

Design de Serviços e Inovação Social: uma perspectiva sobre inovação guiada pelo design

Actas de Diseño (2020, diciembre),
Vol. 32, pp. 66-69. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: enero 2015
Fecha de aceptación: agosto 2017
Versión final: diciembre 2020

Thalita Vanessa Barbalho e Rita de Castro Engler (*)

Resumo: Muitas mudanças aconteceram na forma de consumir desde a Revolução Industrial, no século XVIII: a sociedade passou por um modelo pautado na aquisição de produtos e está se transformando em uma sociedade do conhecimento, mas que tem consumido cada vez mais. Atualmente, o design de serviços representa uma das principais ramificações do campo do design. Essas mudanças apontam para um ponto de inserção do design na área de serviço, uma prática que já está sendo feita, mas que pode ter uma abrangência muito maior, gerando cada vez mais inovação em vários setores.

Palavras chave: Design de serviços - inovação social - inovação - co-design - design social.

[Resumos em espanhol e inglês e currículo em p. 69]

Introdução

Se observarmos bem, quase tudo que está ao nosso redor é serviço – transporte, saúde, educação, segurança, alimentação. O avanço econômico do Brasil tem sido impulsionado nos últimos anos não mais pela atividade industrial, mas principalmente pelo setor de serviços. Segundo o IBGE 2016, esse setor representa atualmente quase 70% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e é considerado o maior empregador do país, sendo, por isso, bastante importante para o desenvolvimento de economias.

Design de serviços é uma especialidade técnica interdisciplinar que combina diferentes métodos e ferramentas oriundas de diversas disciplinas. Ele auxilia a inovar criando novos serviços ou aperfeiçoando os já existentes para torná-los ainda mais úteis, práticos e atrativos para as pessoas e mais eficientes e eficazes para os prestadores de serviços. Segundo o *Copenhagen Institute of Interaction Design*, o design de serviços, enquanto prática, geralmente resulta no design de sistemas e processos, que tem como objetivo oferecer ao usuário um serviço holístico, que pretendem compreender os fenômenos na sua totalidade e globalidade e proporcionar uma economia baseada no conhecimento.

O design é um campo voltado para a concepção de produtos, porém, os designers possuem mais do que a capacidade de pensar estilos para produtos. A metodologia de design envolve: identificar o problema, pesquisar, analisar, sintetizar, conceitualizar, testar e comunicar soluções (Stickdorn; Schneider, 2014). Essa metodologia pode ser aplicada a muitos contextos, por isso o design tem sido pensado também como uma área de estratégia com foco em solucionar problemas utilizando ferramentas e processos de design.

Quando esse processo é utilizado para dar conta de questões sociais, é conhecido como design social: “o design social existe como uma forma de pensar sobre o quê, o porquê e o modo como o design (produto e/ou processo) pode abordar (ou de fato aborda) as necessidades em constante mudança de uma sociedade” (Stickdorn; Schneider, 2014, p. 92).

As metodologias de co-design, inovação social e design de serviços ajudaram a expandir uma prática, que já vinha sendo feita pelos designers, com o intuito de mudar as percepções da sociedade. Segundo Manzini (2008), o design possui em seu “código genético” a capacidade de fomentar discontinuidades locais promissoras, contribuindo para efetivas mudanças sistêmicas em função de melhorar a qualidade do mundo.

A partir desses questionamentos, hoje se mostra necessário repensar esse termo, suas definições e qual papel o designer pode ter na sociedade atual na busca de mais qualidade de vida e de um sistema mais sustentável.

Um panorama sobre o design

Para um melhor entendimento do que é o design de serviços e como ele pode ajudar a melhorar contextos, precisamos entender um pouco de como se deu a evolução do termo design, o que esse termo representa e qual a sua aplicação na atualidade. “O entendimento mais claro do porquê de nossas situações atuais facilita a descrição de onde queremos estar. Então, com situações alternativas em mente, podemos planejar nosso percurso daqui até lá” (Thackara, 2008, p. 37).

Existem muitas definições para design. Segundo Potter (2002), o termo confere forma e ordem para atividades cotidianas. Fazendo uma análise da etimologia da palavra “design”, sua origem é o termo *designare*, em latim, que significa desenvolver, conceber.

A expressão design surgiu no século XVIII, na Inglaterra, como tradução do termo italiano *disegno*. O termo no inglês tem como significado os mesmos de sua origem em latim, desenhar e designar. O termo só passou a caracterizar o processo de desenvolvimento de produtos com o progresso da produção industrial (Bomfim, 1995). No Brasil, a palavra design começou a ser difundida no período de industrialização, durante o primeiro governo de Getúlio Vargas (1930-1945), quando a indústria ganhou muita força. Nesse momento, foi necessária uma denomi-

nação para uma atividade que estava em grande expansão no país. A nova atividade era o *industrial design*, que foi traduzido para “desenho industrial” e muito difundido na época (Souza, 1996).

Para Flusser (2007), existe uma conexão entre a máquina e a arte, em que máquina está relacionado ao processo industrial e arte, às várias formas de expressão artística, porém essa conexão foi negada durante séculos. A cultura moderna fez uma separação brusca entre o mundo das artes e o mundo da técnica e das máquinas. Mas essa separação começou a se tornar insustentável no final do século XIX, quando o design entrou nessa brecha como uma ponte entre esses dois mundos. E isso foi possível porque a palavra design exprime a conexão entre máquina e arte. E por isso design significa aproximadamente aquele lugar em que arte e técnica caminham juntas com pesos equivalentes, tornando possível uma nova forma de cultura (Flusser, 2007, pp. 183-184).

Para Mozota (2011), o termo seria uma equação em que design seria um conjunto de intenção mais desenho. Intenção implica a realização de um plano, projeto, intenção ou processo, e desenho é relativo a esboço, modelo, motivo, decoração, composição visual, estilo.

O design é uma atividade criativa cujo objetivo é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclos de vida completos. Portanto, design é o fator central da humanização inovadora tecnológica e o fator crucial do intercâmbio cultural e econômico (Mozota, 2011, p. 16).

As definições mostradas aqui ajudam a chegar a um entendimento melhor do que significaria a palavra design e mostram que o design pode ser definido como uma metodologia e uma atividade bastante abrangente.

Segundo o ICSID - *International Council of Societies of Industrial Design*, é possível entender o papel do design fazendo uma relação de tarefas que deve orientar o profissional da área em quatro pontos: Ampliar a sustentabilidade global e a proteção ambiental (ética global); Oferecer benefícios e liberdade para a comunidade humana, usuários finais individuais e coletivos, protagonistas da indústria e comércio (ética social); Apoiar a diversidade cultural, a despeito da globalização do mundo (ética cultural); Fornecer produtos, serviços e sistemas, que expressem (semiologia) e sejam coerentes com (estética) sua complexidade.

Além disso, o design tem um papel importante na relação entre sociedade e tecnologia, fazendo a ligação entre as duas áreas, traduzindo a tecnologia para uma forma mais humana, para que a mesma esteja a serviço da população.

Da sociedade Industrial à sociedade do conhecimento

A Revolução Industrial teve início século XVIII, na Inglaterra, com a mecanização dos processos de produção. Foi uma mudança que resultou na substituição, pela tecnologia, do modelo artesanal para o fabril.

O crescimento populacional da época trouxe maior demanda por produtos e mercadorias, o que exigiu uma

produção mais acelerada. Essa mudança alterou drasticamente o modo de produção, de trabalho e, principalmente, os estilos de vida, introduzindo máquinas nas residências e nos meios urbanos.

Esse modelo de sociedade industrial foi associado ao capitalismo financeiro, em que a burguesia industrial se mostrava ávida por maiores lucros, menores custos e produção acelerada, dividindo a sociedade em duas grandes classes: o empresariado e o proletariado (Gonçalves et al, 2011).

As máquinas foram substituindo, aos poucos, a mão de obra humana. A revolução tornou o meio de produção mais eficaz, os produtos passaram a ser produzidos com mais velocidade, reduzindo o preço e incentivando o consumo.

Devido à constante expansão do avanço tecnológico, à transformação de grandes economias –como Estados Unidos, Europa Ocidental e Japão– e ao surgimento de grandes complexos industriais e multinacionais tecnológicos, teve início uma economia baseada na sociedade da informação (Gonçalves et al, 2011).

Aconteceu uma mudança da sociedade industrial –que tinha como principal ponto a possibilidade, até então desconhecida, de, por meio de produtos industriais, levar as pessoas à materialização de serviços complexos– a uma sociedade que passou a buscar serviços, em vez de adquirir produtos industriais (Manzini, 2008). Intensifica-se, a partir do final dos anos 1980, o desenvolvimento da globalização das economias mundiais fomentado pelas tecnologias de informação e comunicação.

“Na última década, as ideias dominantes de bem-estar começaram a mudar, pelo menos na sociedade industrial adulta, mais precisamente as partes mais urbanizadas e globalizados das sociedades onde quer que elas se encontrem no planeta” (Manzini, 2008, p. 45).

O processo de industrialização trouxe mudanças que vão além das mudanças na forma de produção dos bens. Segundo Cardoso (2008) Pela primeira vez na história um número crescente de pessoas foram para os centros urbanos em busca de empregos nas fábricas ou no setor de serviço que estava expandindo para atender as necessidades da população que estava cada vez mais concentrada. Para Cardoso (2008), o designer é fruto de três grandes processos históricos que ocorreram de modo interligado e concomitante, em escala mundial, entre os séculos XIX e XX; e, para Cara (2010), esses processos são significativos para a compreensão do design e vão da industrialização até a era digital.

As mudanças econômicas, sociais, políticas e culturais foram muito importantes para moldar a forma como o design vem sendo incorporado aos processos.

Podemos perceber que o papel que o design passa a cumprir, tendo que projetar, além do tangível, o intangível. A mudança de uma sociedade mecânica e industrial para a sociedade informatizada e de serviços faz com que o desenho industrial saia cada vez mais da produção de objetos e da indústria para a área de serviços, fazendo uso das possibilidades que o avanço tecnológico trouxe e estando mais presente no dia a dia de pessoas comuns. O design mudou a forma de abordar os desafios únicos que economia do serviço está enfrentando. Design não é apenas criar, mais detalhes de produtos, não é apenas es-

tética. É um campo que projeta experiências complexas e interativas, processos e sistemas. Envolve conhecimentos e especialistas de campos diversos e clientes no processo de projeção. Utiliza processos especiais, ferramentas e métodos (Moritz, 2005).

Design de serviços

O design de serviços surge no início dos anos 1990 com o intuito de transformar as relações sociais com os serviços já existentes, deixando-os mais acessíveis e humanos. Segundo Stickdorn e Scheider (2014), boa parte das pesquisas sobre design de serviços tinham como foco a conexão da disciplina com outras áreas do conhecimento, porém o design de serviços deve ser pensado como uma nova forma de pensar, de olhar a sociedade e considerar a cultura de cada povo para projetar serviços.

Ainda não existe uma definição comum para design de serviço, segundo Stickdorn et al. (2014) o design de serviço é uma abordagem interdisciplinar que combina diferentes métodos e ferramentas para melhorar a experiência do usuário.

Para o *The Copenhagen Institute of Interaction Design - CIID* (2008) o design de serviços é uma área emergente, focada na criação de experiências cuidadosamente planejadas e isso oferece inúmeros benefícios à experiência final do usuário.

Para Pine e Gilmore (1998), o design de serviços seria o design da experiência, pois, enquanto bens são tangíveis, os serviços são intangíveis, o que resulta na experiência. Na visão de Stefan Moritz (2005), Daniela Sangiorgi (2009) e Shelley Everson (2006), o design de serviços diz respeito aos métodos e ferramentas utilizados pelos designers para lidar com os desafios de um mundo cada vez mais complexo e cada vez mais centrado nas interações das pessoas com o contexto social e cultural (Freire; Damazio, 2012). “O design de serviços ajuda a criar novos serviços ou melhorar os já existentes, de modo a torná-los mais úteis, utilizáveis e desejáveis para os clientes, bem como eficientes e eficazes para as organizações” (Moritz, 2005 p. 6).

O design de serviços deve ser testado pelo olhar do cliente, porém todos os *stakeholders* –clientes, fornecedores, funcionários, todas as pessoas envolvidas no processo do serviço– devem ser incluídos no processo de design, que deve ser visualizado como uma sequência de relações inter-relacionadas, e todo o ambiente do serviço deve ser levado em consideração (Stickdorn; Scheider, 2014). O design de serviços é uma função estratégica do design. Hoje, o design que se restringe à comunicação visual e a projetar objetos perde o seu sentido amplo e passa a ser apenas uma parte da engrenagem, traduzindo apenas um dos pontos de contato com o usuário. Afinal, tendo como foco a estética, ele se especifica nos pequenos detalhes e não consegue vislumbrar o todo.

Inovação social e design

Segundo a *Stanford Social Innovation Review*, inovação social é um termo que se refere a novas estratégias,

conceitos e organizações que atendem a necessidades sociais, uma solução mais efetiva, eficiente, sustentável, cujo valor gerado beneficia, prioritariamente, todos que desenvolvem e fortalecem a sociedade civil, e não apenas alguns indivíduos.

Para Thackara (2008), inovações sociais são novas ideias que funcionam para satisfazer as permanentes necessidades. Segundo Farfus (2007), a inovação social pode ser definida como um conjunto de processos, produtos e metodologias que possibilita a melhoria da qualidade de vida do outro e diminui as desigualdades. Ou seja, é a contribuição para a sustentabilidade da comunidade e do país. Para Manzini (2006), inovação Social é a união das pessoas com suas comunidades, agindo fora do pensamento dominante e do padrão de comportamento, que, quando confrontadas com um resultado a atingir, se organizam de forma a obter diretamente o que elas querem. Nos grandes centros urbanos brasileiros, os serviços necessários já existem, porém, funcionam muito aquém do desejado, mesmo que muitas vezes se utilizem de um alto padrão tecnológico. Para Thackara (2008), é preciso promover novas relações fora das nossas zonas de conforto e aprender novas formas de colaborar e conduzir projetos, para melhorar a capacidade de todos os cidadãos de se envolver em um diálogo significativo sobre seu ambiente e contexto e promover novos relacionamentos entre as pessoas que fazem as coisas e as pessoas que as utilizam. Para Manzini (2008), o design tem um papel específico na transição que nos aguarda: oferecer novas soluções a problemas sejam velhos ou novos, e propor seus cenários como tema em processos de discussão social, colaborando com a construção de visões compartilhadas sobre futuros possíveis e sustentáveis.

O design de serviços pode ser um grande aliado para as inovações sociais, tendo como principal ponto as relações interpessoais e conduzindo uma mudança sistêmica para transformar a forma como os serviços são prestados e a interação entre os provedores do serviço e os consumidores. Como vimos ao longo do artigo, o design é uma metodologia, e as ferramentas utilizadas para identificar e solucionar os problemas identificados podem ser direcionadas para conduzir o entendimento dos problemas da sociedade e gerar soluções e, com elas, a inovação social.

Conclusão

As contínuas mudanças das necessidades da sociedade pós-industrial ampliaram o escopo de atuação do design. O setor de serviços ganhou uma importância cada vez maior dentro da economia, e hoje se mostra cada vez mais necessário repensar o termo, suas definições e qual o papel que o designer pode ter na sociedade.

Existem muitas oportunidades para o design de serviços gerar inovação social e contribuir para um crescimento mais sustentável, sempre utilizando as metodologias de design e pensando o design como uma função estratégica.

Inovação social é a melhor construção para a compreensão e a produção de mudanças sociais duradouras - novas ideias que buscam suprir as necessidades ainda não atendidas, de modo a melhorar a vida das pessoas, das comunidades e do planeta, valorizando as culturas

locais. Problemas sistêmicos precisam de soluções sistêmicas, por isso o design pode contribuir para que essas mudanças ocorram e sejam mais efetivas.

Referências bibliográficas

- Bomfim, G. (1995). *Idéias e formas na história do design: uma investigação estética*. Campina Grande: UFPB.
- Farfus, D.; Rocha, M.; Caron, A. et al. (2007). *Inovações Sociais*. Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS.
- Freire, K.; Damazio, V. (2012). Inovação Social e Design de Serviços: uma contribuição para a inovação dos serviços públicos. *10º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*, São Luís - Brasil.
- Flusser, V. (2007). *O mundo codificado. Por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify.
- Gonçalves, C.; Oliveira, J. (2014). Do Modelo de Sociedade Industrial ao de Sociedade da Informação: Proteções Jurídicas às Inovações Tecnológicas. *Revista de Direito da Unigranrio*, 7 (1).
- ICSID - International Council of Societies of Industrial Design. (2016). Disponível em: <http://www.icsid.org/>. Acessado em: 11 de novembro de 2016.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Disponível em: <http://saladeimprensa.ibge.gov.br/>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/servicos-somam-70-do-pib-sobem-acima-da-inflacao-11771165>
- Manzini, E. (2018). Design para a inovação social e sustentabilidade. *Cadernos do Grupo de Altos Estudos, Programa de Engenharia de Produção da Coppe/UFRJ, Rio de Janeiro, I*.
- Mozota, B. (2011). *Gestão do design: Usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa*. Porto Alegre: Bookman.
- Stickdorn, M.; Schneider, J. (s.d.). *Isto é design thinking de serviços*. Porto Alegre: Bookman.
- Pine, B., Gilmore, J. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, Julho-agosto, pp. 97-105.
- Potter, N. (2002). *What is a Designer: Things, Places, Messages*. London: Hyphen Press.
- Souza, P. (1996). *ESDI, biografia de uma idéia*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Thackara, J. (2008). *Plano B: O design e as alternativas viáveis em um mundo complexo*. São Paulo: Editora Saraiva.

Resumen: Muchos cambios se produjeron en el modo de consumir desde la Revolución Industrial del siglo XVIII: la sociedad pasó desde un modelo basado en la adquisición de productos hasta la actualidad, consistente en una sociedad de conocimiento, pero que consume cada vez más. Hoy, el diseño de servicios representa una de las principales ramas del campo de diseño. Estos cambios apuntan hacia la posibilidad de la inserción del diseño en el área de los servicios, una práctica que ya existe, pero que puede tener una influencia mucho mayor, generando, cada vez más, innovación en diversos sectores.

Palabras clave: Diseño de servicios - innovación social - innovación - co-diseño - diseño social.

Abstract: Since the Industrial Revolution, on the 18th century, many changes happened on the way of consuming: society went from a model based on product acquisition to a society of knowledge, which, however, is consuming even more. Nowadays, service design represents one of the main ramifications on the field of design. These changes point to the possibility of insertion of the design in the area of services, something that is already being done, but that could have a broader range, generating innovation on many levels.

Keywords: Service design - social innovation - innovation - co-design - social design.

(* **Thalita Barbalho**, Mestranda em Design, Inovação e Sustentabilidade pela Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - PPGD/UEMG. É graduada em Design Gráfico pela UEMG (2015) e possui graduação sanduíche em Design della Comunicazione no Politécnico de Milão pelo Programa Ciências Sem Fronteiras (2014) e é formada no curso técnico em Design Gráfico pelo SENAI - CECOTEG (2010). Integrante do CEDTec - Centro de Estudos em Design e Tecnologia da Escola de Design/UEMG. **Rita de Castro Engler**, É pós-doutora em Design na UEMG (1994) e Design Social na Ryerson University (2014). Professora e Coordenadora do Mestrado em Gestão de Tecnologia do CEFET/RJ. Criou e coordenou o Centro de Lideranças da Business School São Paulo. Professora convidada da University of Tennessee, Christian Brothers University, Middle Tennessee State University e Ryerson University, responsável no Brasil pelo consórcio de Engineering Management, e coordenadora do CEDTec - Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design e Tecnologia da UEMG, laboratório membro da Rede DESIS (Rede Mundial de Inovação Social) e do LENSin.