

Do desenho industrial ao design social: políticas públicas para a diversidade cultural como objeto de design

From the industrial design to the social design: public policies for cultural diversity as an object of design

Márcia Bergmann, PUC-Rio
marciabergmann@gmail.com

Cláudio Magalhães, PUC-Rio
claudio-design@puc-rio.br

Resumo

Explorar relações dialógicas entre design - no âmbito de inovações sociais e políticas públicas – e diversidade cultural é o objetivo deste artigo. O estudo é sustentado por revisão bibliográfica no campo do Design, bem como no campo dos Estudos Culturais. Está estruturado em três partes: pluralidade de abordagens do design e inclusão de políticas públicas na sua zona de interesse; panorama da diversidade cultural, seu caráter ainda aspiracional e interfaces com subáreas do design; comparação entre políticas públicas de design e design para políticas públicas. O estudo oferece *insights* sobre o perfil incipiente das relações entre os conceitos-chave. Mas, aponta para aspectos positivos ao se estabelecer uma conexão efetiva entre eles em prol da diversidade e evidencia que a inclusão do design no pensamento estratégico do sistema que apoia a cultura demanda orientação para governança flexível, para processos criativos compartilhados e para práticas cidadãs comprometidas com o “espírito do comum”.

Palavras-chave: Design social, Diversidade cultural, Políticas públicas.

Abstract

Exploring dialogical relations between design - within the scope of social innovations and public policies - and cultural diversity is the purpose of this article. The study is supported by a literature review in the field of Design, as well as in the field of Cultural Studies. It is structured in three parts: plurality of design approaches and inclusion of public policies in its area of interest; a panorama of cultural diversity, its still aspirational character and interfaces with design sub-areas; comparison between public policies of design and design for public policies. The study provides insights into the incipient profile of relationships between key concepts. But it suggests positive aspects in establishing an effective connection between them for diversity, and highlights that the inclusion of design in the strategic thinking of the system that supports culture demands guidance For flexible governance, for shared creative processes, and for citizen practices committed to the "commons".

Keywords: Social design, Cultural diversity, Public policies.

1. Introdução

Design e cultura possuem uma relação de interdependência. Designers percebem, interpretam e tangibilizam princípios culturais, assim como estes necessitam de objetos, serviços, processos e experiências para se tornarem práticas sociais. Logo, não deveria ser incomum pensar que o design pode exercer um papel importante nas transformações da sociedade no que se refere à elaboração de políticas públicas, inclusive aquelas associadas à cultura. No entanto, por um lado, são poucos os doutores em políticas públicas de design (Patrocínio, 2013). Por outro, questões culturais, principalmente aquelas associadas à diversidade cultural - minorias, novo cenário midiático, práticas de cidadania colaborativa, patrimônio e economia criativa - suscitam interfaces com subáreas do design, mas ainda recebem limitada atenção. Por isso, este estudo pretende explorar relações dialógicas entre design - no âmbito das inovações sociais e das políticas públicas - e cultura, com foco no aspecto da diversidade. Uma vez que a sociedade enfrenta complexos desafios em grande escala, entende-se que há potencial para estabelecer a tríade “design social – políticas públicas – diversidade cultural”. Para tal, a pesquisa é sustentada por revisão bibliográfica no campo do Design, especialmente da inovação social, bem como no campo dos Estudos Culturais, com ênfase em políticas para a diversidade.

O artigo está estruturado em três partes. A primeira delas introduz a pluralidade de abordagens do design, com ênfase no design social, a compatibilização de competências e a inclusão de políticas públicas na sua zona de interesse. A segunda apresenta um panorama da diversidade cultural e seu caráter ainda aspiracional, sugerindo interfaces com subáreas do design. E a terceira aborda a diferença entre políticas públicas de design e design para políticas públicas, com exemplos de pontos de contato de ambos com a diversidade cultural. Vale destacar que o estudo envolve quatro conceitos fundamentais - design social, políticas públicas de design, design para políticas públicas e diversidade cultural – definidos a seguir:

- apesar de existirem diversas interpretações de design social (Chen et al. 2016), foi adotada a noção de que ele tem seu foco orientado para projetos que visam melhorar as condições de vida das pessoas de forma responsável, pautados não por resultados econômicos, mas pela busca de transformações de fatores sociais críticos (Manzini, 2008; Armstrong et al., 2014; Cipolla e Bartholo, 2014);
- políticas públicas de design são consideradas princípios estabelecidos pelo governo para fazer uso do design como ferramenta estratégica de desenvolvimento social, econômico, industrial e regional (Patrocínio, 2013);
- design para políticas públicas se refere a metodologias de design aplicadas em três diferentes níveis: (1) como atividade especializada e eventual para apoio na tomada de decisões; (2) como uma competência incorporada aos processos operacionais, envolvendo também não-designers; (3) como método para projetar política no nível mais estratégico (Design Council, 2013);
- finalmente, diversidade cultural se relaciona à originalidade e à pluralidade de identidades de grupos e sociedades, considerando que a cultura assume diversas formas no tempo e no espaço e é tão necessária para a humanidade quanto à biodiversidade é imprescindível para a natureza (Unesco, 2002).

2. A pluralidade do design e o design social

O design - como uma prática social - pressupõe considerar e avaliar as situações nas quais ele acontece (Margolin, 2014) e as mudanças observadas no século XX e no início do século XXI influenciaram a abrangência, os métodos e os objetivos deste campo do conhecimento (Jussani e Krakauer, 2010). O design social surgiu a partir da confluência de vários fatores, incluindo o aumento da visibilidade do design estratégico, da inovação social e empreendedorismo, das mudanças para uma governança aberta ou em rede na elaboração de políticas públicas; do desenvolvimento e uso de tecnologias digitais e móveis; do crescimento do ativismo em face dos desafios globais, como as alterações climáticas e as desigualdades econômicas (Cipolla e Bartholo, 2014). Mas para compreender o “social” como objeto de design é preciso verificar que, ao longo do tempo, houve uma expansão do campo de atuação do design na busca por uma compatibilização com a conjuntura econômica e social. Deste modo, o design pode ser percebido na contemporaneidade a partir de três perspectivas.

A primeira delas está associada ao contexto da oferta das empresas, no qual o design se dedica a projetar produtos, serviços, ambientes e marcas que geram vantagem competitiva; cria valor através da estética, da diferenciação e da inovação (Cooper et al. 2011). Esta perspectiva é a que representa a forma mais convencional de se identificar o valor do design para a sociedade, embora não seja uma unanimidade, se forem consideradas questões associadas a consumo exacerbado e a questões de preservação do meio ambiente. Adicionada à primeira perspectiva, em um ambiente de amadurecimento da consciência corporativa quanto ao design, chega-se à segunda. Esta reside nas estruturas organizacionais. Ela envolve a administração de processos, gerenciamento de projetos, de pessoas e de recursos, promovendo o papel do design no atingimento de propósitos estratégicos das empresas (Cooper et al., 2011). O pensamento do design em um sentido amplo e metodologias como o *design thinking* colaboram para a expansão do design no âmbito das organizações, indo além de suas contribuições para o que é tangível. Mas com um foco ainda mais ampliado, a terceira perspectiva oferece uma visão mais recente para o campo do design. Valores não relacionados às necessidades materiais, mas progressivamente reconhecidos como igualmente essenciais, tornam-se importantes enquanto objeto de design, como qualidade de vida, equilíbrio entre trabalho e lazer, saúde, liberdade, autoexpressão, autorrealização, tolerância, diversidade, solidariedade e pertencimento (Zurlo, 2010).

A última perspectiva se aplica ao campo da inovação social, assemelhando-se à tecnologia social e à economia solidária de Nogueira e Correia (2016). A inovação social leva em consideração uma visão abrangente de desenvolvimento, cujos objetivos não são pautados apenas por resultados econômicos; pelo contrário, ela é orientada pela busca: da justiça, da equidade, da solidariedade, da inclusão de grupos marginalizados, da expressão de individualidades, entre outros fatores sociais críticos (Manzini, 2008). Neste panorama, o campo de atuação do design se expande, extrapolando necessidades e desejos individuais, impulsionando mudanças em termos de saúde, ecologia, segurança, igualdade de direitos e bem estar para populações de baixa renda (Hekkert e Van Dijk, 2015). Este design - o “social” - surgiu no início dos anos 2000, como uma abordagem participativa para pesquisar, gerar e realizar novas maneiras de transformar a sociedade, com propósitos de bem-estar coletivo, em vez de objetivos predominantemente comerciais, atuando em diversas áreas, incluindo a governamental e os serviços públicos, na medida em que fica explícita a necessidade de uma intervenção (Cipolla e Bartholo, 2014). E

assim, o design se transforma. Ele enfatiza três novos propósitos: (1) influenciar outros tipos de comportamentos, não somente associados a bens de consumo; (2) transformar problemas em oportunidades, não necessariamente para fazer transações comerciais; (3) integrar redes colaborativas aos processos criativos, estabelecendo novas relações entre os atores (Celaschi, 2010; Press, 2011).

O design social ganhou impulso nos últimos anos, expandiu o escopo do design e redefiniu limites para o campo, levantando questões sobre a natureza do "social" como um objeto de design (Chen et al. 2016). Tão diferentes objetos – produtos, processos, serviços, experiências e questões de natureza social - não são excludentes, ao contrário, coexistem. Ainda não se conhece as fronteiras do que pode ser projetado pelo design, portanto, faz mais sentido no mundo contemporâneo concebê-lo o mais amplamente possível (Margolin, 2014). Nesse sentido, é evidente que a crescente comunidade em torno do design social demonstra aspirações louváveis, associadas ao desejo de abordar uma lista cada vez maior de desafios sociais, no entanto, essa área do design ainda incipiente necessita de refinamento através da colaboração e diálogo entre todos os envolvidos (Janzer e Weinstein, 2014). Inclusive no que se refere à elaboração de políticas públicas, uma vez que o design social explora abordagens para a mudança de comportamentos e transformações nas práticas sociais, portanto é um conjunto de conceitos e atividades que existem em muitos campos de aplicação, até mesmo no âmbito das ações governamentais (Armstrong et al., 2014). E, por que não, integrando questões associadas à cultura e à diversidade?

3. Panorama da diversidade cultural e interfaces com o design

O conceito de diversidade cultural também se transformou. Ha quase três décadas, a diversidade cultural foi introduzida nas políticas públicas através de iniciativas globais e locais da *United Nations Organization for Education, Science and Culture* – Unesco. No entanto, pode-se supor que não existe país que tenha conseguido alcançar o progresso necessário para que os objetivos ambiciosos de suas campanhas tenham sido atingidos (Yúdice, 2016). Avanços podem ser identificados, mas ainda estão distantes de serem abrangentes e efetivos. Isso porque as políticas públicas para a diversidade são sustentadas pela premissa de que o reconhecimento do valor cultural de diversos grupos serve como plataforma para a reivindicação de direitos. Esta premissa sofre o impacto de múltiplas forças – econômicas, políticas, tecnológicas, religiosas, entre outras – que não necessariamente compartilham a importância outorgada à diversidade cultural (Yúdice, 2016).

Deste modo, são apontados cinco aspectos relevantes para a diversidade cultural na contemporaneidade. O primeiro aborda a cultura das minorias e o modo como ela é impactada por grupos hegemônicos. O segundo alude ao modo como novas tecnologias e os meios de comunicação - principalmente as plataformas sociais digitais e os serviços de distribuição de entretenimento (*streaming*) - estão transformando a paisagem midiática. O terceiro abrange práticas cidadãs, que extrapolam as relações entre público e privado e que existem de maneira independente de governos e mercados. O quarto trata da questão do patrimônio cultural e o que se considera digno de ser um bem público. Por fim, o quinto aspecto introduz a economia criativa como espaço para o desenvolvimento e o respeito a especificidades culturais.

Começando com a cultura das minorias, entende-se que apesar das peculiaridades regionais e nacionais quanto a circunstâncias sociais, políticas, históricas e geográficas, de modo uníssono grupos minoritários – como nativos de diferentes países, inclusive do Brasil, por exemplo - se mostram insatisfeitos com as políticas públicas de defesa do multiculturalismo e da cidadania diferenciada (Guzmán, 2016). Políticas de inclusão adotadas pelos governos não contemplam situações críticas, tais como: discriminação cultural, étnica e racial; marginalização social e econômica; ausência de representação política; vulnerabilidade econômica e jurídica; restrição no reconhecimento formal e informal de línguas ancestrais; falta de apreciação pelas tradições culturais e educacionais; insuficiência de ações afirmativas; carência de garantia dos direitos das minorias nos projetos de saúde, educação, produção (Guzmán, 2016).

Sobre a transformação da paisagem midiática, destaca-se que o modo de produção ligado à cultura alterou a dinâmica de obtenção de lucratividade e se observa uma tensão entre três protagonistas: (1) as grandes plataformas da internet, sua influência transnacional e os parâmetros de propriedade que regem o mercado; (2) os usuários e sua crescente vontade de expressão nas plataformas sociais digitais; (3) os governos latino-americanos e a sua ineficiência para lidar com estas circunstâncias (Yúdice, 2016). Neste contexto, são apontados diversos desafios quanto ao atual *modus operandi* das indústrias criativas da internet. Entre eles: a desigualdade de acesso, embora cresçam aceleradamente as iniciativas para enfrentá-la; a emergência e a velocidade que configuram as demandas dos usuários; a complexidade da interconexão entre pessoas, objetos e processos exemplificada pelo termo “internet das coisas¹”; o novo perfil de curadoria estabelecido pelos provedores de mídia e designers de experiências, envolvendo afeto e sensações memoráveis (Yúdice, 2016).

Quanto a práticas cidadãs, rede, comunidade e “espírito do comum”, identifica-se que não são conceitos excludentes em diversas localidades. Pelo contrário, convivem. Já existiam antes do advento da internet, mas o ambiente virtual favoreceu suas práticas participativas. Vale explicitar que o termo “espírito do comum” está em processo de definição, mas se baseia na ideia de que a produção de riqueza e a vida social na atualidade dependem sobremaneira da comunicação, da tecnologia, da ação política, da produção cultural, da cooperação, dos afetos e da criatividade coletiva (Gutiérrez, 2016). Assim, são valorizados processos de cidadania que confrontam o modelo de desenvolvimento convencional. São experiências que geram configurações sociais originais, em que o antigo se encontra com o novo e o digital se integra ao analógico, fundamentadas em quatro eixos: (1) compartilhamento de conhecimento e de inovação através do uso de tecnologias de código aberto; (2) modificação de comportamentos e métodos para enfrentar situações críticas através da resiliência; (3) oposição a governos e a organizações no âmbito local e transnacional através da intensificação do ativismo digital; (4) empoderamento de indivíduos em um cenário de crescente urbanização através da gestão do “comum” e da valorização de conhecimentos ancestrais (Gutiérrez, 2016).

Sobre patrimônio cultural, compreende-se que a democratização da cultura permitiu que expressões de diversas comunidades se tornassem reconhecidas formalmente como bens públicos, mas que ela não eliminou conflitos. Destaca-se que são considerados como bens públicos os

¹ A relação entre pessoas, objetos e processos é estabelecida pela “Internet das Coisas” através do uso de uma rede crescente de dispositivos eletrônicos – desde máquinas industriais até bens de consumo - e bases de dados que alteram práticas sociais cotidianas e as inserem em um ambiente “inteligente” (Norman, 2006).

eventos ou as ações - mesmo aqueles que ultrapassam o senso tradicional - que beneficiam a todos, contribuindo com excelência, memória ou identidade nacional (Yúdice, 2007). Entre tais conflitos, encontram-se comportamentos reativos a expressões culturais denominadas *plebeyas*, isto é, que se caracterizam por explorar novos modelos de expressão estética e de relações econômicas, especialmente na cena musical (Yúdice, 2016). No Brasil, o gênero musical “Funk” é um exemplo de cultura *plebeya*, pois rompe com tradições, estabelece diferentes padrões estéticos - associados à paixão, ao prazer e ao desejo – contudo, não se adapta às prerrogativas dos poderes constituídos (Salles, 2016). Enquanto gênero de música popular, o “Funk” sofre discriminação, mobiliza multidões e gera impacto econômico positivo à margem da indústria hegemônica; ao mesmo tempo em que ilustra a ausência de legitimação cultural por parte das políticas públicas associadas à construção de uma herança nacional (Salles, 2016).

Concluindo o mapeamento dos cinco aspectos relevantes para a diversidade cultural na contemporaneidade, não se pode ignorar a economia criativa e o modelo que se tornou dominante – o inglês. Nesse, bens e serviços são orientados para o crescimento econômico e o valor deles é mensurado pela rentabilidade dos direitos de propriedade intelectual em setores privilegiados, como: design, artes, moda, arquitetura, propaganda, além de cinema, televisão, rádio, livros, revistas, jornais, produção fonográfica e, ainda, programas interativos de entretenimento e videogames (Unesco, 2006; Yúdice, 2007). Entretanto, a economia criativa no âmbito de empreendimentos culturais tende a não considerar peculiaridades que distinguem e valorizam as expressões da cultura de grupos específicos (Nogueira e Correia, 2016). Um exemplo desta situação é a gestão do Carnaval Brasileiro - especialmente o do Estado da Bahia - que tem seu modelo de negócios baseado em uma manifestação popular, mas que restringe a participação dos grupos sociais associados à fonte criativa e geradora dos significados culturais originais (Nogueira e Correia, 2016). Como contrapartida para esta característica não inclusiva da economia criativa na conjuntura da diversidade cultural, surge o conceito de economia solidária, que promove o desenvolvimento local e amplia as perspectivas para a pluralidade, baseando-se em formas democráticas de mobilização e de participação, bem como, em estratégias de integração a práticas de mercado (Nogueira e Correia, 2016).

Para responder aos desafios complexos da contemporaneidade, entende-se que devem ser usadas ferramentas do século XXI – e o design é reconhecidamente um importante instrumento de que se dispõe para isso (Patrocínio, 2016). Deste modo, cada um dos aspectos abordados – a cultura das minorias, a transformação da paisagem midiática, as práticas cidadãs, o patrimônio cultural e a economia criativa - em alguma dimensão, sugerem interfaces com o campo do design. Sendo assim, ao considerá-lo como um elo entre diferentes setores da sociedade, mas, principalmente, ao ampliar o seu escopo de atuação abrangendo o “social” como objeto, pode-se fazer inferências quanto à perspectiva do design representar um caminho para evoluir nas políticas públicas para diversidade cultural, envolvendo múltiplas subáreas:

- boas intenções e o passar do tempo não são mecanismos suficientes para desfazer os conflitos do passado e para eliminar as circunstâncias que fazem das minorias cidadãos excluídos, pelo contrário, enfatizam que é preciso evoluir na construção de políticas efetivas, por isso, tal conjuntura remete à inovação social de Manzini (2008) e ao design social de Armstrong et al. (2014);

- sob a perspectiva de integrar gestão cultural e políticas públicas ao novo cenário midiático, torna-se fundamental destacar a tríade “informação-experiência-afeto” como determinantes do conteúdo dos produtos, o que faz uma alusão ao design de serviços e ao design de experiências de Press e Cooper (2003), ao design de interação de Norman (2006) e, ainda, ao design emocional de Damazio (2015);
- quanto ao resultado que emerge de práticas cidadãs, isto é, identidades e paradigmas mais eficazes na inclusão baseada no discurso da diversidade, pode-se fazer associações com novas maneiras de se pensar a participação, como o codesign de Press (2011), o *design thinking* de Cross (2011) e as explorações colaborativas entre design e antropologia de Smith et al. (2016);
- o contexto controverso, que inclui disputas de poder e caminhos alternativos na definição de patrimônio cultural, permite estabelecer associações com grupos sociais inovadores como fontes de informação para o design e a criativa recontextualização dos artefatos de Press e Cooper (2003), os efeitos não planejados na experiência de consumo de artefatos de Crilly et al. (2008), além do design no nível visceral de Norman (2008).
- sobre a economia criativa, a adaptação a realidades múltiplas parece ser o caminho mais promissor para modelos econômicos de gestão cultural, o que pode ser relacionado ao design socialmente responsável de Cipolla e Bartholo (2014), mas sem excluir o design estratégico para uma indústria criativa de Magalhães (2014).

Aproximando o tema da diversidade cultural à conjuntura brasileira, faz-se necessário citar dois exemplos: um no âmbito da pesquisa e outro no contexto da estratégia e estrutura de gestão. O primeiro é um estudo independente de ações governamentais e com caráter prospectivo, que enfatiza a importância de se valorizar a diversidade cultural no país. Ele apresenta reflexões sobre os mais variados aspectos, sustentando que cresce a importância da diversidade, pois as matrizes nacionais - pulverizadas e representativas de interesses difusos - são responsáveis por conservar o conhecimento e estimular o desenvolvimento (De Masi, 2015). Tal estudo se encontra alinhado com o segundo exemplo, isto é, a visão do Ministério da Cultura (MinC), que manifesta a valorização da diversidade como um de seus principais propósitos (MinC, 2013). Responsável pelas políticas públicas para esta área na esfera de poder federal, independentemente da sua denominação oficial e da sua abrangência, bem como do perfil de seus representantes – devido a recentes mudanças de governo - o posicionamento institucional do MinC têm destacado o atendimento a demandas associadas à pluralidade. Simultaneamente à ampliação da representatividade de múltiplos setores da sociedade em um de seus braços operacionais – a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC) - ocorre a inclusão de critérios de regionalização e o conseqüente aumento da diversidade nas indicações de projetos a incentivar (MinC, 2016). Estas ações são reconhecidas como avanços para a elaboração de políticas públicas para a cultura quanto ao discurso da diversidade, mas não há garantias de que sejam suficientes.

4. Políticas públicas de design e design para políticas públicas

Políticas públicas sob a ótica do design são modos pelos quais se compartilha um conjunto de regras, atividades e processos necessários para transformar condições existentes em condições desejadas (Maffei et al., 2013). Mas, a relação entre design e políticas públicas pode ser abordada sob duas perspectivas. A primeira é a das políticas públicas de design, isto é, princípios

estabelecidos pelo governo para fazer uso do design como ferramenta estratégica de desenvolvimento social e econômico, capaz de estimular a inovação e fomentar o crescimento de indústrias criativas (Patrocínio e Nunes, 2015). Neste contexto, a adoção do design nas políticas públicas associadas às indústrias criativas no Brasil apresentou avanços desde 2005 (Cardoso et al. 2014). Inclusive, no que diz respeito ao discurso da diversidade cultural.

Um exemplo é o documento referência para o desenvolvimento da indústria e para a elaboração de uma política pública de design no Brasil, isto é, o “Diagnóstico do Design Brasileiro” (MDIC, 2014). Contudo, ele aborda a diversidade cultural de maneira superficial. Enfatiza essencialmente a ótica do mercado, inclusive ressalta o risco de que a aceitação de determinados projetos comerciais seja prejudicada caso sejam desconsideradas as características de diferentes grupos sociais. Ao mesmo tempo, se aproxima da perspectiva da inovação social, ao afirmar que o design também deve proporcionar benefícios sociais, além de atender às necessidades mercadológicas. Deste modo, não explicita, porém, deixa subentendido que posições diferentes podem coexistir.

Outro caso a ser considerado é o da Bienal Brasileira de Design, edição 2015. Ela evidenciou relações entre design, políticas públicas de desenvolvimento econômico e visão empresarial de organizações privadas e, em paralelo, aproximou-se da questão da inovação social e da diversidade. O evento pretendeu valorizar a necessidade de se “democratizar o design”, sendo o seu tema - “Design para todos” – associado ao design que promove acesso irrestrito e democrático dos indivíduos a produtos, espaços e serviços – públicos e privados (Patrocínio, 2015). Sua curadoria se baseou em quatro eixos: (1) design democrático, voltado para todas as camadas sociais; (2) design especial, dirigido para grupos excluídos por suas características físicas, biológicas, cognitivas e culturais; (3) design público, orientado para projetos de esfera pública especialmente em educação e saúde; (4) design participativo, focado em processos colaborativos com a participação de diferentes atores (Van Camp, 2015). Não se pode negar que a questão da diversidade cultural foi abordada, porém, de modo subliminar. E, ainda, foi possível observar que o viés da indústria criativa baseada no modelo inglês foi preponderante ao se observar a lista de expositores - empresas, marcas e designers.

Mais um exemplo, não como uma forma para elaborar políticas públicas nem como uma maneira de expor resultados destas, mas como suporte para elas, trata-se dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. O evento destacou quatro valores escolhidos para representar os diferenciais não só da cidade do Rio de Janeiro, mas de todo o país: “espírito olímpico”, “energia contagiante”, “natureza exuberante” e “diversidade harmônica” (COB, 2016). Este último não explicitava a associação com a cultura, mas possibilitava supor a existência de uma relação entre os dois aspectos a partir de discursos complementares, uma vez que – segundo o MinC - o evento era uma oportunidade para enaltecer a diversidade cultural, a inclusão de grupos sociais de várias origens, com ênfase nas culturas de grupos sociais indígenas, urbanos e populares, afro-brasileiros (MinC, 2016). Nesta conjuntura, o design tangibilizou tais valores, principalmente nas logomarcas, nas tochas, nos mascotes e na família tipográfica, que, não só, mas também, pretenderam afirmar a diversidade cultural, a multiplicidade estética brasileira e o caráter democrático da cultura (COB, 2016).

Independentemente de possíveis dissonâncias entre os propósitos e os resultados das iniciativas apresentadas – o Diagnóstico do Design Brasileiro (2014), a Bienal Brasileira de

Design (2015) e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos do Rio de Janeiro (2016) - observa-se que é recorrente a intenção de expressar a diversidade cultural em instâncias nas quais o design e setores públicos e privados se encontram. Estes exemplos articulam o design com indústrias criativas na concepção do modelo reconhecido como de origem inglesa, o que não é um problema em si, mas demonstram que o design a partir desta orientação oferece uma atuação limitada no âmbito das políticas públicas. Isso porque há de se considerar a segunda perspectiva, ou seja, a do design para políticas públicas, nas quais o foco está no cidadão, indo além do usuário, do consumidor e do desenvolvimento econômico (Patrocínio e Nunes, 2015).

Compreende-se que as duas perspectivas não são excludentes e que o design – em ambas – pode ser reconhecido como ferramenta para enfrentar os problemas cada vez mais complexos da sociedade, da administração governamental e de suas ações na economia, política e cultura. Evidentemente, os recursos culturais contribuem para a economia, mas também podem colaborar para a solução de problemas sociais, ao ampliar seu escopo e incluir atividades criativas que não possuem o lucro por finalidade, pois estas favorecem o desenvolvimento da sociedade mediante a participação, a reprodução das identidades, a memória e a criação de inovações sociais (Yúdice, 2007). Nesse contexto, a diversidade cultural pode ter um papel central no desenvolvimento de projetos que visam melhoria das condições de vida de determinados grupos sociais, trazendo empoderamento individual e contribuindo com a redução da pobreza (Unesco, 2006).

O entendimento de que o design contribui para a elaboração de políticas públicas tem suas origens no design de serviço, que se baseia em habilidades de consultoria e de gestão, pesquisa de tendências e design de interação (Design Council, 2013). Seus benefícios se relacionam a cinco linhas de atuação: a geração de ideias para legislação; a visão do todo sem negligenciar o detalhamento de cada etapa ao redefinir problemas; o engajamento de diferentes grupos de interesse, tanto de dentro do governo, quanto de fora dele; a redução de custos ao mitigar riscos através de prototipagem; a introdução de metodologias de pesquisa com base etnográfica (Design Council, 2013; Openpolicy, 2015). Um exemplo de iniciativa com esta orientação foi a contratação de um *Chief Design Officer* para a cidade de Helsinki, na Finlândia. O cargo é responsável pela atuação do laboratório Helsinki Lab, cujo objetivo é compreender os usuários da cidade, bem como entender como eles experimentam a cultura nas suas mais diversas possibilidades, a partir de metodologias de cocriação para desenvolver valores comuns aos grupos sociais locais (DCF, 2016).

Exemplos de laboratórios com propósito semelhante, isto é, voltados para projetos de design para políticas públicas e inovação social, geralmente são criados e apoiados por meio do patrocínio de governos que buscam formas mais flexíveis de governança, nas quais as ideias políticas são geradas e mobilizadas por uma gama mais diversificada de definições governamentais e não governamentais, muitas vezes mediadas por plataformas digitais (Cipolla e Bartholo, 2014). Laboratórios com este tipo de proposta se multiplicam e também são identificados no Canadá, Estados Unidos, Chile, México, Reino Unido, Irlanda, França, Dinamarca, Holanda e Austrália (iGovLab, 2017). Entretanto, ainda são espaços experimentais e com pouco tempo de atuação, por isso, o impacto de suas ações e propostas ainda precisa ser avaliado no longo prazo (Cipolla e Bartholo, 2014).

No Brasil, também podem ser observadas tentativas de adoção do conceito de design social associado à elaboração de políticas públicas nos seguintes laboratórios de inovação: dos governos

do Estado de Santa Catarina - o WeGov - e de São Paulo - o iGovLab e o HubGov; do governo federal em Brasília - o G.Nova – e em mobilidade urbana da Prefeitura de São Paulo - o MobiLab. Eles incluem espaço físico, instalações, equipamentos, recursos humanos e estruturas orientadas para a abordagem de problemas complexos do setor público nas áreas de saúde, educação, mobilidade urbana, cultura e outras (iGovlab, 2017). A concepção geral destes laboratórios prevê principalmente criar soluções criativas e inovadoras para o design de serviços públicos e a formulação de políticas, programas e projetos direcionados para o cidadão. Eles também têm por objetivo: aumentar a eficiência e capacitar servidores públicos; acelerar processos; construir redes de suporte e difusão de inovação; bem como, promover a aproximação interinstitucional entre os agentes públicos e privados (USP, 2015; MobiLab, 2015; Ministério do Planejamento, 2016; WeGov, 2016; iGovLab, 2017). Não há um modelo consolidado e estes espaços institucionais se encontram em diferentes graus de envolvimento com o poder executivo, variando em suas estruturas de governança e podendo estar integrados ao governo ou trabalhar independentemente, mas com alianças estratégicas (WeGov, 2016). Quanto à diversidade cultural, não há evidências de que seja considerada prioridade, ou ao menos relevante para os laboratórios citados.

Os exemplos caracterizam um cenário ainda insipiente quanto às relações entre design, políticas públicas e diversidade cultural no Brasil, sejam baseadas na primeira ou na segunda perspectiva. Razões para tal podem ter diversas origens, inclusive descontinuidades próprias da natureza governamental. Porém, ao menos dois obstáculos à expansão do design em políticas públicas podem ser identificados: um associado aos designers e o outro relacionado ao governo. O primeiro diz respeito à percepção de que os designers brasileiros são resistentes à participação política, o que dificulta identificar as especificidades do espaço de intervenções do design, assim como prejudica a sua inserção no corpo de proposições mais amplas, abrangentes e integradoras, como são as políticas públicas (Cardoso et al., 2014). O segundo se refere à postura ambígua do governo federal quanto à profissão do designer. Contraditoriamente à regulamentação do ensino de design, que ocorreu nos anos 1960 e criou as bases para que existam mais de 1.500 cursos², a regulamentação profissional dos designers ainda não foi outorgada (Patrocínio, 2016). Apesar de participar de ações promovidas pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e articular uma aproximação com o Ministério da Cultura, por exemplo, sem um reconhecimento institucional e jurídico da profissão, as chances dos designers serem incorporados ao processo de elaboração de políticas públicas são modestas, seja em qualquer área da sociedade, inclusive da cultura e das questões da diversidade.

5. Considerações finais

Ao explorar relações dialógicas entre design - no âmbito de inovações sociais e políticas públicas – e diversidade cultural foi possível compreender que a trajetória do desenho industrial do século XX ao design social do século XXI foi marcada pela pluralidade de abordagens e a multiplicidade de objetos de pesquisa e prática. Também se conseguiu identificar cinco aspectos relevantes para a diversidade cultural na contemporaneidade e relacioná-los com subáreas do design. O estudo ainda permitiu diferenciar os conceitos de políticas públicas de design e de

² No Brasil, existem 10 programas de doutorado, 23 programas de mestrado e centenas de bacharelados, licenciaturas e cursos tecnológicos em design (Patrocínio, 2016).

design para políticas públicas, sugerindo uma abordagem de coexistência e complementaridade entre eles e pontuando exemplos de contato com a diversidade cultural.

A pesquisa evidenciou que as políticas públicas para a diversidade cultural já estão em debate há quase três décadas e o design “socialmente responsável” teve apenas metade desse tempo para elaborar suas competências e metodologias. E isso faz diferença no nível de conhecimento acerca de cada um deles e principalmente no que se refere à compreensão das relações entre eles. Mas, também, apontou semelhanças. Políticas públicas para a diversidade cultural e design social convergem para o bem-estar social, bem como fazem uso de práticas colaborativas, nas quais profissionais e não profissionais dialogam na busca por soluções mais apropriadas.

Sobre a diversidade cultural se compreendeu que, apesar dos progressos, certas demandas de 30 anos atrás não foram atendidas e que talvez não sejam resolvidas no presente devido aos conflitos entre os protagonistas em cena. E ainda, que necessidades de grupos sociais emergentes - caracterizados por um novo perfil de diversidade - são acrescidas as já conhecidas. Portanto, as minorias, o novo cenário midiático, as tecnologias digitais e os movimentos sociais se dirigem para a construção de novas e desconhecidas perspectivas para a diversidade, para a legitimação de identidades e para a mediação de tensões entre modelos de negócios baseados em ganhos sociais e econômicos. Igualmente, percebeu-se que todos estes são assuntos legítimos para serem abordados em laboratórios de inovação associados a governos.

Assim, tomando-se como premissa que a diversidade cultural permanecerá como aspecto relevante e, para inserir o design entre os campos que, reconhecidamente, contribuem para o fomento da inovação social e para a elaboração de políticas públicas se supõe que é necessário incorporá-lo ao pensamento estratégico do sistema que dá apoio à cultura de forma institucional. Neste contexto, conjectura-se que formas flexíveis de governança permitirão a geração de ideias por instâncias governamentais e não governamentais; mediada por plataformas digitais e por processos criativos integrados, envolvendo participação política consciente de todos os protagonistas e resgatando o compromisso com o “espírito do comum”. Utopia? Talvez, mas experiências internacionais e nacionais realizadas em laboratórios de inovação voltados para ações governamentais demonstram que esta pode ser uma direção a ser seguida.

O artigo não ambiciona alcançar a complexidade intrínseca ao tema, mas enfatizar que a diversidade cultural é um desafio contemporâneo e que é possível abordá-la como objeto de design. Desta forma, oferecer uma contribuição ao fazer reflexões sobre as relações entre design e políticas públicas. Dessa maneira, em conjunto, os três eixos abordados - design social, políticas públicas e diversidade cultural – requerem aprofundamento. Contudo, merece destaque a possibilidade de investigar em detalhes cada uma das interfaces entre as subáreas do design e os aspectos relevantes para a diversidade cultural em pesquisas futuras.

Ainda há muito a evoluir no cenário incipiente das relações entre design social e políticas públicas, demandando reconhecimento institucional e incorporação no nível estratégico de gestão governamental da cultura. Porém, o Brasil é pródigo em manifestações culturais e na formação de designers. Assim, entende-se que pode ser uma estratégia promissora estabelecer uma conexão efetiva entre eles, a partir da visão do design como ferramenta do século XXI para a formulação de políticas públicas para a diversidade.

Referências

- ARMSTRONG, L., et al. **Social design futures**: HEI Research and the AHRC, University of Brighton, 2014. Disponível em: <<https://mappingsocialdesign.files.wordpress.com/2014/10/social-design-futures-report.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2015.
- BRASIL. MDIC – Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Diagnóstico do Design Brasileiro**. Brasília: MDIC, 2014.
- BRASIL. MinC – Ministério da Cultura. **Aspectos Gerais e Regimentais da Comissão Nacional de Incentivo à cultura (CNIC)**, 2013. Disponível em: <http://www.abdl.com.br/UserFiles/206_CNIC.pdf>. Acesso em: 23 maio 2016.
- BRASIL. MinC – Ministério da Cultura. **Brasil 2016**. Disponível em: <<http://www.brasil2016.gov.br/pt-br/pais-sede/cultura>>. Acesso em: 16 maio 2016.
- BRASIL. MinC – Ministério da Cultura. **Plano Nacional de Cultura**. Brasília: MINC, 2014. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/plano-nacional-de-cultura-pnc->>. Acesso em: 15 maio 2016.
- BRASIL. MPOG – Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. **Laboratório de inovação em governo**. Brasília: MPOG, 2016. Disponível em: <<http://www.planejamento.gov.br/assuntos/gestao-publica/noticias/governo-federal-inaugura-laboratorio-especializado-em-inovacao-no-setor-publico>>. Acesso em: 22 maio 2017.
- CARDOSO, E. et al. **O papel do design(er) nas políticas públicas culturais**. 11º P&D, Número 4, Volume 1, 2014. Disponível em: <www.proceedings.blucher.com.br/evento/11ped>. Acesso em: 14 maio 2016.
- CHEN, D. S., et al. **Social Design**: an Introduction. *International Journal of Design*, Vol. 10 No. 1, 2016. Disponível em: <<http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/viewFile/2622/719>>. Acesso em 23 maio 2016.
- CIPOLLA, C.; BARTHOLO, R. **Empathy or inclusion**: a dialogical approach to socially responsible design. *International Journal of Design*, Vol. 8 No. 2, 87-100, 2014.
- COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO (COB). **Rio 2016**. Disponível em: <<https://www.rio2016.com/>>. Acesso em: 16 maio 2016.
- COOPER, R., et al. **The handbook of design management**. New York: Berg, 2011.
- CRILLY, N. et al. **Representing artefacts as media**: modelling the relationship between designer intent and consumer experience. *International Journal of Design*, Vol. 2 No. 3, 2008.
- CROSS, N. **Design thinking**: understanding how designers think and work. London: Bloomsbury, 2011.
- DAMAZIO, V. **Emotional Design**. In: *The Bloomsbury Encyclopedia of Design*. London: Bloomsbury, 2015.
- DE MASI, D. **2025**: caminhos da cultura no Brasil. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.
- DEPARTMENT FOR COMMUNICATIONS OF FINLAND (DCF). Disponível em: <<https://finland.fi/arts-culture/city-of-helsinki-among-the-first-in-the-world-to-hire-chief-design-officer/>>. Acesso em: 16 maio 2016.
- DESIGN COUNCIL. **Design for Public Good**. 2013. Disponível em: <<http://www.designcouncil.org.uk>, Design Council>. Acesso em: 23 maio 2016.
- GUTIÉRREZ, B. **Do comum às redes**. In: *Revista Observatório Itaú Cultural*, n. 20. São Paulo: Itaú Cultural, 2016.

- Guzmán, T. D. **Direitos indígenas e diversidade cultural**: em busca de um diálogo transcontinental. In: Revista Observatório Itaú Cultural, n. 20. São Paulo: Itaú Cultural, 2016.
- JANZER, C. L.; WEINSTEIN, L. **Social Design and Neocolonialism**, Design and Culture: The Journal of the Design Studies Forum, Vol. 6 No. 3, 327-343, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2752/175613114X14105155617429>>. Acesso em: 20 maio 2016.
- MAFFEI, S. et al. **Making Design Policies Together**. 10th European Academy of Design Conference - Crafting the Future, 2013. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/269996144>>. Acesso em: 23 maio 2016.
- MAGALHÃES, C. F. **A prática reflexiva no design estratégico**: fundamentos do design para uma indústria criativa. In: COUTO, R. M. S. Formas do design: por uma metodologia multidisciplinar. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.
- MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Tradução: Carla Cipolla. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- MARTÍN-BARBERO, J. **A amplitude da fala será a realização da diversidade tão desejada desde os anos 1980?** Entrevista a George Yúdice e Omar Rincón. In: Revista Observatório Itaú Cultural, n. 20. São Paulo: Itaú Cultural, 2016.
- McCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- NOGUEIRA, M. V. F.; CORREIA, H. **As regras da casa em laços recíprocos**. In: Revista Observatório Itaú Cultural, n. 20. São Paulo: Itaú Cultural, 2016.
- NORMAN, D. **Design Emocional**: porque adoramos (ou detestamos) objetos do dia a dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- NORMAN, D. **O Design do Dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.
- OPENPOLICY. **Design in policy making**. Londres: 2015. Disponível em: <<https://openpolicy.blog.gov.uk/2015/03/20/design-in-policy-making/>>. Acesso em: 17 abril 2016.
- PATROCÍNIO, G. **Bienal de design**: para quem? 2015. Disponível em: <<http://www.politicasdedesign.com/2015/11/bienal-de-design-para-quem.html>>. Acesso em: 13 maio 2016.
- PATROCÍNIO, G. **Políticas de design**. Revista Pensar Verde, Fundação Verde Herbert Daniel, n. 16, ano 4, mar./abr./maio, 2016. Disponível em: <<http://www.politicasdedesign.com/>>. Acesso em: 13 maio 2016.
- PATROCÍNIO, G. **Políticas públicas de design no Brasil**, 2013. Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br/entre-aspas/gabriel-patrocinio-fala-sobre-politicas-publicas-de-design-no-brasil/>>. Acesso em: 13 maio 2016.
- PATROCÍNIO, G.; NUNES, J. M. **Design & Desenvolvimento**: 40 Anos Depois. São Paulo: Blucher, 2015.
- PRESS, M.; COOPER, R. **The design experience**: the role of design and designers in the twenty-first century. Burlington: Ashgate, 2003.
- SALLES, E. **O acontecimento do funk**. In: Revista Observatório Itaú Cultural, n. 20. São Paulo: Itaú Cultural, 2016.
- SANTA CATARINA (Estado). Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável. Laboratório de Inovação em Governo, 2016. Disponível em: <<http://http://www.wegov.net.br/agenda/laboratorios-de-inovacao-em-governo/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Estado de Planejamento. Laboratório de Inovação em Governo, 2017. Disponível em: < <http://igovlab.org/sp/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

SÃO PAULO (Município). Prefeitura da Cidade de São Paulo. Laboratório de Mobilidade Urbana, 2015. Disponível em: < <http://www.mobilab.prefeitura.sp.gov.br>>. Acesso em: 22 maio 2017.

SMITH, R. C. et al. **Design Anthropological Futures**. London: Bloomsbury Publishing, 2016.

UK. DESIGN COUNCIL - Design for Public Good. London: Design Council, 2013. <http://www.designcouncil.org.uk>>. Acesso em: 16 maio 2016.

UNESCO. **Understanding creative industries**. 2006. Disponível em: <http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf>. Acesso em: 16 maio 2016.

UNESCO. **Universal Declaration on Cultural Diversity**, 2002 Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162e.pdf> . Acesso em: 16 maio 2016.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Laboratório de Inovação em Governo. <http://www5.usp.br/tag/laboratorio-de-inovacao-em-governo/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

VAN CAMP, F. **Design para todos**. In: Bienal Brasileira de Design. Florianópolis: Blucher, 2015.

YÚDICE, G. **Economia da Cultura no Marco da Proteção e Promoção da Diversidade Cultural**. Seminário Internacional da Diversidade Cultural, Ministério da Cultura do Brasil, Brasília, 2007. Disponível em: < http://works.bepress.com/george_yudice/4/>. Acesso em: 14 maio 2016.

YÚDICE, G. **Os desafios do novo cenário midiático para as políticas públicas**. In: Revista Observatório Itaú Cultural, n. 20 (jan/jun 2016). São Paulo: Itaú Cultural, 2016.

Sobre os autores

Márcia Bergmann

Mestre em Administração de Empresas, Puc-Rio. Inscrita no programa de Doutorado em Design, PUC-Rio.
(marciabergmann@gmail.com)

Cláudio Freitas de Magalhães

Doutor em Engenharia de Produção, COPPE/UFRJ. Professor Assistente no Departamento de Artes e Design, Puc-Rio.
(claudio-design@puc-rio.br)