

Research Document (1)

Lugar Lugares - Fase 1



Escrito por
Rodrigo Julião

Índice

Interativo

1. Composição 1

2. Pesquisa

2.1 Livros

2.2 Teses

2.3 Artigos

2.4 Vídeos

3. Composição 2

4. Casos Práticos

4.1 Organizações

4.2 Projetos

4.2.1 Get Compensation!

4.2.2 Kuja Kuja

4.2.3 Speak Up Box

5. Composição 3

6. Conclusão

Composição 1

“Where does the future take place?”

“Where does the future take place” foi o artigo que selecionei para explorar de entre os inúmeros exemplos proporcionados pelos professores.

Esta seleção deve-se ao facto de o que é discutido neste artigo servir de base para os conceitos explorados neste research document.

O artigo, parte da “Bauhaus Now”, discute o conceito de cidade global e como, através de um crescimento da classe social de baixo rendimento, estes se tornam os “Atores Sociais” principais.

No artigo há um foco no aspeto arquitetónico da bauhaus, focando essa faceta nas classes de baixo rendimento, mas este pensamento também pode ser aplicado no Design de Comunicação / Social.

À medida que o vazio entre as pessoas com poder monetário e aqueles que não o possuem aumenta, e a classe média se torna cada vez mais marginalizada no cenário urbano, o foco do designer deve incidir sobre o público maior, os desfavorecidos.

Estes, que são indispensáveis aos ricos pelo seu papel crucial na produção e manutenção de serviços e indústria como um todo, podem então criar os seus próprios espaços e cultura, na detetiva liberdade da sua marginalização.

Nesta urbe controlada por estes atores sociais, segundo o artigo, estabelecem uma nova política informal, controlada pela população para a população, através da utilização do espaço urbano

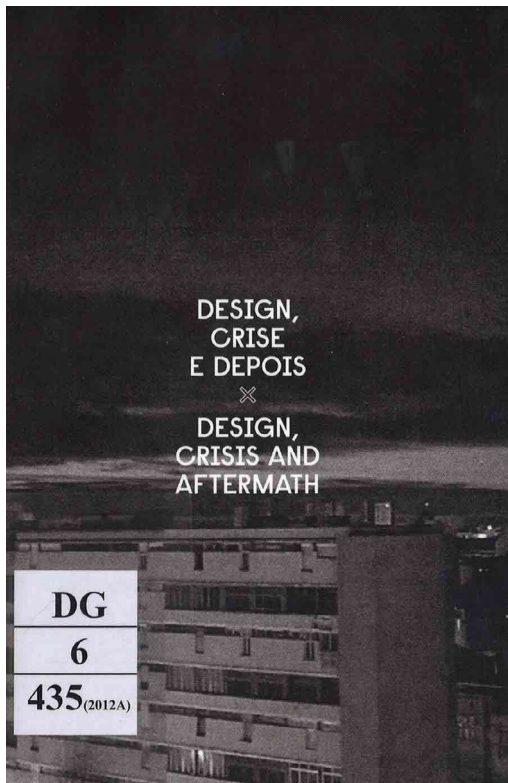
como base sobre as quais agir (referência aos movimentos “Occupy”).

Sendo assim o novo cidadão urbano é aquele que prolifera neste cenário onde enormes diferenças de religião, etnia, e rendimento são constantes, mas onde existe uma união face às crises enfrentadas pela população como um todo.

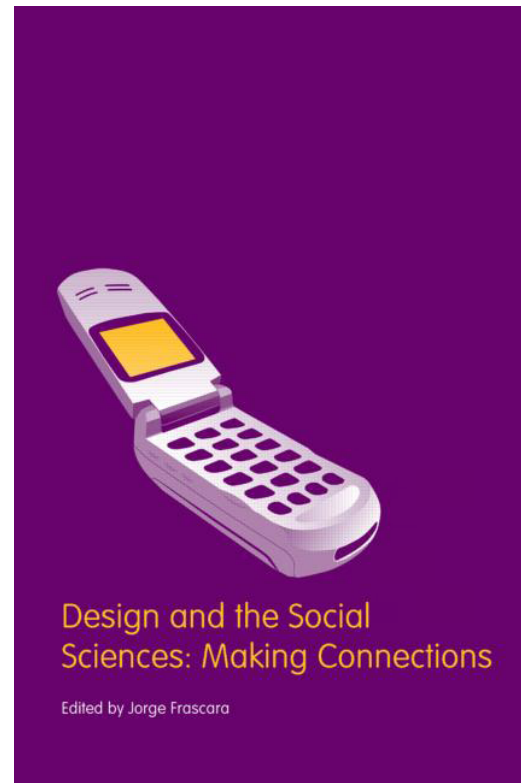
Concluindo, é possível a ligação desta classe de cidadão como público para mudança e movimentos direcionados ao auxílio dos desfavorecidos, integrando nestes vertentes da área do design.



Livros ⁽¹⁾

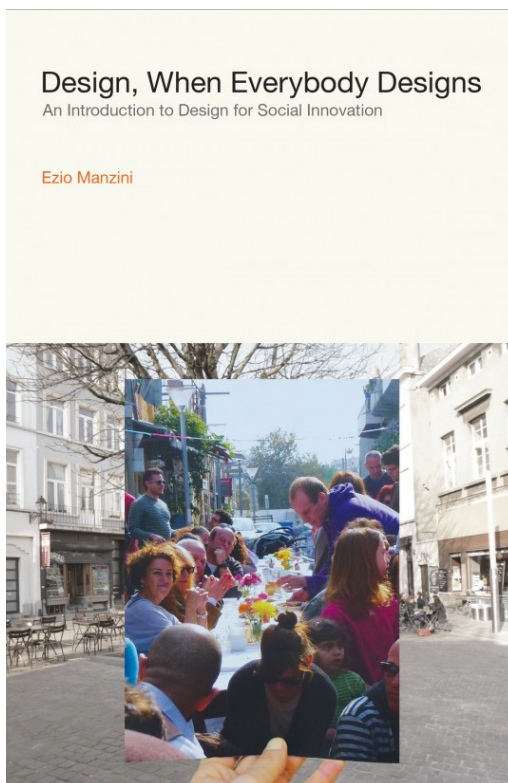


Design, Crise E Depois



Design and the Social Sciences : Making Connections

(1) Apresentação de livros sobre a forma de link redirecionando ao blog.



Design, When Everybody Designs

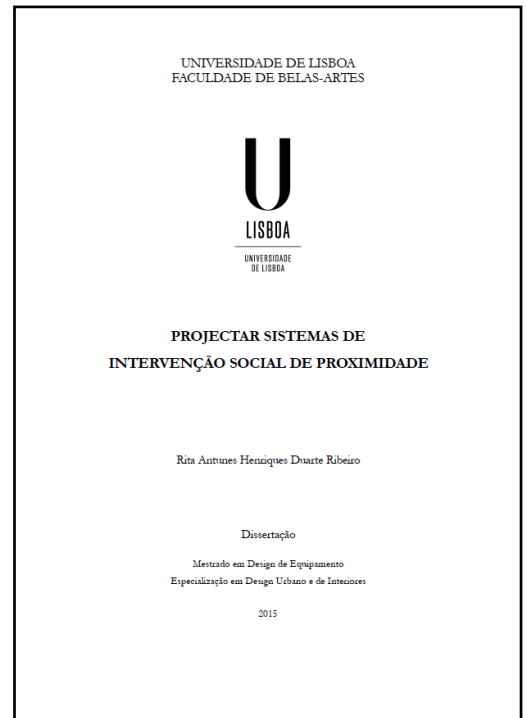


Design Like You Give a Damn [2]

Teses



Design Social em Portugal: A Perspetiva Humana do Produto



Projetar Sistemas de Inter- venção Social de Proximi- dade

(2) Uma
proposta de
aplicação
para dispositi-
vos móveis



Acompanhamento da Saúde Sénior (2)

Artigos

Artigo escrito por Elaine Lopez (Mais Informação [aqui](#))



Neste artigo Elaine Lopez descreve como o design gráfico pode auxiliar mudança social e fazer um contributo para a disseminação de causas e clarificação de interfaces e maneiras de interagir com as causas.

Graphic Designers: Here's How To Make a Difference Right Now



O guia turístico desenvolvido no âmbito deste projeto encontra-se disponível [aqui](#)

Cidadãos de Lisboa Juntam-se No Facebook Para Resolverem Problemas Do Seu Bairro

Um artigo sobre os habitantes do Parque das Nações que estabelece reuniões através do Facebook para resolverem os seus problemas em comunidade. Apercebendo-se da mobilização, a rede social pediu-lhes que criassem um novo guia turístico de Lisboa, que realizaram num projeto colaborativo.

Artigo escrito por [Jacques Langes](#)

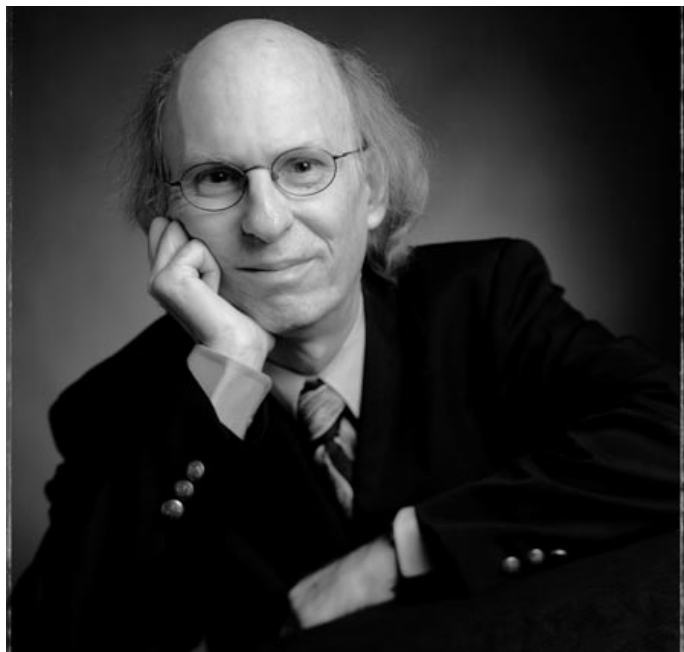


Cause and Effect: Design for Social Causes

Resultados de um estudo realizado por Jacques Langes no âmbito da *Icograda Regional Meeting*, especificamente da reunião intitulada *Graphic Design for Social Causes*, onde reúne as vistas de centenas de figuras do mundo do design sobre o tópico de como o design pode contribuir para as necessidades do mundo.

Um “Modelo Social” de Design: Questões de Prática e Pesquisa

Neste artigo Victor Margolin apresenta um conceito de “Modelo Social” de Design que segundo ele, ao contrário do modelo de mercado se foca na satisfação das necessidades humanas.



Artigo escrito por [Victor Margolin](#)

Artigo escrito por [Tim Brown](#)



Design Thinking for Social Innovation

Um artigo que trata a implementação de *Design Thinking* a casos práticos e teóricos de auxílio social, propondo como implementar esta matriz de pensamento a casos reais.

Vídeos



Ted Talk realizada por Andrew Shea, Autor do livro "Designing for social change". (Mais info [aqui](#))

Designing for Social Change Andrew Shea demonstra nesta palestra o poder que o design tem na mudança dos comportamentos e hábitos das pessoas, através de uma pequena experiência feita à entrada de um edifício.



Curso realizado pela IDEO, empresa de Tim Brown, previamente mencionado.

Human-Centered Design for Social Innovation Este vídeo é realizado no âmbito de espalhar a mensagem sobre design social de modo a haver aderência para um workshop nessa área, apresentando os 3 passos cruciais do processo do design social que esse curso pretende ensinar.

Mais informação sobre Mark Randall e o seu envolvimento com a AIGA pode ser encontrado [aqui](#)

Where do I **B**egin?

Cultivate curiosity: engage in the world

Follow your interests: you will find your passion

Think small: start local, small acts inspire big ideas

Be realistic: it is more work that you imagine it to be

Iterate: research, develop, prototype . . . repeat

Build a coalition: it's all about relationships

Persevere: no one will care more than you do

Measure: define your goals, did it work?

AIGA

Vídeo realizado para a webseries da **Social Impact Design 101 | AIGA Design for Good** (American Institute of Graphic Arts) em que Mark Randall fala sobre o envolvimento do designer em causas sociais, como começar e onde demonstra vários casos práticos.



Ezio Manzini, autor de *Design, when everybody designs* é atualmente professor de design industrial no politécnico de Milão.

Ezio Manzini: Design, When Everybody Designs

Conferência de Ezio Manzini realizada no âmbito do seu livro do mesmo nome onde fala da colaboração entre designers de modo a criar inovação social para o bem da comunidade.

Composição 2

Pesquisa Pessoal

Após um primeiro contacto com o briefing realizei pesquisa no âmbito de esclarecer o meu entendimento da área do Design Social e aquilo que a mesma representava.

Isto levou-me a encontrar várias fontes e perspetivas sobre o assunto, desde conceitos menos rebuscados como a aplicação da metodologia do design aos movimentos e projetos de ajuda social até à criação do conceito de “Modelo Social de Design”.

Design social ao seu nível mais rudimentar é a relação estabelecida entre designer e público alvo, sendo este sempre alguém que se encontra numa posição desfavorável.

É nessa relação que se estabelecem as complexidades da área: Como estabelecer essa relação, que papel é que o designer deve ter, a recolha de informação a um nível pessoal e humanista, entre outras.

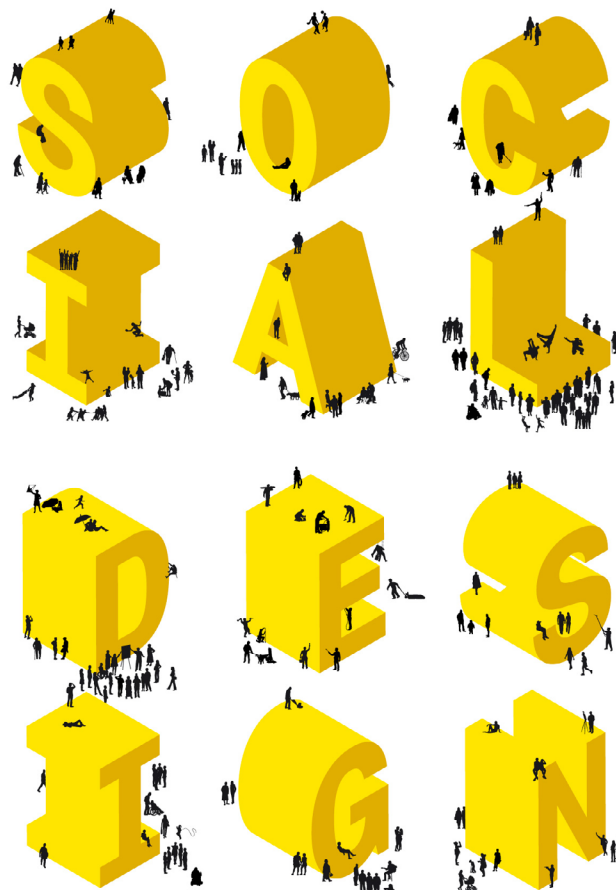
A aplicação das metodologias do design à ação social trazem benefícios tanto para o designer ativista e social como para o público beneficiado.

Por um lado o designer envolve-se numa atividade que se destina a melhorar vidas, a fazer uma diferença, ao invés da participação mundana num design comercial e nocivo, por outro lado o público beneficia de um auxílio mais organizado e facilmente compreensível, tanto como a disseminação dos seus problemas a um público mais abrangente, suscitando maior aderência.

Design Social não pretende colocar o designer num pedestal, é uma atividade colaborativa onde o designer tem um peso igual ou até menor do que o cidadão no desenvolvimento do projeto.

É esta união que estabelece meios para o cidadão urbano lutar por aquilo em que crê, como também ao designer oferece meios para experimentação e desenvolvimento de trabalho relevante.

Concluindo, o design social, como metodologia, visa o bem da comunidade pela utilização do conhecimento e mestria do designer em conjunto com a necessidade e vontade dos desfavorecidos de terem a mudança que merecem.



Casos Práticos

Organizações



AIGA - design for good. Programa do *American Institute of Graphic Arts* que visa a utilização de pensamento e metodologia do design em contexto social, de modo a incentivar colaboração e mudança.



Foundation We Are

A Fundação We Are é uma agência de consultoria de Design que trabalha com designers no âmbito da inovação e intervenção social através de um sistema colaborativo que visa transformar sistemas sociais e legais.

ds4si

Design Studio For Social Intervention (ds4si)

Lançado em 2006, o estúdio ds4si, pretende alterar a maneira como a justiça social é vista, desenvolvida e aplicada nos Estados Unidos, funcionando como um laboratório criativo para trabalho social.



IDEO•ORG

IDEO.ORG

Estúdio de design focado em design humanitário que procura ter um impacto na vida dos empobrecidos, através do conhecimento destes mesmos e implementação de *Design Thinking* e de soluções gráficas.

Casos Práticos

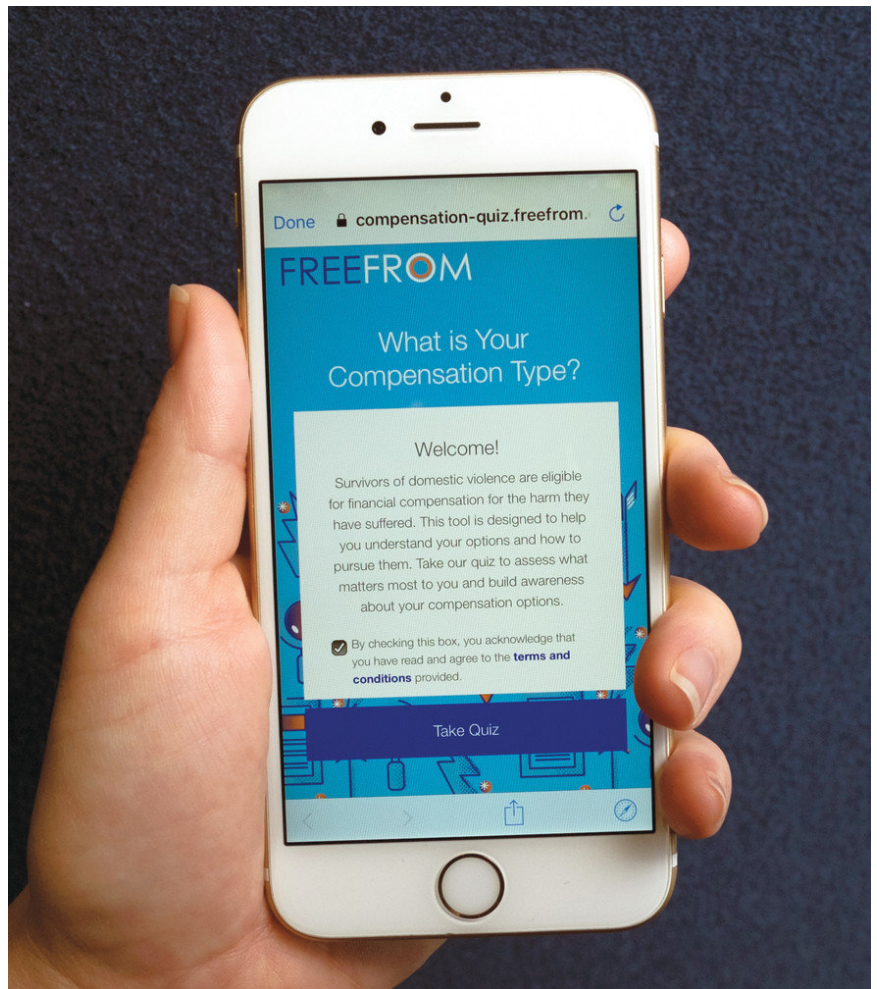
Projetos

Get Compensation!

O que é?

“Get Compensation! is a compensation tool for survivors of domestic abuse. The project was a collaboration between FreeFrom and ThoughtWorks. FreeFrom is the first and only organization in the United States working to combat domestic violence nationwide by providing survivors with financial resources needed to stay safe permanently.”

“Get Compensation! is a fully functional responsive web application that enables FreeFrom to scale their services by distributing information about compensation options in California widely and ethically in order to improve the financial stability of survivors in California.”



Este projeto auxilia através de uma solução visual, prática e interativa pessoas vítimas de violência doméstica na região da califórnia.

O projeto disponibiliza meios através dos quais as vítimas se podem informar sobre os seus direitos e compensações os quais o estado lhes deve.

Desde a sua criação que proporcionou a mais de 60.000 vítimas informação crucial, e com a ajuda de várias organizações de violência doméstica foi requisitada a sua expansão para outros estados do país.

Get Compensation! foi nomeada para o prémio de “design for social impact” do Core77, para mais informação sobre os outros nomeados clique [aqui](#)



Kuja Kuja

“A platform for tracking customer satisfaction among refugees in real-time”

“In 2016, IDEO.org and the American Refugee Committee, an organization that provides services to 3.5 million refugees across Africa and the Middle East, joined forces to imagine a future where refugees can have a voice in shaping the services provided to them and hold humanitarian organizations accountable for world-class service.”

“Together we designed Kuja Kuja. At a basic level, Kuja Kuja is a platform for tracking customer satisfaction among refugees, and aggregating suggestions on how to improve them. It has the potential to fundamentally shift the way humanitarian organizations are serving refugees.”

Kuja Kuja é uma plataforma criada pela IDEO.org em colaboração com o comitê de Refugiados Americanos para medir o nível de satisfação dos utilizadores dos campos de refugiados.

Os utilizadores podem, através de um tablet disponibilizado pelo campo de refugiados, apresentar o seu nível de satisfação com os recursos disponibilizados e fazer sugestões de melhoria, informação que é apresentada às organizações em tempo real, permitindo uma melhoria de serviços rápida, eficaz, e com base nas necessidades do usuário.



Speak Up Boxes

“In a recent survey, 43% of sexually active young women in Kibera, Kenya—one of Africa’s largest urban slums—reported that their first sexual experience was forced.”

“Together, SHOFCO and IDEO.org designed reporting tools and an outreach strategy to engage the entire Kibera community—including men and boys—in preventing and reporting sexual violence in their community.”

“It started by bringing SHOFCO staff members and community leaders together to discuss the current state of affairs and brainstorm potential solutions. This helped form the foundation for our first prototype: a **Speak Up Box**.”

“By providing a simple system to allow victims and allies to report sexual violence in a convenient and confidential way, we hope to extend awareness of SHOFCO’s services in the community and encourage the entire community to raise its voice.”



A Speak Up Box disponibiliza uma maneira simples e eficaz de combater o abuso sexual no Quênia, com uma solução visual simples e eficiente visa avisar tanto mulheres como homens da existência de apoio e ajuda para tais casos.



Composição 3

Casos de Estudo

Os casos práticos demonstrados foram selecionados rigorosamente pelo elemento que todos partilham: Uma solução visual, interativa, que dá uma voz áqueles que dela mais necessitam.

Por solução visual refiro-me á introdução de interfaces e elementos visuais que auxiliaram a compreensão da mensagem entendida com cada um dos projetos, e que facilitaram o objetivo das suas respetivas campanhas.

Por exemplo, no “Get Compensation!”, a utilização de um interface simples mas eficaz permitiu às vítimas de violência doméstica saberem os seus direitos, algo que normalmente estaria escondido por burocracias enfadonhas e desnecessariamente confusas.

O elemento interativo permite a cada um exprimir os seus direitos e pensamentos, por vezes alertando á necessidade de mudança no ambiente social.

No caso do “Kuja Kuja” isto permitia aos refugiados informar as organizações responsáveis pelos campos de refugiados das suas necessidades, alertando à necessidade de alterar elementos no campo de modo a melhor corresponder às mesmas.

Por fim, tratam-se todos de projetos que visam ajudar aqueles que mais precisam, quer seja através da simples disseminação da causa como também através da criação de uma plataforma para a expressão dessas mesmas pessoas.

Para mim o projeto que tem mais impacto na sociedade como todo é o

“Speak Up Box”, que desde o começo visou a colaboração com as vítimas de violação no Quénia, através de pesquisa e diálogo entre os dois lados, e que culminou numa adaptação da ideia inicial para um processo mais confortável e auspicioso para as utentes. Conseguiu não só ajudar as vítimas como, através da sua campanha visual e disseminativa, ajudou na prevenção de novos casos.

Concluindo, estes casos de estudo demonstram que não é apenas através da criação de objetos e ferramentas que se pode ajudar os outros, e que o design de comunicação é uma ferramenta fortíssima para a alteração de comportamentos na sociedade como um todo.



Conclusão

Através da realização deste research document foi possível conglomerar bases para o resto do projeto Lugar Lugares, tanto a nível teórico como a nível de projetos exemplares para o desenvolvimento dos nossos próprios.