



# SD2021

VIII SIMPÓSIO DE DESIGN SUSTENTÁVEL  
SUSTAINABLE DESIGN SYMPOSIUM



1, 2 E 3 DE DEZEMBRO DE 2021  
DECEMBER, 1st, 2nd and 3rd, 2021  
ONLINE | CURITIBA, BRASIL

SDS2021.UFPR.BR

## DESIGN, AGROECOLOGIA E INOVAÇÃO SOCIAL: CONCEITOS E ANÁLISE DE UM SERVIÇO RELACIONAL *DESIGN, AGROECOLOGY AND SOCIAL INNOVATION: CONCEPTS AND ANALYSIS OF A RELATIONAL SERVICE*

THALITA BARBALHO, Mestre | UEMG  
RITA ENGLER, PhD | UEMG

### RESUMO

O presente artigo apresenta a revisão dos conceitos de inovação social, design para a inovação social, serviços tradicionais, design de serviços e design de serviços relacionais com o objetivo de analisar o coletivo Agroecologia na Periferia, que atua como uma assessoria técnica agroecológica na cidade de Belo Horizonte e região metropolitana. Como resultado, obtivemos a compreensão, na prática, dos conceitos apresentados previamente e também a diferença entre a perspectiva de serviços tradicionais e serviços relacionais na atuação do coletivo.

### PALAVRAS-CHAVE

Design de serviços relacionais; Inovação social; Economia de serviços; Agroecologia.

### ABSTRACT

*This article presents a review of the concepts of social innovation, design for social innovation, traditional services, service design and relational service design with the aim of analyzing the collective Agroecologia na Periferia, that acts as an agroecological technical consultancy in the city of Belo Horizonte and its metropolitan region. As a result, we obtained a practical understanding of the concepts previously presented and also the difference between the perspective of traditional services and relational services in the performance of the collective.*

### KEY WORDS

*Relational service design; Social innovation; Service economy; Agroecology.*

## 1. INOVAÇÃO SOCIAL: ESTRATÉGIAS E CONCEITOS

Segundo Howaldt, (2017), o termo “inovação social” tem origem anterior ao século XIV, muito antes do desenvolvimento tecnológico-econômico; no entanto, faltava uma definição teórica que delimitasse o seu uso. Moulaert (2017) explica que, embora o conceito de inovação social remonte a esse período e tenha sido usado em

muitos contextos diferentes, o termo só alcançou status em debates científicos com os movimentos sociais da década de 1960, que o levaram para campos como a economia, com relação à responsabilidade das empresas, e passaram a compreendê-lo como princípio de desenvolvimento local, nutrindo mudanças socioeconômicas nos bairros, cidades e localidades semirurais e rurais. Ainda segundo Moulaert (2017), na década de 1980, na Europa e no Canadá, a inovação social foi redescoberta como um conceito científico e como um slogan de ação para analisar e orientar o desenvolvimento territorial, especialmente em áreas urbanas. Assim, estudos urbanos e as disciplinas que os praticaram foram os principais incubadores da teoria da inovação social. Para Howaldt (2017), não existe uma definição/compreensão compartilhada do termo “inovação social”, o que faz com que ele não seja claramente distinguido de outras formas de inovação. Esse autor explica que a definição do conceito auxilia na busca por práticas que talvez ainda não sejam consideradas inovações sociais, podendo elas serem novas práticas (por exemplo, instrumentos políticos, novas formas de cooperação e organização), métodos particulares e processos que são desenvolvidos e adotados por cidadãos, usuários, beneficiários, clientes, empresários etc.

A inovação é social, portanto, na medida em que é socialmente aceita e difundida na sociedade. Esse conceito não implica, necessariamente, um impacto que seja para todos ou “socialmente desejável” em um sentido extensivo e normativo (Howaldt, 2017). Em geral, as inovações sociais visam ativar, promover e, utilizando o potencial de inovação de toda a sociedade, envolvendo grupos-alvo e capacitando beneficiários, aumentar as capacidades deles para atender às necessidades sociais (Howaldt, 2017). Para Thackara (2008, p. 206), “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.

Enfim, a inovação social diz respeito a como, de forma individual ou coletiva, por meio de mudanças no modo agir, as pessoas criam novas oportunidades e resolvem seus problemas. Também pode ser pensada como a integração dos indivíduos com suas comunidades, atuando fora do padrão de pensamento e comportamento dominante e se organizando para obter diferentes resultados para as suas necessidades latentes. Um aspecto importante dessa postura é que tais inovações são guiadas mais por mudanças de comportamento do que por mudanças tecnológicas ou de mercado, geralmente emergindo por meio de processos organizacionais de baixo para cima, e não como o que é convencional — de cima para baixo (MANZINI, 2008; MANZINI e JÉGOU, 2006). A inovação social concentra a atenção nas ideias e soluções que criam valor social, bem como nos processos por meio dos quais elas são geradas, não apenas em indivíduos e organizações.

A colaboração é um fator importante para que ocorra a inovação social. Nas pesquisas realizadas pelo DESIS<sup>1</sup> para explorar o potencial da inovação social como uma possibilidade sustentável para a inovação tecnológica e de produção, “foram detectadas formas inovadoras de consumo e cidadania em serviços fundamentados no apoio mútuo, auto-organização, confiança e interação” (FREIRE, 2010, p. 7).

Para Manzini (2017, p. 18), é sabido que inovação social produz respostas sólidas e práticas para problemas difíceis, “tais como os relacionados à população idosa, a tratamento de doenças crônicas, integração social de migrantes e requalificação de cidades e assentamentos informais nos seus arredores”. E a inovação social tem potencial para solucionar problemas mais complexos. “Os problemas que desencadearam inovação social e os quais a inovação social contribui para resolver são ainda maiores do que esse que temos discutido” (MANZINI, 2017, p. 30). Daí, entendemos que as inovações sociais têm a potencialidade para resolver a crise nas ideias predominantes sobre bem-estar, trabalho e o atual modelo de produção, por exemplo.

---

<sup>1</sup> DESIS — O DESIS é uma associação cultural sem fins lucrativos, com o objetivo de promover o design para a inovação social em instituições de ensino superior por meio da disciplina de design, de modo a gerar conhecimento de design útil e criar mudanças sociais significativas em colaboração com outras partes interessadas. (DEGIS, 2017. Tradução da autora) Disponível em: <https://www.desisnetwork.org/about/>. Acesso em: 13 de jun. de 2017.

O Brasil tem muitos problemas relacionados à desigualdade social e ao acesso a recursos básicos, serviços e direitos públicos, como educação, saúde, mobilidade e segurança. Cipolla (2017b) explica que grande parte das inovações sociais brasileiras nascem em função das necessidades sociais não atendidas e da falta de acesso a recursos. Para Cipolla (2017b), esse é um meio importante para encorajar processos de mudança social no Brasil, com enorme potencial para reduzir a desigualdade, reconstruir o tecido social e estimular padrões sustentáveis de consumo e produção.

Para Cipolla e Afonso (2018), as inovações sociais podem ser promovidas por governos em diferentes níveis, com o objetivo de mudar a forma como o poder público toma decisões em nome da população. Essas transformações podem estar ligadas a ações culturais, artes e comunicação, servindo para a construção de redes de relacionamentos locais, nacionais ou internacionais, auxiliando na implantação de padrões de consumo e produção mais conscientes e de comportamentos sustentáveis e surgindo nas universidades como novas formas de trocar conhecimento. Segundo Avelino *et al.* (2015), por meio de mudanças nas relações sociais com o objetivo de desenvolver novas formas de fazer, organizar, conhecer e enquadrar a transformação social — para novos sistemas econômicos, por exemplo —, a inovação social pode ser uma solução para os persistentes problemas de sustentabilidade que são enfrentados pelas sociedades.

Para Freire (2011, p. 73), “a inovação social orientada pelo design deve gerar novas soluções, por meio de colaborações sociais, capazes de resolver as necessidades sociais de uma população de maneira mais eficaz, eficiente e sustentável” do que os serviços existentes. O design pode orientar soluções inovadoras para os problemas habituais por meio de iniciativas de inovação social, considerando essas soluções novas à medida que as pessoas passam a reconhecer as ações e soluções como diferentes das anteriores (FREIRE, 2010).

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.

## 2. DESIGN DE SERVIÇOS PARA A INOVAÇÃO SOCIAL

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, dessa forma, melhorar a capacidade de todos os cidadãos de se envolver em um diálogo significativo sobre seu ambiente e contexto, promovendo novos relacionamentos entre as pessoas que fazem as coisas e as pessoas que as utilizam.

Para Manzini (2008, p. 16), o design tem um papel específico na transição que nos aguarda, ao “oferecer novas soluções a problemas, sejam velhos ou novos, e propor seus cenários como tema em processos de discussão social, colaborando para a construção de visões compartilhadas sobre futuros possíveis e sustentáveis”.

Iniciativas de inovação social no Brasil e ao redor do mundo estão contribuindo para efetivas mudanças para a sociedade. Geralmente, esses movimentos têm uma visão sobre como a economia desses negócios pode contribuir para mudanças mais significativas — uma “Nova Economia”.

Muitas das iniciativas de inovação social surgem com visões econômicas alternativas, fazendo uso de termos como: “Economia Compartilhada”, “Economia Presente”, “Economia de Impacto Social”, “Economia Verde” e “Economia Solidária”. “Essas visões se sobrepõem e possuem várias semelhanças em relação a que novas ideias econômicas estejam ligadas a novas configurações de relação social-econômica” (AVELINO *et al.*, 2015).

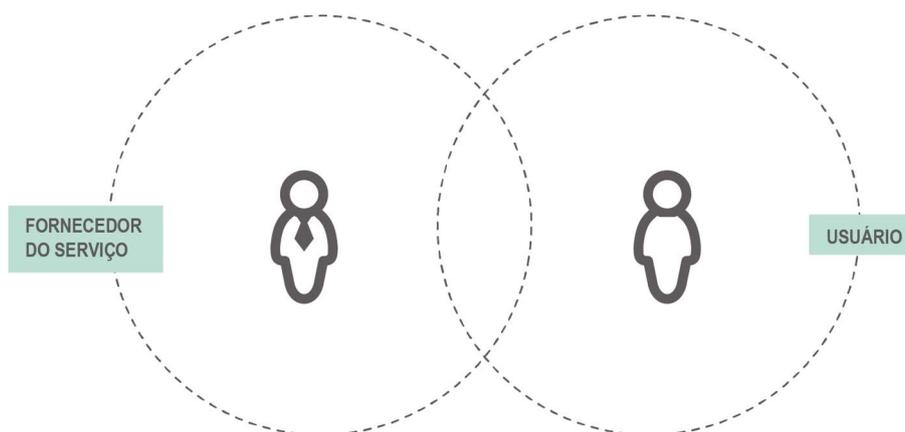
O conceito de inovação social serve para se mover além da dimensão social. E esse aspecto socialmente inovador em que nos concentramos quando se consideram novos discursos e práticas da economia, combinando, com o interesse pela transformação, ambições, potenciais e impactos desses fenômenos socialmente inovadores (AVELINO, *et al.*, 2015, p. 4, tradução da autora).<sup>2</sup>

Para Avelino *et al.* (2015), “Nova Economia” é um termo que engloba um amplo conjunto de ideias relacionadas que “emergem da crítica do pensamento e da prática econômica convencionais e refletem visões sobre teorias e práticas econômicas alternativas ou complementares, prospectivas ou emergentes”. O termo “Nova Economia” surgiu na década de 1990, em referência à transição de uma economia baseada na indústria (“Velha Economia”) para uma economia de serviços baseados no uso das redes de informação, como: comércio eletrônico, novos serviços financeiros, sites de busca e portais (ALMEIDA, 2001).

Assim, as práticas de inovação social trazem novas narrativas de mudança, inclusive em relação ao modelo econômico atual. Segundo Morin (2013, p. 115), de maneira geral, o termo “Nova Economia” trata de “reinsere a economia no social, no cultural, no humano, o que significa, fundamentalmente, colocar a economia em seu devido lugar, como meio, e não como fim último da atividade humana”. Morin (2013, p. 28) ainda explica que a transição para uma nova economia é fundamental para “o desenvolvimento, que não é infinito e nem pode ser”, devendo “ser constituído por uma série de crescimentos, decrescimentos e estabilizações. É impossível que um mundo finito tenha um crescimento infinito”.

Pensar novas economias no setor de serviço significa ressignificar as trocas, pensar em novas formas de trabalho e entender como os “clientes” e “empregados” se relacionam com o serviço que está sendo entregue. Cipolla *et al.* (2009) explicam que os serviços nem sempre foram entregues seguindo a abordagem que o design de serviços trouxe. Um exemplo da mudança do paradigma de serviços é o supermercado, que substituiu a loja tradicional, pequena e localizada. E as tecnologias inseridas no processo do serviço possibilitaram o autoatendimento e a automatização, o que contribuiu para a redução do contato interpessoal na prestação de serviços, mudando, conseqüentemente, a forma como o serviço era prestado (CIPOLLA e MANZINI, 2009).

A Figura 1 mostra como são as trocas em serviços tradicionais, que não utilizam o design de serviços ou outra metodologia inovadora para pensar as interações e as experiências do cliente.



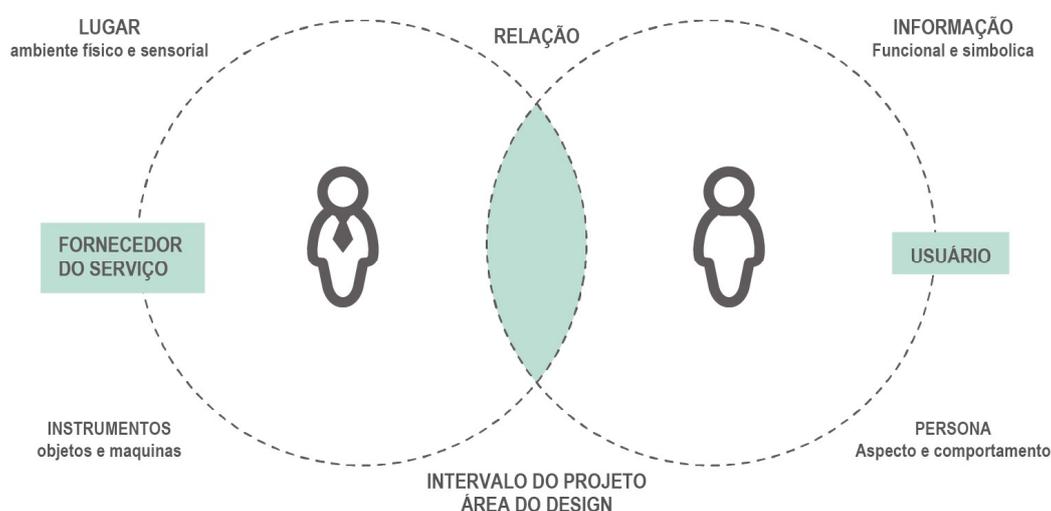
**Figura 1:** Serviços tradicionais - Fonte: SELLONI (2013) — Adaptação e tradução da autora (2018)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> “The concept of social innovation serves to move beyond the social as a dimension of technological innovation, towards specifying how and to what extent this social dimension is an object of innovation in itself.” **Transitions towards New Economies?** A Transformative Social Innovation Perspective. TRANSIT Working Paper Nº3. Holanda, Roterdã: 2015.

<sup>3</sup> Daniela Selloni — disponível em: <http://www.cittadinicreativi.it/>. Acesso em: 15 dez. 2017.

Para Pacenti (2004), o design de serviços deve ser pensado para ser flexível de forma a ouvir o cliente e poder se adaptar às demandas que vão surgir, usando uma abordagem pensada para valorizar a experiência do cliente. Cipolla *et al.* (2009) explicam que, embora a imagem tradicional do usuário/cliente tenha mudado progressivamente e embora as estratégias de mercado fossem orientadas a construir "laços sociais" com os clientes, a abordagem inicial do design de serviços ainda dizia respeito a um modelo de serviço realizado por dois atores principais: agentes (representando uma organização) e um cliente (usuário).

A Figura 2 mostra como é a abordagem do design de serviços, com uma intercessão entre o fornecedor do serviço e o cliente que é projetada para melhorar a experiência do cliente. São pensados aspectos como o espaço físico onde o serviço acontece, quais e como as informações serão transmitidas para o usuário do serviço, quem ele é e como se comporta; porém, a relação interpessoal entre fornecedor do serviço e usuário é secundária, e os benefícios são unilaterais.



**Figura 2:** Design de serviços - Fonte: SELLONI (2013) — Adaptação e tradução da autora (2018)<sup>4</sup>

Cipolla *et al.* (2009) apresentam uma nova possibilidade que desafia o modo padrão de conceber e oferecer serviços, requerendo relações interpessoais intensivas para operar. Esses são os serviços relacionais, definidos como aqueles profundamente baseados em interações interpessoais. Cipolla *et al.* (2009) ainda explicam que, nos serviços relacionais, homens e mulheres não são vistos como usuários ou clientes nem como "Humanos" teóricos, mas como seres "relacionais". Para Cipolla *et al.* (2009), a habilidade de se relacionar verdadeiramente com o outro, um relacionamento mútuo permeado por diálogos e encontros, indica um modelo de serviço emergente que está profundamente ligado à qualidade das relações interpessoais entre os participantes.

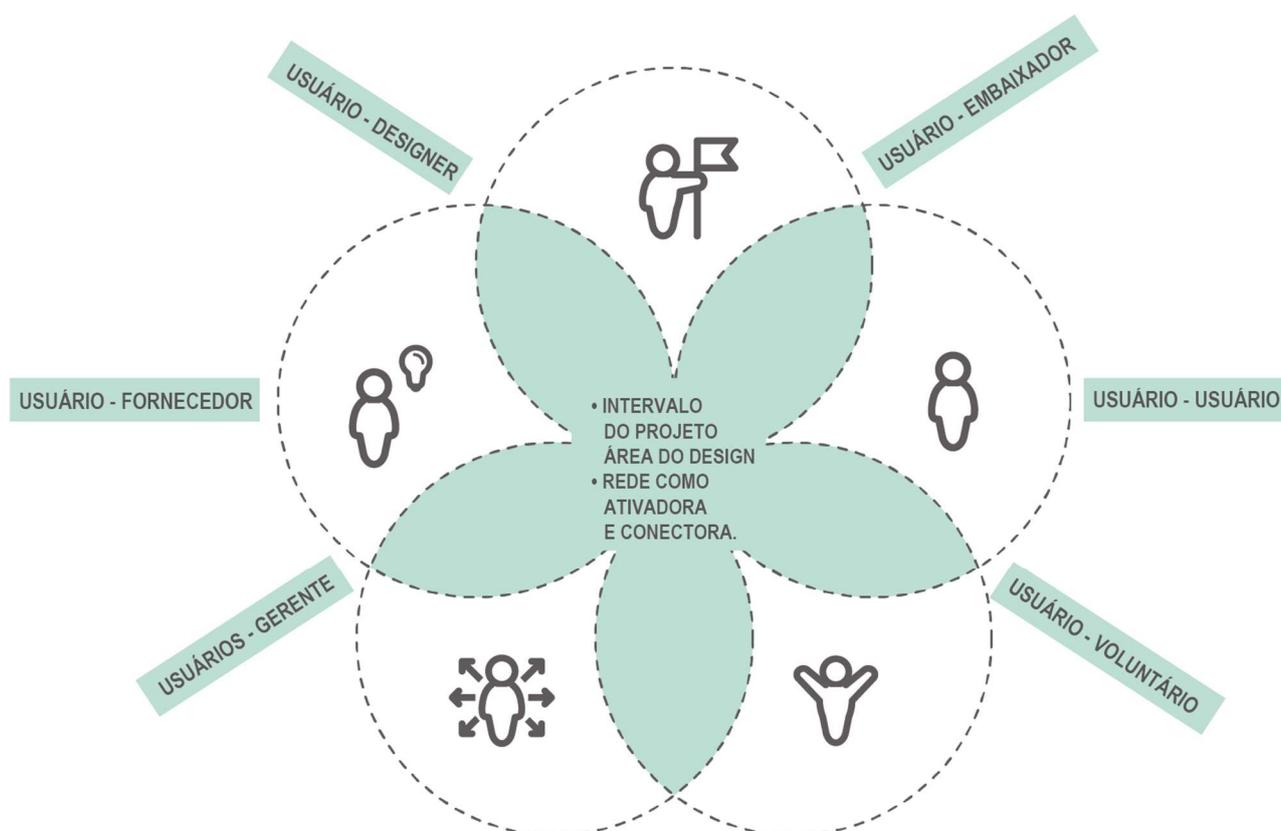
O design de serviços pode ser um grande aliado para as inovações sociais, tendo como principal ponto as relações interpessoais e conduzindo uma mudança sistêmica para transformar a forma como os serviços são prestados e a interação entre os provedores do serviço e os consumidores.

A abordagem identificada nas inovações sociais é de entrega de serviços, criação de novas colaborações e transformação de todos os participantes em coprodutores ativos de benefícios comumente reconhecidos numa forma especial de interação interpessoal, em que os participantes não só precisam ser operacionalmente ativos e colaborativos, mas também inclinados e dispostos a se relacionar com os outros de forma pessoa (CIPOLLA E MANZINI, 2009; CIPOLLA, 2012). Essa maneira especial de interação interpessoal em serviços é, principalmente, o que define os serviços relacionais.

<sup>4</sup> Daniela Selloni — disponível em: <http://www.cittadinicreativi.it/>. Acesso em: 15 dez. 2017.

Serviços relacionais (ou colaborativos) são serviços em que todos os stakeholders estão ativamente envolvidos, apropriando-se do papel de co-designers e coprodutores (MANZINI, 2008). Nesses serviços, as qualidades relacionais — as relações interpessoais verdadeiras entre os envolvidos — é que produzem valor (CIPOLLA, 2009). Enquanto organizações tradicionais tendem a ter um certo grau de qualidade relacional, “para as organizações colaborativas, isso não é uma opção, mas uma pré-condição para a sua existência” (MANZINI, 2008, p. 72). Outro aspecto das organizações colaborativas é que seu modelo desafia os modos polarizados tradicionais de pensar: privado/público; consumidor/produzidor; local/global; necessidade/desejo. “Organizações colaborativas, de fato, propõem soluções onde os interesses privados, sociais e ambientais podem convergir” (Manzini, 2008, p. 72). Geralmente, são iniciativas locais, mas que podem facilmente se conectar com outras iniciativas em escala e localidade diferentes (MANZINI, 2008).

A Figura 3 ilustra como os serviços relacionais funcionam, mostrando que o intervalo de atuação do designer para projetar o serviço é de construção de uma rede que conecta todos os “usuários” do serviço.



**Figura 3:** Design de Serviços Relacionais - Fonte: SELLONI (2013) — Adaptação e tradução da autora (2018)<sup>5</sup>.

Os serviços tradicionais, como apresentado na Figura 3, consideram as pessoas como meras consumidoras, como usuários ou espectadores de um show. Já os serviços relacionais consideram as pessoas como membros. Manzini (2017) explica que, dessa forma, é possível repensar ideias tradicionais de trabalho, porque o trabalho manual se torna valorizado e porque o panorama da ideia de trabalho é modificado, ampliando esse conceito para um número maior de atividades, como cuidado com crianças e idosos, gestão de bairros, criação de áreas verdes, projetos de mobilidade e formação de comunidades — “atividades que, em última análise, capacitam pessoas a enfrentar problemas da vida diária e constituem o tecido fundamental da qualidade de vida cotidiana” (MANZINI, 2017, p. 38). Os serviços relacionais permitem que as pessoas desempenhem um papel ativo na construção do futuro que escolheram, pois são soluções baseadas em colaboração, em que os indivíduos se conectam para ajudar a melhorar algo em que acreditam.

<sup>5</sup> Daniela Selloni — disponível em: <http://www.cittadinicreativi.it/>. Acesso em: 15 dez. 2017.

Serviços convencionais	Serviços relacionais
Relação interpessoal secundária	Relação interpessoal essencial
Empregado/Cliente	Membros
Os empregados e clientes são parte de uma operação	Os membros são parte do todo
Os empregados podem ser substituídos por outro funcionário com a mesma capacidade técnica	Os membros são difíceis de ser substituídos, pois o mais importante não é a capacidade técnica, e sim os laços criados
A eficácia do serviço é quantitativa	A eficácia do serviço é qualitativa
Produzem serviços	Produzem, além do serviço, uma história comum e identidade
Os clientes não se relacionam	Os membros se relacionam entre si e também se relacionam com a localidade
Generalizados e predefinidos	Personalizados e relacionais
Promovem a troca de produtos e serviços	Promovem a regeneração do tecido social local
Interação interseccional (cliente + agente)	Interação circular
Benefícios unilaterais	Benefícios compartilhados
Ações	Relações

**Quadro 1:** *Serviços convencionais x serviços relacionais - Fonte: CIPOLLA (2009) — Adaptação da autora.*

Os serviços relacionais podem levar a benefícios ambientais, melhoram a utilização de recursos existentes e regeneram contextos de vida, estimulando a colaboração. Para Cipolla (2009), os serviços relacionais são capazes de promover um "processo de aprendizagem social" para a sustentabilidade, um modo de vida baseado na partilha. Se considerarmos isso, podemos promover a colaboração, o reforço local do tecido social e a criação de novos bens comuns.

Dessa forma, serviços relacionais aliados a uma nova economia, principalmente em áreas urbanas, e atrelados ao papel da inovação social podem contribuir para a transição para a sustentabilidade. Para Longhurst *et al.* (2017a), pelo fato de as cidades serem vistas como os locais de produção econômica e inovação, a compreensão da sustentabilidade em contextos urbanos não pode ser despreendida da lógica econômica.

Para Manzini (2017), o caminho para a sustentabilidade vai ocorrer por meio de uma mudança sociotécnica, atingindo suas dimensões física, econômica, ética, estética e cultural. Essa mudança será, provavelmente, alavancada por pequenas rupturas locais, promovidas por uma ampla gama de atores sociais capazes de agir fora do modelo econômico dominante. Essas iniciativas locais já existem, rompendo com a maneira tradicional de fazer as coisas; trazendo novas oportunidades e soluções para os problemas do dia a dia; construindo uma nova visão de mundo; proporcionando a aprendizagem e fortalecendo as conexões sociais (JÉGOU e MANZINI, 2008; MANZINI, 2008).

Em termos práticos, o que as inovações fazem é recombinar recursos e capacidades já existentes e criar novas funções e novos sentidos. As inovações sociais proporcionam “maneiras de pensar estratégias de resolução de problemas que representam discontinuidades com o que é localmente predominante, isto é, com as formas de pensar e de fazer que são consideradas ‘normais’” (MANZINI, 2017, p. 27).

Quando as pessoas ou instituições tentam resolver problemas do cotidiano quebrando a forma habitual de fazer e gerando inovação social, elas estão fazendo design, e Manzini (2017) chama essa forma de fazer design de design difuso. Ele explica que há o designer especialista e o design difuso, e eles podem atuar juntos na resolução de problemas e na produção de sentido. O designer especialista que atua na resolução de problemas tem uma formação altamente técnica e, por objetivo, a resolução de problemas complexos conciliando questões técnicas e sociais e envolvendo a colaboração de uma variedade de interlocutores. O papel do designer especialista é estimular e apoiar os processos de design, por

meio do desenvolvimento das coalizões necessárias entre diferentes parceiros, análise de recursos disponíveis e facilitação da participação ativa das pessoas imediatamente envolvidas (o que caracteriza o design difuso).

O papel do designer especialista seria, então, o de identificar processos que estão em construção ou situações em que as inovações sociais estão emergindo ou são necessárias para a resolução de problemas complexos. O designer especialista usa seus conhecimentos para valorizar as próprias habilidades e capacidades das pessoas, bem como as soluções que elas desenvolvem autonomamente para enfrentar seus desafios locais. (CIPOLLA E MANZINI, 2009)

Nesse sentido, é importante entender o que é a complexidade e que a sociedade pode ser considerada um sistema complexo. Para Cardoso (2012), a complexidade é um sistema composto de muitos elementos, camadas e estruturas cujas inter-relações acarretam a redefinição contínua do funcionamento do todo. Algo como uma metrópole, que é constituída por diversos sistemas interligados, incontáveis elementos, numa relação intrincada de vaivém, sobe e desce, criação e destruição contínuos, sem que se saiba onde ela começa ou termina e sem que ela venha a se extinguir algum dia.

Os problemas complexos são problemas instáveis que têm soluções difusas e que são social, econômica e ambientalmente difíceis de ser resolvidos por uma única entidade. “Por isso, trata-se de questões que não devem ser entendidas ou interpretadas com uma maneira linear de pensar, porque esses problemas não podem ser previsíveis e nem resolvidos com fórmulas prescritas.” (LACERDA, 2017 p.40) Deserti (2017) explica que problemas complexos demandam das instituições públicas e privadas e da sociedade um maior envolvimento para a entrega de novos serviços ou reestruturação dos existentes, a fim de alcançar uma maior eficácia utilizando menos recursos.

Também se faz necessário entender a diferença entre design social e design para a inovação social, para conceber a atuação do designer especialista em resolução de problemas complexos. Manzini (2017) explica que a noção de design para inovação social é frequentemente considerada semelhante, quando não idêntica, àquela de design social; porém, as duas expressões referem-se a diferentes atividades, com implicações bem distintas.

O problema começa com o duplo sentido comumente atribuído ao adjetivo "social". O primeiro sentido, que é o sentido em uso na expressão “design para a inovação social”, refere-se a formas sociais como tal; ou seja, ao modo como a sociedade é construída. No segundo sentido, ele indica a existência de situações particularmente problemáticas (tais como pobreza extrema, doença, ou exclusão social, e condições posteriores a eventos catastróficos) para as quais tanto mercado quanto governo não conseguem encontrar soluções e que, portanto, postulam (ou deveriam postular) a necessidade de intervenção urgente de alguma outra parte. É nesse segundo sentido que o adjetivo fez sua entrada nas discussões sobre design várias décadas atrás, dando origem à expressão “design social” (MANZINI, 2017, p. 79).

Para Cipolla (2017a, p. 152), “a prática do design associada ao termo ‘social’ no design para inovação social não atua na resolução de problemas sociais (como pobreza ou restrições físicas)”, porém, pode ser pensada para alcançar mudanças amplas, por exemplo, no modo como a sociedade é organizada e seus modos de vida, com transformações mais sustentáveis.

Design para a inovação social não é uma nova disciplina de design. “Entende-se que, para promover e apoiar inovação social, todas as habilidades e capacidades de design são usadas, combinadas de diferentes maneiras, caso a caso. Podemos observar, ainda, que componentes do design estratégico e de serviços estão incluídos em todos esses casos” (MANZINI, 2017, p. 73).

Para Manzini (2017), não há um novo tipo de design, mas uma nova maneira de funcionar que o design contemporâneo já está adotando. E ao falar sobre inovação social, Manzini (2017, p. 62) explica que, “guiadas pela necessidade ou pelo

desejo de usar a sua capacidade ‘natural’ de fazer design, muitas pessoas participam e colaboram ativamente na criação de novas formas de organização”. O resultado desse processo é uma sociedade em rede, em que todos os processos de design tendem a se tornar processos de co-design.

O design é uma cultura e uma prática relativas ao modo como as coisas deveriam ser a fim de alcançar as funções e os sentidos desejados. Ele tem lugar em processos abertos de co-design, nos quais todos os atores envolvidos participam de diferentes maneiras. Baseia-se em uma capacidade humana que todos podem cultivar e que, para alguns — os especialistas em design —, se tornou profissão. O papel de especialistas em design é acionar e apoiar esses processos abertos de co-design, usando seu conhecimento de design para conceber e aprimorar iniciativas de design claras e focalizadas (MANZINI, 2017, p. 68).

Para Deserti (2017), a inovação social tem muitos desafios na prática, devido à complexidade das partes interessadas e dos sistemas ecológicos envolvidos na cocriação. O design do serviço está emergindo como uma abordagem mais eficaz, a fim de melhorar o co-design das inovações sociais e o envolvimento das partes interessadas a longo prazo, para alcançar o objetivo de adoção e difusão.

O design de serviços para inovação social mostra como o design de serviços pode usar a inovação social para sugerir ideias para novos modelos de serviços, visando à melhoria e à replicação de seus valores (JOLY *et al.*, 2014).

O design de serviços, no âmbito da inovação social, deve ser usado para conceber e desenvolver ideias e soluções que levem em conta a qualidade das interações envolvidas, promovendo e apoiando parcerias entre diferentes atores. Design de serviços para inovação social é o que o design especializado pode fazer para ativar, sustentar e orientar processos de mudança social na direção da sustentabilidade, pensando em novos modelos de serviço.

### 3. ANÁLISE DE UM SERVIÇO RELACIONAL

A partir da compreensão dos conceitos de inovação social, design para a inovação social, serviços tradicionais, design de serviços e design de serviços relacionais, foi realizada uma análise para compreender melhor como esses conceitos se apresentam na prática e a diferença entre eles para a classificação e, possivelmente, para a criação de serviços relacionais com foco em inovação social utilizando a abordagem do design. O projeto Agroecologia na Periferia<sup>6</sup> surgiu em 2014, em Belo Horizonte, com uma iniciativa da integrante e fundadora Tatiane Fonseca, geóloga formada pela UFMG. Em agosto do mesmo ano, foi feito o mapeamento dos agricultores da ocupação Vitória, e, assim, tiveram início os trabalhos do grupo, que foi conquistando membros gradativamente. O coletivo atua em espaços que ainda não contam com um plano diretor — instrumento básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana — e que apresentam um grande potencial para pensar a urbanização de uma forma diferente da que se vê nos grandes centros até o presente momento.

O design de serviços relacionais, como apresentado na parte anterior, tem por objetivo melhorar a experiência, considerando que os usuários são todos os envolvidos, tanto os prestadores (o coletivo Agroecologia na Periferia) quanto as pessoas que utilizam o serviço (os moradores das ocupações).

Segundo a divisão proposta por Browing e Singelman (1978), o Agroecologia na Periferia pode ser classificado como serviço social, pois a atividade proposta pelo coletivo está direcionada à comunidade, pensando na melhoria do bem-estar social e possibilitando a geração de renda e um maior entendimento sobre questões ambientais e sociais que afetam as populações impactadas, por meio de oficinas de noções de gênero, plantio, poda, tinta de terra, círculo de

---

<sup>6</sup> Agroecologia na Periferia - Disponível em: [https://www.facebook.com/agroecologianaperiferia/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/agroecologianaperiferia/?ref=br_rs). Acesso em: 05 jun. 2021.

bananeira, entre outras. Esses voluntários organizam mutirões para a implementação de novas hortas e buscam parcerias com instituições como outros coletivos, ONGs, universidades, poder público e todos os que estiverem interessados em possibilitar que os projetos saiam do papel.

A produção agrícola é considerada, pela economia, como uma atividade do setor primário; porém, o coletivo faz uso da agroecologia para prestar um serviço à comunidade. Os legumes e hortaliças produzidos são o produto final, e, de acordo com Kon (1999), o serviço é a cola, é a força propulsora que liga o coletivo aos pequenos produtores e os produtores ao conhecimento e aos consumidores. Novas definições foram surgindo ao longo da história para determinar o tipo de serviço prestado por uma instituição. Dentro de uma visão tradicional, como a apresentada acima, o Agroecologia na Periferia seria um serviço social, mas, para além dessa perspectiva, o coletivo também pode ser considerado uma organização colaborativa.

Organizações colaborativas são iniciativas de serviços e produção que encorajam relações diretas entre produtores e consumidores, com foco nas atividades locais, permitindo que todos virem coprodutores das soluções projetadas. Com o objetivo de fomentar a inovação, atuar em escala local e rearticular recursos orientados para a sustentabilidade, reduz-se drasticamente a utilização de recursos ambientais, reforça-se o tecido social e regenera-se a qualidade dos contextos de vida (JÉGOU e MANZINI, 2008; MANZINI, 2008; MANZINI e VEZZOLI, 2005; MERONI, 2007).

Compreender o design de serviços permitiu fazer uma análise do coletivo Agroecologia na Periferia sob essa perspectiva, o que tornou possível definir a sua atuação como de assessoria técnica agroecológica e compreender as principais ações durante a jornada do serviço:

1. o coletivo vai até o local e faz um mapeamento dos agricultores e agricultoras, considerando o tamanho da plantação, se é um quintal produtivo ou uma horta comunitária;
2. entende as demandas dos moradores em relação a essa produção;
3. reúne a comunidade, por meio de convite, para participar das oficinas;
4. oferece oficinas de capacitação relacionadas a plantação, novas formas de cultivo e agroecologia. No desenvolvimento dessas oficinas, explica o que é agroecologia e suas aplicações;
5. auxilia os produtores a conseguir vender o excedente da produção em feiras e eventos;
6. acompanha a produção com auxílio de técnicos em agroecologia e permacultura e engenheiros florestais, que fazem parte do coletivo ou que são convidados por meios da rede parceira;
7. em paralelo, realiza reuniões quinzenais para fazer o repasse para os membros que não puderam participar dos eventos e para planejar as atividades.

Essa seria a jornada básica do serviço do coletivo. Nela, porém, são descritas apenas as ações principais, sem contemplar as intervenções que surgem a partir de demandas específicas, como a criação de um fórum com vários parceiros para mapear e mobilizar toda a ocupação Izidora, a fim de beneficiar mais pessoas na comunidade com as ações do coletivo. Essa jornada também não demonstra os benefícios e as relações entre a comunidade e o coletivo, que são fatores primordiais e que demonstram que o Agroecologia na Periferia promove, de fato, inovação social. Depois de uma compreensão aprofundada do que é inovação social, foi possível entender por que o coletivo Agroecologia na Periferia é um case de inovação social:

- ensina e estimula uma nova maneira de plantar com foco na agroecologia, que tem como preocupação central a não utilização de qualquer tipo de produto químico, como adubos e agrotóxicos;
- possibilita e retoma o contato e a preservação da natureza, cuidando das nascentes e do solo, por meio de oficinas como a de círculo de bananeira — para o tratamento da água cinza — e a de aquecimento solar de baixo custo;
- promove a segurança alimentar e nutricional, possibilitando o acesso a alimentos saudáveis e de qualidade e incentivando o seu consumo;

- favorece novas interações sociais entre as pessoas da comunidade e de fora dela, levando gente para as oficinas na ocupação, e os moradores da ocupação para oficinas em outros locais e comunidades, o que é estratégico para reduzir a injustiça (JOLY *et al.*, 2014);
- promove a transmissão de saberes tradicionais sobre plantação, irrigação e alimentação;
- vai contra o uso de produtos químicos, o que gera uma produção de baixo impacto e promove o uso de resíduos orgânicos para adubar e manter a umidade da plantação — reduzindo, também, o uso de água para irrigação;
- regenera o tecido social, por meio do convívio entre os vizinhos da comunidade, as pessoas de outras ocupações e os “visitantes”;
- traz visibilidade para um local marginalizado e que, em muitos casos, não é bem-visto pela sociedade, permitindo um entendimento melhor da realidade dessas pessoas e da comunidade;
- promove o desenvolvimento urbano sustentável em áreas que demonstram um grande potencial para aderir a uma nova forma de planejamento urbano, pois ainda não seguem um modelo;
- trabalha, junto à comunidade, o pertencimento à cidade e o direito à terra e à moradia digna;
- promove a capacitação e o empoderamento da comunidade por meio das oficinas, contribuindo para a construção de autonomia;
- estimula a geração de renda por meio da venda da produção em feiras.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As contínuas mudanças das necessidades da sociedade pós-industrial ampliaram o escopo de atuação do design. O setor de serviços ganhou importância dentro da economia; além disso, 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.

A inovação social deve ser pensada para melhorar a qualidade de vida de uma população, e o design tem como função oferecer soluções aos problemas detectados e sugerir transformações que possibilitem a inovação.

A revisão bibliográfica permitiu compreender como inovações sociais nascem, com o objetivo de solucionar problemas sociais, e que essas inovações podem e devem ser orquestradas por designers, buscando auxiliar para que elas se organizem e ganhem força e escala, de modo que, a seu tempo, mudanças significativas ocorram rumo à sustentabilidade.

#### REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, D. Agricultura Urbana e Segurança Alimentar em Belo Horizonte: cultivando uma cidade sustentável. **Agriculturas — Experiências em Agroecologia**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 0, p. 25-28, 2004.
- ALMEIDA, P. R. de. A economia internacional no século XX: um ensaio de síntese. **Rev. bras. polít. int.** vol.44 no.1 Brasília Jan./Jun., 2001.
- AVELINO, F.; DUMITRU, A.; LONGHURST, N.; WITTMAYER, J.; HIELSCHER, S.; WEAVER, P.; CI- POLLA, C.; AFONSO, R.; KUNZE, I.; DORLAND, J.; ELLE, M.; PEL, B.; STRASSER, T.; KEMP, R.; HAXELTINE, A. Transitions towards New Economies? A Transformative Social Innovation Perspective. **TRANSIT Working Paper** No3. Holanda, Roterdã: 2015.
- CIPOLLA, C.; AFONSO, R. **Social innovation in Brazil**: How do social innovations flourish? Atlas of Social Innovation: new practices for a better future. p.130 - 133. 2017c. Disponível em: <https://www.socialinnovationatlas.net/articles/>. Acesso em: 22 jan. 2018.
- CIPOLLA, C. **Design social ou design para a inovação social?**: divergências, convergências e processos de transformação. *Ecovisões Projetuais Pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil*. Editora Blucher. São Paulo, São Paulo: 2017a p. 147 — 156.
- CIPOLLA, C.; **Ecovisões sobre Design para inovação social**. *Ecovisões Projetuais Pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil*. Editora Blucher. São Paulo, São Paulo: 2017b p. 83 — 86.
- CIPOLLA, C.; MANZINI, E. **Relational Services**. Springer Science + Business Media B.V. Published Online. 2009.

- CIPOLLA, C.; MOURA, H. **Social Innovation in Brazil Through Design Strategy**. The Design Management Institute. Estados Unidos, Boston: 2012, p.40 — 51.
- DESERTI, A.; RIZZO F.sca; COBANLI, O. **From social design to design for social innovation**. Atlas of Social Innovation: new practies for a better future. p. 66 - 69. 2017. Disponível em: <https://www.socialinnovationatlas.net/articles/>. Acesso em: 14 jan. 2018.
- FARFUS, D.; ROCHA, M. C. de S.; CARON, A.; *et al.* **Inovações Sociais**. Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS, 2007.
- FREIRE, K. de M. Design de serviços: conceitos e reflexões sobre o futuro da disciplina. 9o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2010.
- FREIRE, K. de M. **Design de Serviços, Comunicação e Inovação Social**: um estudo sobre serviços de atenção primária à saúde. Rio de Janeiro, 2011.
- FREIRE, K. de M.; DAMAZIO, V.; **Inovação Social e Design de Serviços: uma contribuição para a inovação dos serviços públicos**. *In: 10o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*, São Luís, 2012.
- HOWALDT, J.; HOCHERNER, J. Desperately seeking: a shared understanding of social innovation. **Atlas of Social Innovation**: new practies for a better future. p. 18 - 25. 2017. Disponível em: <https://www.socialinnovationatlas.net/articles/>. Acesso em: 14 jan. 2018.
- JOLY, M. P.; CIPOLLA, C.; MANZINI, E. **Informal, Formal, Collaborative**: identifying new models of services within favelas of Rio de Janeiro. COPPE, Federal University of Rio de Janeiro, Brasil; INDACO, Politecnico di Milano, Italy. 2014.
- KON; A.; Sobre as Atividades de Serviços: Revendo Conceitos e Tipologias. **Revista de Economia Política**, vol. 19, n° 2, 1999.
- LACERDA, A.C.G. **Um estudo sobre o reaproveitamento de resíduos sólidos, de pallets de madeira, através de redes de design**. 2017. Dissertação (Mestrado) — Escola de Design, Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.
- LARA; A. C. F.; ALMEIDA; D.. **Agricultura Urbana**: Belo Horizonte Cultivando o Futuro. Prefeitura de Belo Horizonte (PBH), Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas (REDE), 2008. Disponível em [www.redemg.org.br/article\\_get.php?id=134](http://www.redemg.org.br/article_get.php?id=134). Acessado em 25 de jun. de 2017.
- LONGHURST, N.; AVELINO, F.; WITTMAYER, J.; WEAVER, P.; DUMITRU, A.; HIELSCHER, S.; CIPOLLA, C.; AFONSO, R.; KUNZE, I.; ELLE, M. “New economic” logics and urban sustainability transitions. **TRANSIT Working Paper** No8. Holanda, Roterdã: 2017a.
- LONGHURST, N.; AVELINO, F.; WITTMAYER, J.; WEAVER, P.; DUMITRU, A.; HIELSCHER, S.; CIPOLLA, C.; AFONSO, R.; KUNZE, I.; ELLE, M. **Experimenting with alternative economies**: four emergent counter-narratives of urban economic development. *Current Opinion in Environmental Sustainability*. Volume 22. Editora Elsevier. 2017b.
- MORIN, E. **A Via para o futuro da humanidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. 5a ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2015.
- MORITZ, S.. **Service Design**: Practical access to an evolving field. Londres, 2005.
- MOULAERT, F. BROECK, P. V. der. Social innovation and territorial development. **Atlas of Social Innovation**: new practies for a better future. p. 26 - 29. 2017. Disponível em: <https://www.socialinnovationatlas.net/articles/>. Acesso em: 14 fev. 2018.
- THACKARA, J. **Plano B**: O design e as alternativas viáveis em um mundo complexo. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
- PACENTI, E. Design dei servizi. *In: (P. Bertola, E.Manzini ed), Design multiverso*. Appunti di fenomenologia del design. Milan. Polidesign: 2004 p 139—152.
- MANZINI, E. **Quando todos fazem design**: uma introdução do design para a inovação social. 1a ed. Rio Grande do Sul: Unisinos, 2017.
- MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro, RJ: E-papers, 2008.
- MANZINI, E.; JÉGOU, F. Design dos cenários. *In: BERTOLA, P.; MANZINI, E. Design multiverso*: notas de fenomenologia do design. Milano: Edizioni POLI.design, 2006. p. 189-207.
- MANZINI, E; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. S.P.: Editora da USP. 2005.
- MANZINI, E.; JÉGOU, F. Design degli scenari. *In: BERTOLA, Paola; MANZINI, Ezio (Org.). Design multiverso*: appunti di fenomenologia del design. Milão: Edizioni POLI.design, 2004. p. 189-207.
- SELLONI, D. **Cittadini creativi**: proponi, progetta e sperimenta i servizi che vorresti. 2013. Disponível em: <http://www.cittadinicreativi.it/>. Acesso em: 15 mar. 2018.
- SELLONI, D. **New service models and new service places in times of crisis**. How citizens’ activism is changing the way we design services. Spring Cumulus Conference. University of Aveiro, 2014.