra algo inesperado; Crie um universo (storyworld); Descreva impulsionadores de mudança; Storyboard; Definição do problema; (Re)definindo a proposta; Mapeando a ecologia do serviço; Segmentação por temas; Esboce um ponto de contato; Traçar uma matriz de resultados; Cópia heliográfica (Blueprinting).

Em Receitas e Fontes, os autores sugerem diferentes formas de “combinar os ingredientes do mundo social através dos vários métodos que descrevemos anteriormente, para servir a propósitos específicos” (KIMBELL e JULIER, 2012).

### 6.3 CONSIDERAÇÕES SOBRE MÉTODOS E FERRAMENTAS

Muitos artigos não citaram ferramentas específicas para o desenvolvimento das atividades, todavia, é possível observar um processo padrão na maioria dos projetos. Em um primeiro momento, os designers fazem uma espécie de imersão e/ou roda de conversa com os participantes para conhecer as pessoas, entender o contexto e definir as dificuldades encontradas. Posteriormente, com as informações obtidas, inicia-se a etapa de ação que, geralmente, se realiza a partir de oficinas de design participativas, onde designers e a comunidade cooperam no desenvolvimento das atividades, co-criando soluções. As etapas finais consistem em validação e implementação das ideias criadas de forma colaborativa.

### 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desta pesquisa foi possível observar as diferentes concepções que existem na literatura em relação ao Design Social. Enquanto alguns autores o apontam como uma redundância, outros o percebem como uma abordagem colaborativa que tem como propósito gerar uma transformação social, valorizando a co-criação, os sujeitos e o processo. Em um cenário como o atual, em que as necessidades humanas são ressignificadas desenfreadamente,



cabendo ao Design a única e exclusiva missão de atendê-las, o Design Social se configura não como uma medida assistencialista, mas sim como uma ferramenta de emancipação de comunidades. Contudo, é importante destacar que o Design Social indica uma possibilidade de atuação do Design e não uma substituição, visto que os propósitos de ambos se diferem, mas não se anulam.

Nos artigos e exemplos de projetos encontrados destaca-se também a relação com as atividades extensionistas. Foi possível verificar que o Design Social acontece nas universidades por meio de projetos de extensão. A extensão universitária, assim como propõe o Design Social, busca construir um saber com a sociedade, por meio dos grupos com os quais interage, um conhecimento plural, resultante dessa integração, reconhecendo a todos como sujeitos desse conhecimento. A extensão, assim como o Design Social, busca constituir um instrumento de transformação social, de tomada de consciência.

Foi possível perceber também que os métodos e ferramentas utilizados, quando não especificados, baseiam-se fundamentalmente em processos colaborativos, onde a co-criação é encorajada. Já entre os métodos e ferramentas citados estão a pesquisa-ação e os manuais de ferramentas *The Field Guide to Human Centered Design* (2015) da empresa IDEO e o *The Social Design Methods Menu* (2012) desenvolvido por Lucy Kimbell e Joe Julier.

Estima-se que este artigo instigue o desenvolvimento de outras pesquisas, como por exemplo, sobre as práticas de Design Social que não são ligadas às universidades, contribuindo para a discussão ainda incipiente sobre Design Social no Brasil.



## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marcelo V. L. de. Design Social: Definição constituída no complexo social, . *In*:

CONGRESSO PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 13., 2018, São Paulo. **Anais** [...]. Blucher, 2019. p. 6027.

ANDRADE, Ana; CAVALCANTI, Virginia. **Design e artesanato**: a experiência do laboratório de design O Imaginário *In*: **Ecovisões projetuais**: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil. São Paulo: Blucher, 2017. p. 295 -306.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: Guia prático para o design de novos produtos. 2ª ed. São Paulo: Blucher, 2000.

BUZAN, Tony. **Mapas mentais e sua elaboração**: um sistema definitivo de pensamento que transformará a sua vida. São Paulo: Cultrix, 2005.

CIDS. **Centro Integrado de Design Social**, 2019. Disponível em: <<https://www.uemg.br/noticias-1/235-unidade-design/centros/2491-centro-integrado-dedesign-social-cids>>. Acesso em: 22 de jan. de 2022.

CIPOLLA, Carla; "Design social ou design para a inovação social? Divergências, convergências e processos de transformação", p. 147 -154. *In*: **Ecovisões projetuais**: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil. São Paulo: Blucher, 2017.

CORRÊA, Glaucinei R.; RODRIGUES, Jéssica. K.; PASSOS, Júlia. C. Flores do Morro: design para transformação social. *In*: **COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESIGN 2020**. Anais [...]. São Paulo: Blucher, 2020. p. 943-956.

CORRÊA, Glaucinei. R.; SARMIENTO, Jameny.; PEREIRA, Wilton. D. Contribuições do design para o bem estar social: o Programa CASOS-Catadores de Sonhos. *In*: **Revista Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 2, p. 170-193, 2017. Disponível em:

<<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/490/>>. Acesso em: 05. de ago. de 2021.

CORRÊA, Glaucinei.; VANUCCI, Maria. F.; PESSÔA, Sâmela. **Ensaio da práxis do ensino de design social uma abordagem interinstitucional**. *In*: **IV Congresso de Extensión Universitaria de AUGM**. Chile: 2021. p. 296-315.

COSSIO, Gustavo. **Design Social em Debate**: Uma revisão narrativa das edições do P&D Design. *In*: **SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN** da ESDI, 6., 2020. Anais [...]. Rio de Janeiro: 2020.



COSTA, M. Contribuições do design social: como o design pode atuar para o desenvolvimento econômico de comunidades produtivas de baixa renda. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE DESIGN SUSTENTÁVEL, 2.*, 2009, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2009.

CRESS-RJ. **Você sabe a diferença entre assistência e assistencialismo?**, 2018. Disponível em: <<http://https://www.cressrj.org.br/noticias/voce-sabe-a-diferenca-entre-assistencia-e-assistencialismo/>>. Acesso em: 11 de nov. 2021

FORNASIER, Cleusa B. R.; MARTINS, Rosane F. F.; MERINO, Eugenio. **Da responsabilidade social imposta ao design social movido pela razão.** Research Gate, 2012. p. 1–8.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 4ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FBB. **Programa Bem Maior: Geração de Renda e inclusão social por meio do Design.** 2019. Disponível em: <<https://transforma.fbb.org.br/tecnologia-social/programa-bem-maiorgeracao-de-renda-e-inclusao-social-por-meio-do-design>>. Acesso em 02 de mar. de 2022 GOYA, Claudio. R.; SOUZA, Juliana.

S. de.; SELMINI, Marcelo. Extensão Universitária e Inovação: O Laboratório de Design Solidário. *In: Revista dos encontros internacionais Ergotrip Design*, n. 2, p. 88-95, 2017.

GUIMARÃES, Marcelo. P. **Aspectos cognitivos no aprendizado do design universal.** 2005. Disponível em: <<http://pages.adaptse.org/1725>>. Acesso em 10 de dez. 2021

HART, Hornell. **What is a Social Problem?** *American Journal of Sociology*, v. 29, 1923.

IDEO. **HCD: Human Centered Design – Kit de Ferramentas.** 2. ed. São Paulo: IDEO, 2011.

IDEO.org. **The Field Guide to Human Centered Design.** 2015. Disponível em <<http://www.designkit.org/resources/1>>. Acesso em: 17 de dez. 2021

KIMBELL, Lucy; JULIER, Joe. **The Social Design Methods Menu – In perpetual beta.** 2012. Disponível em: <[http://www.lucykimbell.com/stuff/Fieldstudio\\_SocialDesignMethodsMenu.pdf](http://www.lucykimbell.com/stuff/Fieldstudio_SocialDesignMethodsMenu.pdf)>. Acesso em: 17 de dez. 2021

LABDIS. **LabDIS - Laboratório de Inovação, Design e Sustentabilidade,** c2014. Disponível em: <<https://lidis.ufrj.br/#>>. Acesso em: 20 de jan. de 2022.



LABTAR. **LabTAR - Laboratório de Tecnologias de Apoio a Redes de Inovação**, c2016. Disponível em: <<https://labtar.ufes.br/II-habitat/>>. Acesso em: 20 de jan. de 2022.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Edgar Blücher, 2001.

MASLOW, Abraham. H. **Uma teoria da motivação humana**. Tradução de Márcio Karsten. 2019. Título original: A Theory of Human Motivation

MANZINI, Ezio. **Design: quando todos fazem design – uma introdução ao design para a inovação social**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.

MARGOLIN, Victor; MARGOLIN, Sylvia. **Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa**. Revista Design em Foco, v. I, n. 1, p. 43–48, 2004.

MELLO, Carolina. I. de.; PICHLER, Rosimeri. F.; MULLER, Caroline.; ROMANO, Fabiane. V.; BATTISTELLA, Luciana. **Projeto Design Social: geração de renda e resgate cultural através do design associado ao artesanato**. Inclusão Social, [S. l.], v. 5, n. 1, 2011.

MÜLLER, Caroline; PICHLER, Rosimeri. F; MELLO, Carolina. L; ROMANO, Fabiane. V;

BATTISTELLA, Luciana. F. **Projeto Vila Jardim: o design social participativo valorizando a cultura local**. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO DO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS**, 8., 2011, Porto Alegre. Anais [...]. Porto Alegre: 2011.

OLIVEIRA, Emilio. A. G.; SILVA, Anna. L. S. V.; LAGE, Luisa. P.; XAVIER, Pedro. H. T. **A utilização da ferramenta BrandKey na construção da plataforma de marca para o Varal – Laboratório de Iniciativas em Design Social**. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA EM DESIGN – P&D DESIGN**, 13., 2018, Joinville. Anais [...]. Joinville: Univille, 2018.

OLIVEIRA, Emilio. A. G.; SILVA, Anna. L. S. V. **Dispositivos de gestão visual aplicados no Varal - Laboratório de Iniciativas em Design Social**, . In: .São Paulo: Blucher, 2019. p. 220-230.

OLIVEIRA, Marcos. V. M.; CURTIS, Maria. C. G. **Por um design mais social: conceitos introdutórios**. Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade, Porto Alegre, v. 10, n. 1, pp.20- 36, 2018

PACHECO, Heliana. S. **O Design e o Aprendizado**. Barraca: quando o Design Social deságua no Desenho Coletivo. Rio de Janeiro: Departamento de Artes PUC-Rio, p.103, 1996.



PAPANÉK, Victor. **Design for the real world: Human Ecology and Social Change**. New York: Pantheon Book, 1971.

PAZMINO, Ana. V. Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. In: **SIMPÓSIO BRASILEIRO DE DESIGN SUSTENTÁVEL**, 1., 2007, Curitiba. Anais[...]. Curitiba: UFPR, 2007.

PEREIRA, Carlos. M.; ENGLER, Rita. de. C.; MARTINS, Daniela. M. **Design, inovação social e sustentabilidade**: o conceito de comunidades criativas em Nova Lima – MG. Janus, Lorena, v. 12, n. 21, p.34-47, out. 2015.

PINA, Suzana. A. S. M.; SILVA, Adriana. S. F.; ANJOS, Ana. A. C.; SARMENTO, Ana. C. L.;

MACHADO, Andrea. M.; SILVEIRA, Carina. S.; MARIN, Mariana. R.; OLIVEIRA, Naiara. G.; FACTUM, Ana. B. S.; SOUZA, Paulo. F. A. **Design social e participativo: um relato de experiência para valorização do Artesanato do Dendê**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA EM DESIGN – P&D DESIGN, 12., 2016, Belo Horizonte. Anais [...]. Belo Horizonte: UEMG, Una, Blucher, 2016.

REDIG, Joaquim. **Design: responsabilidade social no horário do expediente**. In: BRAGA, Marcos da Costa. O papel social do design gráfico: história, conceitos & atuação profissional. São Paulo: Editora Senac, São Paulo. 2011. 185 p.

RIBEIRO, Rita; CERQUEIRA, Clara. S. L.; “Redesenhando a Borrachalioteca: **Design Social**”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 12., 2016, Belo Horizonte. Anais [...] Belo Horizonte: 2016. p.3110.

ROTHER, Edna T.; **Revisão sistemática X revisão narrativa**. *Acta paulista de enfermagem*, v. 20, n. 2, p. 5-6, 2007.

SHEA, Andrew. **Designing for social change: strategies for community-based graphic design**. New York: Princeton Architectural Press, 2012.

STAUDT, Daiana. Projeto Design Social: valorização de produtos artesanais com enfoque no turismo local. In: **Anais do 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design – P&D Design**. São Luis: EDUFMA, 2012.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2009.

VANUCCI, Maria Flávia. *et al.* **Projeto Muda de Ideias**: relatório técnico final. Belo Horizonte: 2017.



WANDERLEY, Marcela L.; ANDRADE, Pollyanna S.; BARROS, Rafaela Q. de.; LINS JÚNIOR, William G.; "Bases Comuns do Design: uma discussão sobre o impacto e papel social do design", *In: Design & Complexidade*. São Paulo: Blucher, 2017. p. 11 -26.

WORLD DESIGN ORGANIZATION. **Word Design Organization: definition of industrial design**, 2015. Disponível em: <<https://wdo.org/about/definition/>>. Acesso em: 19 de jul. de 2021.