

Design, Inovação e um Mundo em Mutação O papel do design e da pesquisa em um mundo em constante transformação

Design, Innovation and a Changing World The Role of Design and Research in a Changing World

Torres, P.

UFCG - Universidade Federal de Campina Grande

Retirado de: <http://convergencias.esart.ipcb.pt>

RESUMO: O mundo contemporâneo é caracterizado por um estado de mutação constante, informações em grande escala, o fim da estabilidade social e do equilíbrio monetário, a instabilidade no quadro geopolítico mundial, os limites do desenvolvimento tecnológico e os novos dilemas mundiais. Este cenário fez emergir novos modelos econômicos, novos sistemas de produção e novas ideias de bem-estar como estratégias para superar os desafios. Organizações locais, pequenas, conectadas, flexíveis, inteligentes e especializadas se multiplicam em todo o mundo e desafiam o status quo. Dentro deste panorama, designers e pesquisadores veem sua atividade evoluir e são levados a repensar seu papel no processo de inovação, atuando como catalisadores de mudanças sociais, em uma mescla de atividades que torna essa atividade cada vez mais complexa. Para isso, novas ferramentas conceituais e metodológicas precisam ser desenvolvidas para auxiliar na concepção de novas ideias, soluções e visões. Os designers devem desenvolver não apenas ideias ou resultados operacionais, mas devem gerenciar e liderar as mudanças sociais, agindo como suporte de conhecimento para transformar a criatividade difusa em soluções para um mundo melhor.

PALAVRAS-CHAVE: Novos paradigmas; Dilemas globais; Inovação social; Co-design.

ABSTRACT: The contemporary world is characterized by a state of constant change, information on a large scale, the end of social stability and monetary equilibrium, instability in the global geopolitical framework, the limits of the technological development and the new global dilemmas. This scenario has made emerge new economic models, new production systems and new welfare ideas as strategy to overcome the challenges. Local, small, connected, flexible, intelligent and specialized organizations are multiplying around the world and they are challenging the status quo. Within this framework, designers and researchers see their activity evolve and are led to rethink their role into the innovation process, acting as catalysts for social change, making your work increasingly complex. Thus, new conceptual and methodological tools need to be developed to support in the conception of new ideas, solutions and visions. Designers have to develop not only ideas or operational results, but they have to manage and lead social change by acting as knowledge supports to transform the fuzzy creativity into solutions for a better world.

KEYWORDS: New paradigms; Global dilemmas; Social Innovation; Co-design.

1. Cenário Contemporâneo: crise atual e novos modelos emergentes

Vivemos atualmente num mundo em estado de mutação constante. Como destaca Francalanci (2006) *apud* Grimaldi (2014, p.155), vivemos um “tempo de alterações genéticas e de perda da identidade corpórea, não é apenas uma época pós-moderna: é também uma época de efeito-futuro, um cenário de ficção vivido no nosso real cotidiano”. Desde o final dos anos 80, muitas transformações têm reconfigurado o cenário socioeconômico e produtivo mundial e impactado a forma como os mercados funcionam em âmbito global. Dentre estes fatores transformadores, três moldaram o mundo contemporâneo de forma definitiva e irreversível.

Primeiramente, a ascensão do fenômeno da globalização, após o fim do comunismo, onde as barreiras físicas e geográficas começaram a ceder e o mundo começou a ser visto como um mercado único e indivisível. Se antes o sistema econômico, produtivo e comercial era baseado exclusivamente na força individualizada e consolidada dos países-nação, a visão globalizada emergente à época obrigou os sistemas locais a se adequarem a uma realidade de competitividade e expansão em nível global. Assim, o comércio, a produção, a comunicação, recursos humanos e financeiros passaram a ser intercambiados não apenas entre cidades ou regiões de um mesmo país, mas entre países de todo o mundo. Como consequência, uma série de obstáculos e oportunidades surgiram em uma velocidade sem precedentes. Empresas que não se adaptaram ou demoraram excessivamente a se adaptar a essa nova realidade faliram, enquanto àquelas que souberam aproveitar esse período de transformação expandiram suas atividades para o mercado internacional. A abertura de mercado entre os países resultou em uma rápida difusão da tecnologia produtiva, massificação e padronização de produtos e mercados, além de expansão da concorrência, que a partir daquele momento passa a ser independente da sua localização geográfica.

O segundo foi o surgimento e expansão da internet, ainda na década de 90, que proporcionou a propagação e acesso à informação, desenvolvimento tecnológico, a produção de conteúdo pelos usuários e o aparecimento de novas formas e possibilidades de interação social. A internet revolucionou o nosso

cotidiano, possibilitando o aparecimento de novas formas de se conversar, interagir, estudar, se divertir, comprar e vender, produzir e consumir. A grande rede transformou o mundo em uma grande aldeia global e conectada, cujas informações e conteúdo são compartilhados em tempo real, potencializando assim o efeito da globalização e modificando as formas como as pessoas enxergam o mundo. A formação de redes e a reunião de pessoas com interesses comuns em forma de comunidades, o surgimento de plataformas para interações de todos os tipos, a disponibilidade e propagação dos serviços (muitos deles gratuitos), a massificação de ferramentas de desenvolvimento, a produção de conteúdo acessível a qualquer pessoa com tecnologia disponível, e o compartilhamento de informações e mídias de fontes diversas caracterizam a internet como elemento plural de transformação do mundo contemporâneo. O surgimento do e-commerce acentua ainda mais os efeitos da globalização e os limites territoriais constituem barreiras cada vez menores à produção e comercialização entre partes distintas do globo. Ambos os fatores provocam ao mesmo tempo um aumento na interação e colaboração entre pessoas e organizações, que é expandido na medida em que a tecnologia evolui. Essa revolução tecnológica representa *"uma grande reviravolta do potencial de criação de riqueza da economia, abrindo um vasto espaço de oportunidades de inovação e proporcionando um novo conjunto de tecnologias genéricas associadas, infraestruturas e os princípios organizacionais que podem aumentar significativamente a eficiência e eficácia dos todos os setores e atividades"* (The Young Foundation, 2012, p. 5).

Em terceiro, a crise financeira de 2008 e o crescimento dos países emergentes. O processo de fortalecimento dos países emergentes começou no início dos anos 2000, mas a crise de 2008 transformou o cenário econômico internacional desde as primeiras evidências da crise imobiliária dos Estados Unidos. Os seus efeitos se espalharam e atingiram fortemente países que não tiveram controle fiscal eficiente (excesso de liberalismo e a falta de controle das regras que norteiam os ativos financeiros), mesmo depois de todos os pacotes de ajuda e medidas de austeridade para salvar bancos e economias nacionais. A crise foi precipitada pela falência do tradicional banco de investimento americano Lehman Brothers e, em efeito dominó, outras grandes instituições financeiras quebraram, no processo também conhecido como 'crise dos subprimes'. O que começou como uma crise do crédito em 2008 se transformou em uma crise global: redução na arrecadação de impostos, estímulo ao consumo e crescimento nos gastos públicos levaram a dívidas de escalonamento e déficits. Aqui reside o cerne da crise: agora se tornou claro que os governos também enfrentam restrições orçamentárias e parece que eles atingiram os seus limites de endividamento. Um dos efeitos da crise foi a 'evaporação do crédito', que resultou numa rápida e profunda queda da produção industrial e do comércio internacional em todo o mundo, refletido no PIB e no nível de empregos dos países desenvolvidos e no elevado endividamento do setor privado. De acordo com The Young Foundation (2012, p. 8), esta crise não é apenas uma grave recessão cíclica, mas é resultado de fraquezas estruturais de longo prazo, ou seja, a perda de dinamismo do velho paradigma de produção em massa, e é improvável que as medidas monetárias e fiscais de curto prazo para estimular a demanda restaurarem o crescimento por si só.

A sociedade atualmente vivencia uma série de alterações, como o aumento da competitividade, explosão de recursos tecnológicos, ceticismo de consumidores mais exigentes e informados, além da ascensão das discussões ambientais e do tema da sustentabilidade, num ambiente instável, com crises financeiras em economias tradicionais e potencializa o consumo e desenvolvimento os mercados emergentes (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2010). Além disso, Grimaldi (2014) destaca algumas tendências que expressam a influência desse cenário mutante sobre a sociedade: o experimentar é mais importante que possuir, incertezas constantes em uma sociedade líquida, adaptação de disciplinas, criação de valor intangível, fusão de produtos e serviços, baixa barreira para a criação de novos negócios, a explosão e influência das redes sociais e a *green economy* ética. Monterrey (2009) apresentam oito megatendências sociais em evidência no cenário mundial contemporâneo: o consumidor ecológico; educação personalizada, vitalícia e universal; o mundo como um grande centro comercial; gestão de bens e governança global; marketing personalizado; novas estruturas demográficas e familiares; saúde tecnológica; e virtualidade cotidiana.

Atualmente as incertezas são multiplicadas, pondo em crise tanto o conceito de futuro como o do próprio capitalismo. A necessidade de atualização constante, a enxurrada de informações (muitas delas temporárias e efêmeras), o fim da estabilidade social e do equilíbrio monetário, a instabilidade no quadro geopolítico mundial, os limites do desenvolvimento tecnológico e os novos dilemas mundiais reforçam o ambiente de incertezas no qual estamos imersos na atualidade. A gestão e o enfrentamento dessas incertezas torna-se um desafio a ser enfrentado por governos e sociedades nos próximos anos.

Todas essas mudanças interferem diretamente no comportamento das pessoas e na forma como elas interagem entre si e com os recursos disponíveis ao seu redor, desde o nível individual até suas organizações em forma de comunidade até a sociedade como um todo. Inglehart (1997, p.22) observa que *"a pós-modernidade valoriza a autonomia e diversidade sobre a autoridade, hierarquia e conformidade"*. Bauman (2001) descreve essa mudança de valores como um movimento a partir de uma 'modernidade sólida', que foi caracterizado por segurança e estabilidade (empregos fixos, as estruturas familiares tradicionais, o Estado social, identidades nacionais fixas) para uma 'modernidade líquida' em que as pessoas abandonam a segurança e abraçam a liberdade, junto com o caos e incerteza que ela implica. Maxmin e Zuboff (2002, p.38) explicam que, *"os novos indivíduos procuram significado, não apenas segurança e conforto material. Eles gostam de suas coisas, mas colocam um valor ainda maior sobre a qualidade da vida que levam, em que os bens desempenham um papel. Eles insistem em auto-expressão, participação e influência, porque eles compartilham a certeza de que a singularidade de suas próprias vidas não pode ser deduzida a partir do caso geral"*. De acordo com os autores, cidadãos anseiam *"por autonomia e autodeterminação psicológica"* e rejeitam a 'influência mediada' das instituições tradicionais. Eles também argumentam que as instituições falharam com as mudanças nas necessidades e desejos das pessoas, em particular com o aumento do individualismo e do desejo de se auto-afirmarem. Essas novas atitudes e crenças não são refletidas nas organizações contemporâneas, e o resultado é um abismo – que os autores nomeiam de 'crise de transição' – entre novos indivíduos e organizações que ainda operam sob a lógica empresarial da era industrial. Esse abismo poderia lançar as bases para uma nova era de criação de riqueza e de uma próxima etapa do capitalismo. Isso ocorre porque as novas necessidades e novos padrões de consumo têm desempenhado historicamente um papel fundamental na mudança da forma e da natureza das organizações - ou seja, as práticas, atitudes e pressupostos em que se baseiam, e o próprio capitalismo - que têm normalmente iniciado em resposta a mudanças na natureza da sociedade na medida em que foram expressas em novas abordagens para o consumo.

Ao longo das últimas décadas, uma multiplicidade de atores sociais, incluindo instituições, empresas, organizações sem fins lucrativos e, acima de tudo, cidadãos de forma individual ou em associações, provaram que eles são capazes de agir fora dos modelos econômicos tradicionais. São grupos de pessoas e comunidades que atuam fora dos padrões de pensamento e comportamento dominantes, que reorganizam a forma como vivem em sua casa e em sua vizinhança. Elas mostram que é possível fazer as coisas de forma diferente e considerar o próprio trabalho, o próprio tempo e o próprio sistema de relações sociais em uma luz diferente, em busca de uma forma de bem-estar que é menos focada no produto e mais pensada em termos de bens comuns (ou seja, suas qualidades sociais e ambientais). Sobre esse aspecto, Grimaldi (2014, p.97) discorre que vivemos em uma dimensão em que promover o acesso a bens e serviços é mais relevante que possuí-los, onde a vivência de experiências, relacionamentos, emoções, cultura e entretenimento é mais importante do que possuir coisas.

Projetar para o perfil deste novo usuário significa conceber e desenvolver soluções considerando e avaliando as capacidades das pessoas em termos de sensibilidade, competência e empreendedorismo, e projetando sistemas que lhes permitam realizar o seu potencial, usando suas próprias habilidades e capacidades (Manzini, 2007, p.7). Essas soluções são concebidas e implementadas principalmente pelos atores envolvidos, que usam as suas capacidades pessoais, o seu conhecimento direto dos problemas a serem resolvidos e tecnologias existentes, muitas vezes de maneiras imprevistas. Elas podem ser entendidas como experimentos sociais de futuros possíveis, laboratórios multilocalizados e difusos, onde diferentes movimentos rumo a uma nova sociedade são ensaiados. Manzini (2008, p. 61) ainda acrescenta que *"como ocorre em qualquer laboratório, ninguém pode dizer qual experimento terá realmente sucesso, mas é possível aprender algo por meio de cada uma dessas tentativas, se formos capazes de reconhecer seu valor"*.

Esse cenário de mutação constante (que deve permanecer no futuro) fez emergir novos modelos econômicos, novos sistemas de produção e novas ideias de bem-estar como estratégias para superar as barreiras formadas contemporaneamente. Alguns exemplos dessas novas soluções, segundo Manzini (2008, p. 63): modos de vida em comum nos quais espaços e serviços são compartilhados (como o *co-housing*); atividades de produção baseadas nas habilidades e recursos de uma localidade específica, mas que se articulam com as mais amplas redes globais (como acontece com alguns produtos típicos locais); uma variedade de iniciativas relativas à alimentação natural e saudável (desde o movimento internacional da *Slow Food* até a difusão, em muitas cidades, de uma nova geração de *farmers markets*, ou seja, *"mercados de produtores"*); serviços auto-organizados, como microberçários ou microcreches (espaços de recreação e cuidados infantis que funcionam por iniciativa dos próprios pais) e lares compartilhados (onde jovens e idosos moram juntos, ajudando-se mutuamente): novas formas de socialização e intercâmbio (tais como o *Local Exchange Trading System* e os *time banks*); sistemas de transporte alternativos (do car sharing e do carpooling à redescoberta da bicicleta); redes que unem de modo direto e ético produtores e consumidores (como as atividades do comércio justo).

Um ponto fundamental da mudança é que estamos nos afastando de um velho paradigma técnico-econômico baseado na produção em massa, onde o conceito dominante de bem-estar está atrelado a artefatos que poderiam trabalhar para as pessoas, facilitando as ações cotidianas através da minimização de interferência pessoal, ou seja, do menor esforço físico, atenção, tempo e menor necessidade de capacidade e habilidade (Manzini, 2007; Perez, 2010), para nos aproximarmos de um novo paradigma baseado em informação, comunicação, colaboração e interação. Segundo Manzini (2010, p. 8), este cenário emergente está na interseção das três principais correntes de inovação atuais: a revolução verde - e os sistemas compatíveis com o ambiente que disponibiliza; a disseminação de redes - e as organizações distribuídas, abertas e organizadas por pares; e a difusão da criatividade - e as respostas originais para os problemas diários que uma variedade de atores sociais estão concebendo e implementando. O momento de transição que vivemos deve ser tratado como um processo de social de grande alcance em que as formas mais diversificadas de recursos, conhecimento e organização devem ser valorizadas de maneira aberta e flexível. Um

papel importante nesse cenário será desempenhado por uma série de iniciativas locais que, por várias razões, serão cada vez mais capazes de romper os padrões consolidados e ser vistos como sinais promissores do novo comportamento e de novas maneiras de pensar (Manzini, 2008, p. 61).

2. A redescoberta da dimensão local em um mundo conectado

Ao contrário do que se pensava no passado, os fenômenos comuns da globalização e networking nos trouxeram de volta para a dimensão local, combinando as características específicas de lugares e suas comunidades com os novos fenômenos gerados e apoiados em todo o mundo pela globalização e pela interligação cultural e socioeconômica (Manzini, 2007, p.3). Aparece assim uma nova relação entre o local e o global em que novos sistemas locais e conectados de produção e consumo estão surgindo.

“Iniciativas realizadas por uma variedade de pessoas, associações, empresas e governos locais estão se movendo em direção a ideias semelhantes de bem-estar e de produção baseadas em um senso de comunidade e compartilhamento de mercadorias e um sistema de produção composto de redes de atores de colaboração que é baseado em uma nova relação entre o local e o global. Em sua diversidade, eles apresentam uma característica comum fundamental: todos se referem a lugares, ou seja, a recursos e comunidades locais”. (Manzini, 2010, p. 9).

Neste sentido, o conceito de ‘local’ se torna mais complicado do que parece, pois não é um estado inerte ou padrão. A organização de pessoas em comunidades locais e sua conexão com o mundo permite o desenvolvimento de atividades culturais, formas de organização e modelos econômicos completamente novos. Manzini (2007) se refere a estas iniciativas como localização cosmopolita, ou seja, o resultado do equilíbrio entre ser enraizado (em um lugar e na comunidade relacionada a esse lugar) e ser aberto (aos fluxos globais de ideias, informações, pessoas, artefatos e dinheiro). Assim, as comunidades locais já não são entidades isoladas, mas são pontos de conexão em redes curtas, que geram e regeneram o tecido social e de produção local; e em redes longas, que ligam aquele lugar específico ou determinada comunidade com o resto do mundo.

Três tendências emergentes destacadas por Perez (2010) são relevantes nesse contexto: o desenvolvimento de redes como estrutura organizacional chave do novo paradigma; hipersegmentações de mercados, o que é muitas vezes chamado de ‘customização em massa’; e a hipersegmentação de unidades de produção e o surgimento de pequenas empresas de conhecimento intensivo (*Small Knowledge-Intensive Enterprises* - SKIEs). Estas tendências estão interligadas e se reforçam mutuamente. Por exemplo, a internet permitiu a hipersegmentação dos mercados, o que por sua vez, tornou possível e rentável para pequenas organizações locais atenderem a novos nichos de mercado em âmbito global.

Com um grau muito maior de conectividade, quando o pequeno constitui “um nó dentro de várias redes e o local pode ser aberto a fluxos globais de pessoas e informações, o pequeno não é mais pequeno e o local já não é local, pelo menos não em termos tradicionais” (Manzini, 2010, p.11). De fato, um sistema altamente interligado por pequenos não é pequeno, mas é (ou pode ser) um nó na rede (o número de ligações com outros elementos do sistema). Da mesma forma, e pelas mesmas razões, o local não é uma limitação geográfica, mas é (ou pode ser) uma base local, uma comunidade cosmopolita. “O global aparece como uma rede de sistemas locais, que é ao mesmo tempo local e cosmopolita, com base no que seriam comunidades e lugares fortes em sua própria identidade, incorporados em um lugar físico, mas aberto (ou seja, conectado) a outros lugares/comunidades” (Manzini, 2007, p.5).

Esta visão é corroborada por Appadurai (2010, p.13), que sugere que estamos entrando em um novo mundo de organizações celulares, que contrastam com um mundo anterior de organizações hierárquicas (ou como o autor define, “vertebradas”), o melhor exemplo do que é o sistema de Estados-nação. A celularidade, que é caracterizada por perda de coordenação, reprodução descentralizada, comunicação assimétrica e colaboração oportunista, se baseia em redes globais de informação, um alto grau de porosidade política e material e processos de fluxo diversos e acelerados. Estes sistemas celulares, locais, pequenos e conectados em rede, exigem uma ampla participação criativa por parte das pessoas diretamente envolvidas. O que une esses fenômenos diversos é que conhecimento, dinheiro e poder de decisão podem circular em redes globais, onde a maioria desses recursos permanece nas mãos de quem os produz.

As redes permitem operar em escala local e pequena de forma eficaz e sua organização em sistemas flexíveis indica uma possibilidade de operar no complexo e rápido ambiente de mutação gerado pela transição rumo a uma nova sociedade. Ou seja, a organização de uma sociedade em rede nos possibilita delinear a forma como as pessoas participam de projetos colaborativos. Essas redes colaborativas são caracterizadas por motivações e formas de fazer capazes de catalisar um grande número de pessoas interessadas, organizá-las em pares e construir uma visão e uma direção comum (Manzini, 2007, p.5). Desta forma, redescobre-se a capacidade de adaptação local, utilizando da melhor forma tudo que está localmente disponível e intercambiando dentro da rede o que não pode ser produzido localmente.

A redescoberta do conceito de mercadoria, das comunidades e das capacidades individuais e sociais são qualidades tradicionais que podem ser vistas e reinterpretadas no contexto atual. Para serem apreciadas, todas elas exigem uma escala humana, ou seja, exigem a formação de pequenos sistemas gerenciáveis e compreensíveis. Ao mesmo tempo, dado o atual nível de conectividade, estes pequenos sistemas podem (e têm que) ser interativos com fluxos mais amplos de pessoas e ideias que caracterizam a sociedade global contemporânea. Nesse sentido, o conceito de pequeno é repensado dentro de uma questão de escala e de uma forma não linear.

De acordo com The Young Foundation (2012, p.10), a consciência da diferenciação das necessidades levou a movimentos em favor da personalização e da criação, que por sua vez colocou pressão sobre modelos de entrega de serviços públicos tradicionais e, juntamente com as pressões de custo, incentivou o crescimento de organizações pequenas, flexíveis, inteligentes e especializadas. Além disso, os autores argumentam que o recente ressurgimento do movimento cooperativo é mais um exemplo do movimento de afastamento de grandes organizações centralizadas em favor de formas descentralizadas de produção e redes distribuídas.

Esses recursos emergentes geram uma visão de como a sociedade poderia ser e são suportados pelos principais motores de mudança, ou seja, as complexas relações entre globalização e localização, o potencial da internet e a difusão de novas formas de organização. Considerando este quadro de transformações contemporâneas, o desenvolvimento de soluções adequadas necessariamente tem que levar em consideração as noções de localidade e comunidade a que este local se refere (Manzini, 2010, p.10).

3. Novos dilemas globais

Ao mesmo tempo em que os avanços tecnológicos e o acesso em massa a esses recursos fazem dos tempos atuais os mais avançados de toda história, a humanidade ainda enfrenta uma série de desafios globais, como o acesso de grande parte da população mundial a produtos e serviços básicos e elementares. Esse cenário composto por fortes contrastes é típico de um momento de transformação na natureza da economia em âmbito global: a transição de um paradigma tecno-econômico baseado na produção em massa, no consumo e na materialidade para um que é baseado em comunicação, compartilhamento e acesso.

Há uma série de desafios sociais e ambientais que surgiram como resultado do paradigma da produção em massa, os quais as estruturas políticas vigentes e instituições existentes não conseguiram resolver. As políticas mais eficazes para problemas como as alterações climáticas, a poluição, a justiça penal e a pobreza, são preventivas, e não curativas, e têm sido notoriamente difíceis de implantar, apesar de seus benefícios econômicos e sociais aparentes.

Segundo The Young Foundation (2012, p.4), questões como o desemprego, a marginalização, a pobreza infantil, as crescentes desigualdades, vícios, falta de moradia, criminalidade e os baixos níveis de escolaridade entre os grupos vulneráveis, continuam sendo desafios para os governos e comunidades em todo o mundo. Novos desafios também surgiram ao longo das últimas décadas: migração e comunidades hiperdiversas têm exercido pressão sobre a coesão das comunidades e colocado demandas adicionais para os serviços locais já pressionados; um rápido envelhecimento da população tem demandas sobre os serviços de saúde e de cuidados, bem como os orçamentos públicos e pessoais encarecem drasticamente; alterações climáticas e escassez de recursos representam desafios significativos para os governos e os cidadãos a nível mundial; e os novos estilos de vida, que trouxeram com eles problemas de obesidade e doenças crônicas, como a diabetes. As doenças crônicas e mudanças demográficas são itens particularmente preocupantes.

Estas crescentes pressões sociais, ambientais e demográficas estão desafiando as próprias bases do Estado de bem-estar moderno. Nos últimos anos, as economias desenvolvidas (EUA e Europa) sofreram a pior crise financeira e econômica em décadas, com níveis recordes de desemprego e da dívida pública, além de baixos níveis de crescimento entre os vários países e contrações graves em outros. Estes desafios sociais, ambientais e demográficos estão colocando um peso cada vez maior na despesa pública, num momento em que os orçamentos públicos já estão espremidos. Há também uma consciência crescente de que as instituições e estruturas como estão atualmente constituídas são incapazes de lidar com a complexidade e amplitude destes desafios. Este é o pano de fundo para maiores níveis de inovação, de modo a pensar em como nós respondemos a estas questões sociais emergentes. Trata-se de uma oportunidade significativa para a inovação social.

Murray (2009) chega a hipotizar que, em trajetórias atuais, os maiores setores, tanto em termos de valor e de emprego, das economias ocidentais em 2020 não serão carros, navios, aço, fabricação de computador ou de finanças pessoais, mas sim de saúde, educação e assistência. Da mesma forma, os desafios colocados pelas alterações climáticas exigirão mudanças profundas, não só em termos de novas tecnologias, mas também em termos de comportamento individual, como cortes no uso de energia, conservação do que é usado através da reciclagem e reuso, e sempre que possível evitar a produção, em vez de expandi-la. E isso requer inovação em grande escala, visto que cada parte da economia - desde a concepção e produção até distribuição e consumo - terá de ser transformada. A inovação social é necessária para enfrentar estes desafios e para ajudar a modernizar as instituições encarregadas de enfrentá-los (The Young Foundation, 2012, p.14).

4. O papel de designers e pesquisadores dentro do novo cenário

Designers e pesquisadores de design podem alimentar a interação entre a inovação social e a inovação tecnológica, com visões e propostas. Esta interseção entre inovação social, reconhecidas aqui nas formas de comunidades criativas e redes de colaboração, e inovação tecnológica e institucional, que são os agentes cujas decisões podem alavancar as possibilidades de sucesso das propostas promissoras, requer o desenvolvimento de certas capacidades de design: a comunicação e habilidades estratégicas necessárias para reconhecer, reforçar e transmitir adequadamente as ideias e soluções geradas a nível social, e para transformá-las em propostas originais e com potencial de sucesso. Designers e pesquisadores também podem (e devem) colaborar com inovadores sociais difusos, ajudando-os a conceber e gerir as suas iniciativas e com os tecnólogos, empresários e políticos, no desenvolvimento de produtos, serviços e infraestruturas para tornar as iniciativas mais promissoras acessíveis e replicáveis, abrindo assim novos mercados e oportunidades econômicas.

Manzini (2007, p.5) propõe que designers e pesquisadores deverão contribuir para este processo de inovação de longo alcance, organizando as suas capacidades em quatro atividades:

- Proporcionar orientação e visibilidade a casos promissores - destacar os aspectos mais interessantes e destacados;
- Construir cenários futuros potenciais - demonstrar o que poderia acontecer se estes casos fossem difundidos e consolidados, transformando as formas tradicionais de fazer;
- Desenvolver sistemas de habilitação - conceber soluções específicas para aumentar a eficiência e acessibilidade dos casos promissores;
- Promover contextos criativos - colaborar no desenvolvimento de novas ferramentas de gestão da criatividade.

Assim, uma mudança de percepção sobre o papel do designer está ocorrendo, ampliando seu campo de visão e atuação para além do universo da criação de produtos: começam a serem vistos como inovadores potenciais, tanto em produtos quanto em serviços, como estrategistas e até catalisadores de mudanças culturais (Kimbrell, 2009, p.1), em uma mescla de atividades que torna essa atividade cada vez mais complexa. Para isso, novas ferramentas conceituais e metodológicas precisam ser desenvolvidas para auxiliar na concepção de novas ideias, soluções e visões, e um esforço deve ser feito para desempenhar um papel positivo no discurso social. Como lidar com este tipo de iniciativa, como apoiá-la e como promover a possibilidade de serem replicadas sem perder as qualidades sociais muito delicadas em que se baseiam é uma questão em aberto e muito desafiadora, que deve ser pesquisada e desenvolvida (Manzini, 2007, p.1). Em termos gerais, a pesquisa em design deve tornar possível para os designers operar como atores inteligentes em redes complexas de projeto, ou seja, operar de forma positiva nas redes entrelaçadas emergentes de pessoas individualmente, empresas, organizações sem fins lucrativos, instituições locais e globais que estão usando a sua criatividade e empreendedorismo para tomar algumas medidas concretas no sentido de uma sociedade mais sustentável (ibidem, p.8).

De acordo com Appadurai (2010, p.15):

“No que diz respeito à inovação social e às novas redes de design emergentes, a comunidade profissional de design tem um papel importante a desempenhar. Designers e pesquisadores devem usar seu conhecimento profissional para capacitar processos de co-design, isto é, para desencadear novas ideias, orientar as iniciativas resultantes e conceber uma nova geração de soluções habilitantes (ou seja, serviços, produtos, e comunicações especificamente concebidas para apoiá-los)”.

Esta perspectiva implica uma profunda transformação do papel do usuário e uma mudança paralela semelhante acontece com o papel do designer. Na verdade, se vivemos em uma sociedade onde ‘todo mundo desenha’, os designers devem aceitar que eles não podem mais aspirar a um monopólio no design e, ao mesmo tempo, eles têm que ser capazes de reconhecer o que poderia ser o seu novo papel no processo de projeto. Neste novo ambiente de criatividade difusa, os designers têm de aprender de forma ativa e positiva a participar dos processos sociais onde novas ideias promissoras estão surgindo. Ou seja, eles devem participar de forma ativa e positiva nos processos de inovação social, desenvolvendo o conhecimento e as ferramentas que são necessárias para colaborar com uma variedade cada vez maior de interlocutores. Mais precisamente, serem os especialistas em um mundo de designers amadores, promovendo a convergência de diferentes atores em direção a ideias compartilhadas e suas possíveis soluções.

5. Conclusões

O tempo é o ativo imaterial capaz de provocar mudanças, nas pessoas como indivíduos, sociedades ou profissionais que exercem alguma atividade. E quando as pessoas mudam, o mundo também se modifica. O cenário atual é caracterizado por extrema incerteza, mutação constante, senso de localidade, velocidade, interatividade, criatividade e conhecimento. Ao mesmo tempo, se caracteriza também pela valorização da dimensão local, do pequeno conectado em rede, do flexível, inteligente e especializado. E isto constitui um desafio claro para o desenvolvimento da inovação e para os inovadores, dentre os quais designers e pesquisadores de design podem ser inseridos. A inovação tecnológica tem papel fundamental no desenvolvimento da humanidade, e sobretudo nos últimos anos, graças à internet e às redes sociais, tem exercido tarefas de inclusão e disseminação de informações entre as pessoas. Porém, os desafios sociais são uma fonte igualmente importante de inovações e isso é confirmado por pesquisas recentes que exploram a ‘nova natureza da inovação’.

Esse novo paradigma da inovação tem como objetivo responder positivamente aos principais dilemas globais enfrentados pelas sociedades no mundo contemporâneo. E isto modifica também o sentido da inovação, tradicionalmente conhecida como algo novo que é levado ao mercado, uma definição ainda atrelada à inovação como consumo. Assim, a inovação social é desenvolvida através de um processo estruturado, onde as pessoas que serão beneficiadas não só representam o centro do processo, como também são inseridas nele como *experts* da sua própria experiência. No fim, este processo tem como principal objetivo ser implementado e gerar impacto positivo para essas pessoas.

Designers e pesquisadores têm papel fundamental, como inovadores que naturalmente são, dentro dessa nova realidade. A figura do designer genial que trabalha sozinho e tem ideias em seu estúdio, sem contato com o mundo externo, ou do designer que só trabalha dentro de uma equipe de design, está em extinção. Isso significa também uma mudança na própria atividade do designer, que deve considerar não apenas profissionais de outras competências, em um processo de exigência cada vez mais multidisciplinar, mas também considera as pessoas como seres criativos, capazes de gerar soluções para seus próprios problemas. E esta é outra importante mudança que este novo paradigma traz consigo: os designers devem desenvolver não apenas ideias ou resultados

operacionais, mas devem gerenciar e liderar as mudanças sociais, agindo como suporte de conhecimento para transformar a criatividade difusa em soluções para um mundo melhor.

Os temas aqui discutidos necessitam de diferentes tipos de pesquisa para serem desenvolvidos; nem todos eles têm de ser desenvolvidos por designers, mas muitos deles exigem algum conhecimento específico, como construção de cenários para articular diferentes visões, estratégias para implementar esses cenários através de aplicações específicas, ferramentas para facilitar a colaboração em redes e, em geral, apoiar os processos de desenvolvimento social.

Referências Bibliográficas

- APPADURAI, A. Responses to Ezio Manzini. In: DEBENEDITTIS, L.; ROBB, M. H.; SIEGEL, A.; LAWSON, C. (org.), *The Journal of Design Strategies*, 4(1), 2010. pp. 12-21.
- BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BURNS, C., COTTAM, H., VANSTONE, C., & WINHALL, J. *RED PAPER 02: Transformation Design*. London: Design Council, 2006.
- GRIMALDI, P. *Blur design: il branding invisibile (1ª ed.)*. Bologna: Fausto Lupetti Editore, 2014.
- INGLEHART, R. *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change*. Nova Jersey: Princeton University Press, 1997.
- KIMBELL, L. The turn to service design. In: Julier, G. and Moor, L. (editors). *Design and Creativity: Policy, Management and Practice*. Oxford: Berg, 2009. pp. 157-173.
- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- MANZINI, E. Design research for sustainable social innovation. In: MICHEL, R. (Org.), *Design Research Now: Essays and Selected Projects*. Basel: Birkhäuser Basel, 2007. pp. 233–245.
- MANZINI, E. Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. (Cadernos do Grupo de Altos Estudos; vol. I). Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- MANZINI, E. Small, Local, Open and Connected: Design for Social Innovation and Sustainability. In: DEBENEDITTIS, L.; ROBB, M. H.; SIEGEL, A.; LAWSON, C. (org.), *The Journal of Design Strategies*, 4(1), 2010. pp. 8-11.
- MAXMIN, J.; ZUBOFF, S. (2002). *The Support Economy: why corporations are failing individuals and the next episode of capitalism*. London: Penguin Press.
- MONTERREY, G. D. T. *Las megatendencias sociales actuales y su impacto en la identificación de oportunidades estratégicas de negocios. (1ª ed.)*. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2009.
- MURRAY, R. *Danger and Opportunity: Crisis and the New Social Economy*. Londres: NESTA, 2009.
- PEREZ, C. The financial crisis and the future of innovation: a view of technical change with the aid of history. *Working Papers in Technology Governance and Economic Dynamics*, n. 28, Tallinn University of Technology, Estonia/The Other Canon Foundation, Norway, 2010.
- THE YOUNG FOUNDATION. *Social Innovation: context and responses*. Bruxelas: Comissão Europeia, 2012.

Reference According to APA Style, 5th edition:

Torres, P. ; (2015) Design, Inovação e um Mundo em Mutação O papel do design e da pesquisa em um mundo em constante transformação. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes* , VOL VIII (15) Retrieved from journal URL: <http://convergencias.ipcb.pt>