

Research article

Sociedade, design e mudanças: design social

Society, design and changes: social design

Maria Caeiro Guerreiro: Universidade do Algarve, Portugal.
mcguerreiro@ualg.pt

Receipt Date: 28/05/2024

Acceptance Date: 11/09/2024

Publication Date: 06/02/2025

How to cite the article:

Caeiro Guerreiro, M. (2025). Sociedad, diseño y cambios: diseño social [Society, Design and changes: Social Design]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-14.
<https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1439>

Resumo:

Introdução: Atualmente, a sociedade está passando por mudanças significativas devido aos avanços tecnológicos que criaram novas formas de interação social, como o trabalho remoto e os serviços online, além de espaços e equipamentos de trabalho mais adaptáveis e inclusivos. O Design social emergiu como uma área do conhecimento envolvida nessas mudanças, desenvolvendo projetos acessíveis, sustentáveis e imparciais. **Metodologia:** Este estudo adotou uma metodologia exploratória com uma abordagem qualitativa, permitindo identificar claramente o conceito de Design social, seus principais mentores, designers e projetos existentes no contexto nacional. **Resultados:** O estudo revelou que o Design social contribuiu significativamente para o desenvolvimento da área de Design. Inicialmente, os designers focavam nos aspectos funcionais e estéticos dos produtos, mas atualmente, a ênfase está em envolver a comunidade no processo, atendendo às necessidades e experiências dos usuários, e priorizando soluções com impacto ambiental positivo. **Discussão e Conclusões:** A pesquisa destaca que, no Design social, as soluções não apenas visam a funcionalidade, mas também têm um compromisso com práticas ecologicamente corretas, minimizando desperdícios e promovendo práticas sustentáveis.

Palavras-chave: Design social; Design; Projetos de design social; Inovação social; Sociedade; Cultura; Design Social em Portugal; Designers.

Abstract:

Introduction: Society is currently undergoing significant changes due to technological advances that have led to new forms of social interaction, such as remote working, online services, and the creation of more adaptable and inclusive workspaces and equipment. Social Design has emerged as one of the fields contributing to these changes, developing projects in a more accessible, sustainable, and impartial way based on design principles and methods. **Methodology:** This study used an exploratory methodology with a qualitative approach, allowing for a clearer understanding of the concept of Social Design, its main mentors, and existing designers and projects within the national context. **Results:** The study found that Social Design has contributed to the development of the Design field. Initially, designers focused on the functional and aesthetic aspects of products, but now they involve the community in the process, addressing the needs and experiences of end users, and prioritize solutions with a positive environmental impact, minimizing waste and promoting sustainable practices. **Discussion and Conclusions:** The research highlights that Social Design today is not only about functionality and aesthetics but also integrates sustainable practices, focusing on reducing waste and promoting ecological responsibility.

Keywords: Social design; Design; Social design projects; Social innovation; Society; Culture; Social Design in Portugal; Designers.

1. Introdução

A atual sociedade está em constante transformação, em virtude dos vários avanços tecnológicos que têm ocorrido, das mudanças culturais e políticas e dos desafios globais.

Globalmente as populações comunicam mais facilmente e rapidamente através dos novos meios de comunicação, dos novos dispositivos móveis, da Internet. O acesso à informação, através das plataformas sociais, dos *websites*, dos serviços de *streaming*, que são desenhadas para facilitar a usabilidade e melhorar a experiência do usuário, passaram a ser meios de comunicação mais fáceis, pois também é mais rápido adquirir equipamentos eletrônicos (iPad, computadores, telemóveis, outros) para ter acesso a essas informações.

A nível mundial, também surgiram novas preocupações, tais como as mudanças climáticas, que proporcionam mudanças a vários níveis; a criação de produtos com um forte enfoque na redução do impacto ambiental, passando a utilizar-se mais materiais recicláveis e sistemas de produção sustentáveis, atendendo ainda às necessidades de uma população diversificada, garantindo acessibilidade e representatividade e ao nível dos espaços, dos ambientes a promoção de uma maior flexibilidade, colaboração e bem-estar.

No campo do Design, surgem novas especialidades, tais como: Design de interação, Design de Experiência, Design social, Design Sustentável, com o objetivo de acompanharem o desenvolvimento tecnológico que tem vindo a decorrer até à atualidade.

Projetos mais ligados à área do Design de artefactos não desapareceram, passou-se sim a introduzir nesses projetos, outras áreas, tais como a Interação Homem-Computador (HCI) Experiência do Utilizador (UX) e Design de Interface, com o fim de valorizar a apresentação dos artefactos ou até fazer o redesign, criando assim artefactos interativos, proporcionando novas experiências aos seus utilizadores.

A atual sociedade passou a ser mais dinâmica e multifacetada, enfrentando diversos tipos de desafios, sempre com a finalidade de criar novas oportunidades para a inovação e progresso.

1.1. Design

As primeiras formas de expressão do Design remetem para diversos acontecimentos que ocorreram na Europa, fora dela e em Portugal, como foi o caso da Revolução Industrial a par das sucessivas mudanças na área da indústria.

De acordo com Guerreiro (2013) a área do Design acompanha a evolução económica, política, social, e cultural do país, e o “designer é um permanente observador e elemento ativo no mundo que o rodeia, que tem contribuído de forma decisiva para o desenvolvimento da sociedade. Alguns investigadores e economistas, como Kelly (2011), afirmam que “...design é uma ferramenta para a inovação” (Kelly, 2011, s. p.).

De acordo com Mozota (2011, p. 15), em termos etimológicos a palavra “Design = Intenção + Desenho”; verificamos assim a presença de dois caminhos a percorrer, por um lado a fase analítica e criativa, existente num processo que pressupõe a ideia de intenção/plano ou objetivo, por outro lado a fase do “fazer” da execução, remetendo para a ideia de desenho, modelo ou esboço.

Flusser (2007) refere-nos que, no campo semântico, a palavra “Design” surgiu num “contexto de astúcias e fraudes”, no qual este identifica a existência de um contexto real quantificável, e outro subjetivo, qualificável.

Para Flusser, palavras como “Design”, “máquina”, “técnica”, “... ars e kunst...” são termos que estão relacionados entre si, como ele próprio define “cada um dos conceitos é impossível sem os demais, e todos derivam de uma mesma perspetiva existencial diante do mundo” (Flusser, 2007, p. 183).

Christopher Lorenz (1991) defende que o termo Design não tem o mesmo significado para todos os indivíduos, assim,

“... para uns evoca uma imagem de moda feminina (...), mobiliário, tecidos e interiores, ou mesmo objetos (...) para alguns, abrange a arquitetura, para outros a faceta criativa da engenharia (...) para muito poucos sugere a atividade que abrange tanto a forma como a função dos produtos manufacturados.” (Lorenz, 1991, p. 10)

John Walker (1990), no seu livro *Design History and the History of Design* afirma que o Design é polissémico, tanto pode aludir aos produtos manufacturados com a ajuda do design, à aparência do objeto (como adjetivo), a um processo, prática, como ao resultado desse processo, ou seja, o produto.

Quando falamos da origem e do percurso do Design, nunca podemos omitir a conjuntura de situações que esteve na sua origem. Esta traduziu-se por mudanças sociais, económicas, políticas e tecnológicas destacando-se as revoluções que ocorreram no século XIX, principalmente a Revolução Industrial, a aplicação das ideias dos reformistas John Ruskin e William Morris, os movimentos artísticos Artes e Ofícios e Arte Nova e os princípios definidos pela associação Deutscher Werkbund, aspetos fundamentais para a caracterização do Design Moderno.

Nesta fase pioneira, em que o Design era visto como um elemento “interrelacionado da produção mecanizada” (Fiell, 2001, p. 4), subsistiam duas posições diferentes sobre a forma como a produção e a utilização e interpretação da nova maquinaria era feita, existiam os que aceitavam a máquina, bem como as técnicas e metodologias adjacentes e os que a rejeitavam.

Segundo Flusser (2010), o Design entrou nessa divisão como algo capaz de ligar esses dois mundos, já que, no âmbito do campo semântico por ele identificado, existe uma concordância entre arte e técnica.

Posteriormente, nas décadas dos 60/70 do século XX, surgiram algumas ideias anti-ideológicas, que foram criadas por diversos grupos e movimentos sociais: o feminismo, a revolução 'Black Power', o movimento pacífico 'Flower Power', a corrida espacial, a Guerra Fria, e a contracultura. Estas ideologias vieram realçar as preocupações do designer ao nível da sua responsabilidade social e das estratégias tecnológicas alternativas, passando assim a questionar os valores da modernidade e do Design moderno.

Gui Bonsiepe (1992), através de uma perspetiva diferente, afirmou que o Design abdicou da "sua posição marginal e entrou na discussão pública. O Design tornou-se numa realidade aceite e numa ferramenta indispensável para dirigir o negócio, pelo menos nos países mais industrializados" (Bonsiepe, 1992, p. xxi).

As remanescências das ideologias que abalaram as décadas precedentes manifestaram-se no início dos anos 80 do século XX, nomeadamente, na preocupação com a possibilidade do Design poder proporcionar uma melhoria das condições de vida da humanidade, minimizando os impactos da produção industrial e ambiental. Tais preocupações estão patentes nos trabalhos de designers como Vitor Papanek (2009), Jorge Frascara (1995) e Tony Fry (2009).

Lorenz (1991), no seu livro *A dimensão do Design*, fala-nos da necessidade da existência de designers nas empresas, trabalhando em equipa, e não como meros auxiliares de profissionais de outras áreas, pois a "dimensão do design já não é uma parte opcional do marketing e da estratégia empresarial, mas deve estar no seu próprio âmbito" (Lorenz, 1991, p.9).

Victor Papanek (2009) mostrou a designers, colegas, empresários e público no geral, no seu livro *Design for the real world – human ecology and social change*, que é possível sobreviver a partir da grande ferramenta Design, desde que todos saibam projetar devidamente aquilo que realmente é necessário. Para Papanek (2009), criar algo no campo do Design, implica que o trabalho seja executado por um profissional "ecologicamente responsável e socialmente sensível (...) fazer o máximo com o mínimo", ou seja "consumir menos, usar as coisas por mais tempo, reciclar materiais". Para ele "a mais-valia que um designer pode trazer para mundo (...) deve ser combinada com um senso da responsabilidade" (Papanek, 2009, pp. 346-347).

Papanek mostra claramente, no seu livro, a sua posição contra a fraude ecológica, o excessivo consumismo e o profissional - designer.

As preocupações manifestadas nos finais da década de 70 e anos 80, perante uma série de eventos de grande relevo político e social - a queda do muro de Berlim, a guerra no Golfo, a consolidação da CEE, o triunfo do capitalismo sobre a ideologia social - proporcionaram a ascensão do individualismo e da segmentação da sociedade.

Perante este enquadramento, o Design entrou numa fase de grandes "...esperanças e fervilhamento" (Denis, 2000, p. 208) ou "...período da experimentação" (Capelo, 1999, p. 43), conforme Denis e Capelo denominaram. Foi uma década opulenta de novos produtos e espaços, criados de forma diferente daquela que se estava a produzir até à data.

Surgiu pela primeira vez, desde o início do processo de industrialização, a abertura a novas abordagens e a humanidade começou a aperceber-se de que, na complexa sociedade em que vive, existem posições divergentes, para o mesmo problema que podem ser aceites (Châtelet e Groslier, 1991). Os novos produtos passaram a ser criados no âmbito de um pluralismo cultural e eclético, utilizando uma linguagem simbólica, com o contributo de áreas como a sociologia, a psicologia e a antropologia.

Designers ou conjunto de designers, como, por exemplo, o grupo Memphis, liderado pelo designer e arquiteto Ettore Sottsass, renderam-se aos “atributos superficiais” (Meggs e Purvis, 2009, p. 614) dos novos produtos, passaram a destacar mais a superfície, a textura, a cor e o padrão dos produtos, prevalecendo a forma em relação à função.

Segundo Meggs e Purvis “...a atitude experimental, o fascínio pela padronagem colorida tátil e decorativa e a geometria exuberante tiveram influência direta no design pós-moderno do mundo inteiro” (Meggs e Purvis, 2009, p. 614).

Nos finais dos anos 80 e início dos 90 do século XX, a globalização proporcionou a existência de vários locais de produção de peças, ou de frações de peças, diferentes do mesmo produto, em virtude da globalização que ocorreu entre vários países da Europa com a Ásia e a América. Segundo Bürdek o “Design é centralizado e a produção é executada de forma descentralizada” (Bürdek, 2011, p. 71).

No século XXI, o Design tornou-se num “fenómeno global” (Fiell, 2002, p. 15) em virtude das constantes mudanças sociais, económicas e da crescente globalização e num “... agente de mudança” com uma “função formativa, que personifica e transmite sistemas de persuações multifacetadas, mensagens e valores” (Sparke, 2013).

Segundo Charlotte e Peter Fiell (2002), o Design passou a ser um elemento catalisador em constante desenvolvimento que copula na vida do ser humano. O Design aglomera “... além da vasta gama de funções, técnicas, atitudes, ideias e valores, todos eles influenciando a nossa experiência e perceção do mundo” (Fiell, 2012, p. 15) todas as outras projeções e finalidades que a humanidade poderá atribuir-lhe futuramente.

Atualmente o Design pertence a um “... mundo global ...” (Sparke, 1998, p. 228). Assim, não é apenas “um processo” mas é também um “... meio de conferir ideias persuasivas, atitudes e valores (...) de acordo com objetivos individuais, de grupo, institucionais” (Fiell, 2001, p. 5) e globalizante.

Em Portugal, na fase inicial da génese do Design, em paralelo ao desenvolvimento tecnológico e industrial deu-se a aproximação da área do Design a outras áreas, tais como a arquitetura (Tostões e Martins, 2000), as artes decorativas (Almeida, 2009) e as artes plásticas (Quintela, 2013).

Uma das causas que propiciaram a entrada tardia do Design em Portugal foi o contexto político, económico e social do país nesse período. De duas realidades políticas diferentes (o fim da Monarquia e a Primeira República -1910-), Portugal passou para uma fase de ditaduras, primeiro a Ditadura Militar (1926-1933), depois o período ditatorial denominado de Estado Novo (1933-1974) (Mattoso, 1998). Existiram, porém, outras causas tais como: o aparecimento tardio de alguns movimentos artísticos, a falta de uma cultura artística no período de formação dos indivíduos e no seio da sociedade, a escassa estrutura conceptual dos produtos e espaços criados (Santos, 1999, 2000; Pereira, 2004) e a diminuta aplicação, durante a criação e produção dos produtos e dos espaços/ambientes, de uma metodologia projetual (Souto, 2009).

Atualmente, a área do Design está a ligar-se cada vez mais a outras áreas, tais como a sustentabilidade, ou a áreas do conhecimento como as Ciências Sociais, Humanidades e Saúde, criando assim estratégias para resolução do processo de Design, métodos por vezes até mais humanista e social.

Atualmente o Design está na base do desenvolvimento da cultura e da sociedade como um todo, contudo, para que tal aconteça é necessário que haja maior ligação entre os vários agentes que proporcionam o desenvolvimento de um país, são eles, o Estado, a comunidade empresarial e pública, os responsáveis pela educação e formação, as entidades representativas dos profissionais, os profissionais, entre muitos outros.

De acordo com as diferentes posturas tidas pelos profissionais nos vários domínios do Design, aferimos que tanto a cultura como o Design são dois elementos catalisadores de desenvolvimento e progresso sócio - económico e, embora ao longo dos vários anos o governo português nunca tenha deixado de investir na indústria portuguesa, mesmo com as sucessivas reformas estruturais sociais e políticas, apesar do investimento tenha sido feito mais tardiamente, o desenvolvimento de áreas como a cultura, o Design têm vindo a ser progressivo.

A forma como o Design é visto, hoje em dia, pelo mundo empresarial, faz com que sobressaia a ideia de que o Design é um elemento necessário e elementar no seio das empresas portuguesas, pois proporciona valor acrescentado à economia, vencendo o desafio da produtividade e da competitividade global.

Atualmente o Design adapta-se à realidade, molda-se às tendências e procura responder a problemas colocados pela sociedade. Perspetivam-se produtos que sejam objetivos, algo que não seja nem complexo nem fechado em termos conceptuais, dos materiais que os compõem, ou em termos produtivos.

“... o design participe na construção de um pensamento social que, mediado pelo designer, redunde na produção e transformação de comportamentos qualificadores de uma relação social inscrita num complexo núcleo de materialidades e imaterialidades nas quais convergem a ciência, a arte e a tecnologia – tríade à qual não deve ser diversa a função pedagógica e didática da escola, no quadro interdisciplinar da educação artística e tecnológica. (Paiva, 2019, pp. 105-111)

1.2. Design social

Design social é uma das subáreas que faz parte da área do Design. Na área do Design social, o designer procura criar produtos inovadores e que cheguem a todos os indivíduos, independente do tipo de produto, assumindo assim uma responsabilidade maior perante a sociedade. No campo do Design social, também é possível proporcionar a criação de mudanças sociais, a partir do processo de design, ou se é de outra área, e toma como referência o processo de design.

Segundo Margolin e Mangolin (2004), o principal objetivo do Design para a economia de um país é criar produtos para venda, no caso do Design social, o principal é criar satisfações perante as necessidades humanas, contribuindo assim para a melhoria dos meios de subsistência.

Embora o Design social seja uma disciplina nova, em que o profissional, o designer e os produtos que cria visam o bem-estar social e ambiental, a área do Design, têm como objetivo fundamental melhorar as condições de vida de todos os indivíduos.

Aferimos assim que, desde as suas origens, a área do Design esteve sempre ligada à área social, a preocupações sociais, proporcionando a criação de mudanças na e com a sociedade.

A origem e a evolução da área Design social remete para investigadores e estudos realizados em diferentes áreas, no decorrer dos anos, que abordavam e abordam questões sociais, ambientais de sustentabilidade, e de inclusividade. Investigações estas que, proporcionaram mudanças e evolução na forma de pensar e agir por parte dos diferentes profissionais, designers e sociedades.

No início do século XX, Richard Buckminster Fuller (1895-1983), arquiteto e designer, foi um dos grandes defensores das questões centradas no meio ambiente, criando assim projetos munidos de soluções que preveem uma maximização da experiência do utilizador, enquanto são assimiladas considerações ambientais, tais como os gastos energéticos ou a redução do uso de materiais. Para Fuller, a ligação interdisciplinar entre ciência, tecnologia, arte, filosofia, entre sistemas naturais e sociais, eram abordagens patentes nas teorias e praticas que definiu e defendia-nos vários projetos que desenvolveu.

Posteriormente a Fuller, Munari, foi outro dos teóricos que contribui para a evolução do conceito de Design social. Bruno Munari (1907-1998), artista, designer e teórico, tinha como princípio tornar o design mais acessível e funcional e acima de tudo, na forma como o design pode ser utilizado para educar e envolver as pessoas. Munari valorizava a interatividade e a participação do usuário, em todas as fases do processo de criação de um produto, passando pela criação, produção e aplicação.

Em 1971, Victor Papanek, no livro *Design for the Real World: Human ecology and social change*, inclui muitas questões polémicas sobre ecologia e sociedade. Papanek queria alertar a comunidade de designers existentes e os futuros, para as responsabilidades que devem ter enquanto profissionais.

As suas maiores preocupações incidiam em torno de causas ambientais, ecológicas, ao nível da sustentabilidade e da ética. Para Papanek, qualquer designer deveria assumir certos valores éticos, e todos deviam trabalhar mais de forma responsável com o intuito de criarem um mundo melhor.

Mais tarde, em 1995, Papanek editou um novo livro, em torno do Design Social, denominado *Arquitetura e Design. Ecologia e Ética*. Papanek defendia a produção de produtos que fossem úteis e respondessem às necessidades humanas, os quais devem ser feitos com materiais e processos que minimizassem o impacto ambiental.

Tal como Fuller e Munari, Papanek afirmava que os designers devem ter a responsabilidade de conhecer e acompanhar o ciclo de vida completo de um produto, conhecendo assim, o usuário dos produtos.

Victor Papanek têm sido assim o mentor de muitos designers e profissionais, com o fim de seguirem uma abordagem mais consciente e responsável do Design.

Victor Margolin (1941-2019) defendeu a ideia que o Design não é apenas uma disciplina prática que se preocupa com a parte funcional e estética dos produtos, mas também é uma ferramenta muito importante que proporciona mudanças sociais positivas e aborda questões de justiça social e de sustentabilidade.

Segundo Margolin e Margolin (2002), o Design social não se deve dedicar especificamente a tratar de casos de terceiro mundo, mas deve sim beneficiar qualquer pessoa, satisfazendo assim as necessidades humanas.

Em Portugal, o Design social passou-se a evidenciar mais nos finais do século XX, início do século XXI, com projetos no âmbito do Design de produto, comunicação e interiores. A principal prioridade destes projetos tem sido criar soluções que abordem questões sociais e ambientais, com a criação ou redesign, inovação e sustentabilidade dos projetos, com a finalidade de contribuir para um futuro mais inclusivo e sustentável.

O design social é uma área, na qual se pretende resolver problemas sociais, criar soluções que não sejam apenas funcionais, mas também socialmente responsáveis e sustentáveis, melhorando assim a qualidade de vida de todos. É uma área em constante crescimento, na qual se dá o cruzamento de práticas de design com preocupações sociais e éticas.

Em simultâneo ao desenvolvimento da área Design Social, têm decorrido diversos acontecimentos estruturados por associações, instituições, empresas públicas e privadas, sensibilizando os participantes a implementarem novos comportamentos, novas abordagens profissionais e académicas sobre práticas do Design, persuadidas pelas mudanças de comportamento dos públicos, diante dos imperativos da vida contemporânea.

O Centro Português de Design, que encerrou em 2013, era uma associação/ espaço na área do Design que intervinha na implementação da internacionalização do design português, na divulgação da disciplina junto do público, na concretização de projetos e parcerias e na sensibilização de temas/áreas como a sustentabilidade, a economia circular, as práticas e metodologias do Design.

A Experimentadesign, criada em 1998 em Lisboa, é uma associação, é

“... uma unidade de produção de conhecimento e de realidade e um pólo difusor de conteúdos nas áreas do design, arquitetura e cultura de projeto. A sua matéria-prima prioritária é a criatividade e o campo de inserção é a cultura e a sua permanente transformação, numa perspetiva integradora e multidisciplinar. Move-se no sentido de uma intervenção incisiva no modo de pensar, produzir e promover cultura em Portugal e no estrangeiro, repercutindo-se ativa e positivamente no panorama transnacional. Este duplo objetivo concretiza-se através da conceção, dinamização e promoção de projetos de criadores e instituições portuguesas, bem como do forjar de uma rede de contactos e parcerias com entidades internacionais.
(www.experimentadesign.pt/e/pt/0502.html)

Com o apoio de diversos mecenas, além da área cultural, a Experimentadesign também atua no campo da inovação social e na área da investigação e desenvolvimento, através das unidades de investigação que coordena, a Design Response, a Design & Industry e a (e) MixMedia Lab.

A unidade de investigação Design Response, tem como fim o desenvolvimento de soluções para desafios que surgem nas sociedades atuais, através do Design, diligenciando valores de inclusão, sustentabilidade, valorização e cidadania.

Em 2009 e posteriormente em 2011, com a segunda edição, a unidade de investigação Design Response organizou os eventos, Action for Age 2009 e Action for Age 2011- Intergeracionalidade.

O evento Action for Age 2009, foi realizado em parceria com a Royal Society for the Encouragement of Arts no Reino Unido, a Fundação Calouste Gulbenkian e a Experimentadesign em Portugal, envolvendo estudantes universitários de design. O evento consistiu num espaço laboratorial que teve como fim analisar o papel do design face aos complexos desafios e possibilidades que nos coloca o fenómeno do envelhecimento generalizado da população.

Na segunda edição, agora com o apoio de outros mecenas, apostaram primeiramente num concurso nacional de ideias, com a participação de várias instituições de ensino superior, e, posteriormente na apresentação dos trabalhos. No evento Action for Age 2011, embora a área de atuação incidisse novamente na classe mais idosa, o objetivo foi desenhar soluções que contribuíssem para melhorar a qualidade de vida dos idosos com base no estabelecimento de relações intergeracionais.

Em 2009 também desenvolveram o projeto Efeito D, que consistiu na criação de uma linha de produtos de design únicos para serem comercializados a nível nacional e internacional, em que os lucros contribuía para a manutenção do Centro de Desenvolvimento Infantil-Diferenças, especializado em crianças com deficiências (Síndrome de Dawn, Trissomia 21).

Em termos de profissionais, no campo mais académico, temos professores como Ana Vasconcelos (2024), docente da Faculdade de Belas Artes de Lisboa, e grande mentora do tema Design Social. Ana Vasconcelos participou no evento Action for Age organizado pela associação Experimentadesign, com projetos desenvolvidos por alguns dos seus alunos. Como autora, ou em coautoria possui uma diversidade de artigos na área do Design social, com estudos realizados no campo nacional e internacional, como foi o estudo que fez na América do Sul, apresentado na conferencia DESIGNA em 2016, com o artigo Design para a inovação social, em conjunto com Renata Gastal Porto e Rita Almendra.

No campo ainda profissional, embora fora do contexto académico, já encontramos a nível nacional alguns projetos na área do Design social.

O designer de comunicação Miguel Neiva (2010) criou o projeto Color ADD (Color Identification System), projetado para todos os indivíduos que tenham problemas em identificar cores no espaço, nos objetos, em virtude de possuírem algum tipo de incapacidade visual, como por exemplo, daltonismo. É um código pioneiro e universal, que permite a inclusão de cerca de 350 milhões de pessoas. Com o objetivo do projeto Color ADD de alcançar crianças e indivíduos do mundo inteiro, criou a ONG, ColorADD, Social (2014), para que seja possível utilizar o código em diferentes contextos, por empresas e no campo da educação, com custos reduzidos, proporcionando assim um mundo melhor para todos.

A designer de produto Ana Mestre em 2021 foi nomeada Consultora de Design Sustentável para a Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia, em virtude do seu vasto trabalho realizado no âmbito do Design e da Sustentabilidade. Entre os vários projetos que já desenvolveu, destaca-se os móveis e peças para diferentes fins, produzidas apenas em cortiça.

Ana Mestre (2024) possui a empresa Susdesign Design Studio & Consultancy na área do Design sustentável, apostando na produção e consumo de produtos mais responsáveis, com um processo de design enraizado na ecoeficiência e circularidade.

Susana António é designer de produto, é a fundadora da marca de produtos Toma Lá, e trabalha principalmente com públicos sénior, indivíduos marginalizados e pessoas com algum tipo de deficiência. Participou no evento Action For Age e no projeto Pick- It, com a produção de produtos para lares e centros de dia, no projeto Ideias pá troca, com pessoas com deficiência e no projeto Eco Design Remix no âmbito do Programa Bip- Zip- Bairros e Zonas de Intervenção prioritária de Lisboa.

Identificamos também alguns projetos realizados na área da arquitetura, e em parte na área do Design, como foi o caso do projeto Casulo, feito por Pedro Campos Costa. O projeto Casulo, é um módulo habitacional sustentável e de baixo custo, é um alojamento para ser utilizado em situações de crise, de emergência.

Aferimos assim que a maioria dos projetos identificados, entre os quais alguns descrevemos no presente artigo, tem contribuído para a inclusão de pessoas com algum tipo de deficiência, grupos marginalizados e/ ou idosos, proporcionando assim oportunidades ao nível da participação de todos, da aplicação de práticas mais sustentáveis, assim como, o uso responsável de recursos.

2. Objetivos

Perante o exposto, relativamente à situação do Design social em Portugal, em termos gerais pretendemos com este estudo, recolher, reunir e analisar informação sobre a área do Design social, identificar os seus principais mentores, assim como a evolução do tema a nível nacional.

Outro dos objetivos gerais deste estudo está implícito com o trabalho que tenho vindo a desenvolver, enquanto docente e designer, lecionando no curso de Design de Comunicação da Universidade do Algarve, a unidade curricular Design Inclusivo, assim como no mestrado em Educação Especial-domínio cognitivo e motor. Considerada por muito dos investigadores identificados, como sendo uma área implícita no Design social, pretendo assim aferir melhor esta ligação entre as duas áreas.

Assim, em termos de objetivos específicos, pretendemos:

- Recolher e sintetizar informação considerada relevante sobre o tema Design social no geral e em específico;
- Recolher e sintetizar informação sobre outras áreas do Design e afins, que possam estar direta ou indiretamente implícitas com a área Design social;
- Recolher e sintetizar informação sobre projetos, realizados no âmbito do design social;
- Recolher e sintetizar informação sobre designers que desenvolvem projetos na área do Design social;
- Aferir mudanças, que têm ocorrido em Portugal, principalmente, e que estejam implícitas no desenvolvimento da área do Design social.
- Contribuir para a melhoria da qualidade e dos produtos e serviços criados no âmbito do Design social.

3. Metodología

Para a elaboração do estudo, descrito no presente artigo, recorremos a uma metodologia de carácter exploratório com uma abordagem qualitativa (Denzin e Lincoln, 1994).

Com foco nas mudanças no campo da sociedade e da área do Design, recorremos a uma análise intensiva das temáticas, utilizando também, o método de estudo de caso (Yin, 2005). Como técnicas de recolha de dados utilizámos a observação e a análise documental de publicações diversas, artigos científicos, teses de doutoramento, entre outros e entrevistas exploratórias.

Na definição de alguns conceitos foi tido como referência a pesquisa feita no projeto de investigação desenvolvido pela autora, assim como, com base em testemunhos recolhidos em diversas publicações científicas. Abordagem metodológica que abrangeu além dos conceitos, a evolução do tema no espaço e tempo, a identificação dos principais mentores, assim como profissionais e respetivos projetos, principalmente a nível nacional.

Em virtude do objeto de estudo, recorremos à análise de informação de um período temporal ligeiramente mais alargado, para que fosse possível contextualizar melhor o objeto de estudo.

O estudo incide no caso da situação do Design social em Portugal.

4. Conclusões

Com o presente estudo identificamos que o Design social é uma área, na qual se pretende resolver problemas sociais, criar soluções que não sejam apenas funcionais, mas também socialmente responsáveis e sustentáveis, melhorando assim a qualidade de vida de todos.

Apercebemo-nos ainda, que para além de ser uma área em constante crescimento, na qual se dá o cruzamento de práticas de design com preocupações sociais e éticas, existe uma ligação com outras áreas do conhecimento como a sociologia, o Design, a psicologia, a medicina, entre outras.

Embora com maior incidência em desenvolver projetos nas áreas da sustentabilidade, inclusão e inovação, os projetos desenvolvidos no campo de design social proporcionam a criação de soluções que não respondem apenas a problemas imediatos, mas também promovem um desenvolvimento mais justo e equilibrado ao longo prazo.

Embora o Design social seja uma área recente em Portugal, já existem profissionais do meio académico e designers do meio profissional, empresas e associações, principalmente na área do Design que já percebem a responsabilidade da área no seio do desenvolvimento de uma sociedade.

Observamos também, que o presente estudo não está fechado, terminado, apenas demos início a uma pesquisa num tema atual, que pretendemos desenvolver com o fim de identificarmos melhor, projetos, ações, iniciativas que proporcionem alguma igualdade nas atitudes e comportamentos de todos os indivíduos, primeiramente a nível nacional e posteriormente a nível internacional.

Aferimos com o presente estudo que, embora seja uma área do conhecimento em crescimento em Portugal, já existem profissionais da área do Design, mais especificamente designers que procuram dar respostas o mais inclusivas possíveis, de forma a que a maioria dos indivíduos possa usufruir dos produtos e serviços criados ou recriados.

Embora a sensibilização para questões relativas aos valores e responsabilidades que um designer deve possuir e aplicar, iniciaram muito cedo, com Vicrtor Papanek entre outros investigadores, como o Design social é uma área nova em Portugal, aferimos que deve-se dar continuidade a este tipo de comportamentos junto dos profissionais e nas várias instituições de ensino superior, com o fim de se criar designers com uma maior consciência social.

Aferimos assim que, em simultâneo ao desenvolvimento da sociedade, o papel do Design social e do designer é crucial, para garantir que as soluções criadas sejam verdadeiramente benéficas para todos os membros da comunidade.

6. Referências

- Almeida, V. (2009). *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo: A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974* [Tesis de doctorado]. Universidade de Lisboa.
- Bonsiepe, G. (1992). *Teoria e Prática do Design Industrial*. Centro Português de Design.
- Bürdek, B. E. (2011). *Historia teoria e prática do design de produtos*. Edgard Blücher.
- Capelo, F. (1999). O porquê desta nova coleção. En *Museu do Design - Luxo, Pop & Cool de 1937 até hoje*. Museu do Design.
- Châtelet, A. & Bernard, P. G. (1991). *História da arte*. Larouse.
- Denis, R. C. (2000). *Uma introdução à história do Design*. Novabase.
- Denzin, N. & Lincoln, Y. (1994). Entering the field of qualitative research. En N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research*. Sage.
- Experimentadesign. (s.f.). *Unidades de investigação*.
www.experimentadesign.pt/e/pt/0502.html
- Fiell, C. & Fiell, P. (2001). *Design do Século XX*. Taschen.
- Fiell, C. & Fiell, P. (2002). *El diseño del siglo XXI/ Il design del XXI secolo/Design do século XXI*. Taschen.
- Flusser, V. (2007). *O mundo codificado - por uma filosofia do Design e da comunicação*. Cosac Naify.
- Frascara, J. (1995). Graphic Design- fine art or social science. En V. Margolin & Buchanan (Eds.), *Título del libro* (pp. xx-xx). Editorial.
- Fry, T. (2009). *Design futuring: sustainability, ethics, and new practice*. Berg.
- Guerreiro, M. C. M. (2013). Desafios do ensino superior: a nova contextualização da formação na área do Design. Em VV.AA. *DESIGNA 2013 - Interface: Proceedings da Conferência Internacional de Investigação em Design* (pp. 489-495). Universidade da Beira Interior.
- Kelley, T. (2011). *Designing Thinking/Business Success*. Thames & Hudson. (2ª ed.)
- Lorenz, C. (1991). *A dimensão do Design: a nova arma competitiva para uma estratégia de produto e um marketing global*. Centro Português de Design.

- Margolin, V. & Margolin, S. (2002). *A social modelo of Design: issues of practice and research*. The MIT Press.
- Margolin, V. & Margolin, S. (2004). Um modelo social de Design: questões de prática e pesquisa. *Design em foco*, 1(1), 43-48.
- Mattoso, J. (Ed.) (1998). *História de Portugal - O estado novo (1926-1974)* (Vol. 7). Estampa.
- Meggs, P. B. & Purvis, A. W. (2009). *História do design gráfico*. Cosac Naify
- Mestre, A. (2024). *Sobre Ana Mestre*. www.revistasustentavel.pt/sobre/ana-mestre/
- Neiva, M. (2010). *ColorADD*. <https://acortar.link/V3ypjO>
- Neiva, M. (2014). *Why ColorADD*. Color ADD Color Identification System. <http://www.coloraddsocial.org/about/pt>
- Paiva, B. (2019). Design social- inclusivo, civilidade e educação. *Revista Ibero-Americana de Pesquisa em Educação, Cultura e Artes*, 11.
- Papanek, V. (1995). *Arquitetura e Design. Ecología e Ética*. (1ª ed.). Edições 70.
- Papanek, V. (2009). *Design for the real world: human ecology and social change*. (2nd ed.). Thames & Hudson.
- Pereira, J. F. (2004). Fragmentos para uma Pré-História do Design. En VV.AA. (Ed.), *Arte e Teoria* (pp. 6-12). Universidade de Lisboa
- Quintela, P. (2013). *Processos de "patrimonialização" do design em Portugal: algumas reflexões*. IV Colóquio Internacional de Doutorandos/as do CES da Universidade de Coimbra, Coimbra.
- R. (1995). *The idea of Design - a design issues reader*. The MIT Press.
- Santos, R. A. (1999). Percursos do Design em Portugal. En VV.AA. (Ed.), *Museu do Design - Luxo, Pop & Cool de 1937 até hoje*. Centro Cultural de Belém.
- Santos, R. A. (2000). 100 anos de Design português: anos 20 - o Design e a decoração em Portugal nos anos 20. *Cadernos de Design Anuário 2000 - O Tempo do Design*, 8(21/22), 40-45.
- Souto, M. H. (2009). *História do Design em Portugal I: Reflexões*. IADE
- Sparke, P. (1998). *A century of Design: Design pioneers of the 20th Century*. Mitchell Beazley.
- Sparke, P. (2013). *An introduction to design and culture - 1900 to the present*. (3.ª ed.) Routledge, Taylor & Francis Group.
- Tostões, A. e Martins, J. P. (2000). A Construção do Design em Portugal: de 1960 à Revolução de Abril de 1974. *Cadernos de Design Anuário 2000 - O Tempo do Design*, 8(21/22), 64-69.
- Vasconcelos, A. (2024). *Ciência Vitae Ana Vasconcelos*. www.cienciavitae.pt/B917-9FCB-BB14

Yin, R. (2005). *Estudo de caso – planejamento e métodos*. 3^a ed. Porto Alegre: Bookman

AUTOR:

Maria Caeiro M. Guerreiro:

Universidade do Algarve.

Maria Caeiro M. Guerreiro é doutora em Design pela FAUL. Professora na Universidade do Algarve, desde 1994. A principal área de investigação é o Design: Design inclusivo, Design social e cultural, Formação em design, Designers. Membro de várias comissões científicas de revistas e conferências internacionais, é coordenadora de diversos projetos realizados com a comunidade, além de orientadora de projetos de investigação nas áreas do Design de Comunicação, Educação Especial - domínios cognitivos e motores, e Educação Pré-Escolar. Autora de varias publicações científicas. Assume vários cargos de direção, tais como: Diretora do curso de mestrado em Design de Comunicação para Turismo e Cultura, Diretora do departamento de Artes e Design, e coordenadora do Pólo de Investigação em Design da UALG/UL-FA (2021).

mcguerreiro@ualg.pt

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-3714-0122>

ID científico: E112-A88F-4187