

MOVIMENTOS SOCIAIS E PRÁTICAS CULTURAIS

AS PRÁTICAS DO DESIGN E OS DESAFIOS DE UMA PLATAFORMA DE COLABORAÇÃO ONLINE

Vanda Avelar Correia

Instituto Politécnico de Portalegre

Instituto de Comunicação da NOVA

vcorreia@ippportalegre.pt

Vera Barradas Martins

Instituto Politécnico de Portalegre

verab@ippportalegre.pt

Resumo

Um dos desafios emergentes nas sociedades contemporâneas facilmente associável às redes sociais, quando pensadas no contexto das comunicações *online*, é o do aparente acréscimo e facilidade da participação de qualquer indivíduo em determinadas práticas culturais, anteriormente reservadas à intervenção de profissionais especializados. Nesta comunicação parte-se da situação específica das práticas associadas ao design de produtos e de serviços e propõe-se uma reflexão sobre o desenvolvimento de uma cultura participativa que alia as práticas do design, à expansão e utilização das redes sociais geradas nos média *online*.

Começa-se pela constatação de que existe um aumento generalizado do interesse pelos processos do design, desde logo observável pelo *design thinking* que hoje em dia se estende além das práticas convencionais do design. Este interesse pode ser visto como um indício de uma crescente apropriação das práticas do design por parte de não designers. Do lado das práticas profissionais do design identifica-se uma procura continuada pela participação de indivíduos que possam acrescentar perspectivas e conhecimentos distintos nas várias fases de desenvolvimento dos projetos (utilizadores finais, inovação nos materiais e métodos de produção, entre outros).

Atualmente, a possibilidade de participação individual através das redes de comunicação digitais é uma realidade, e a colaboração nos processos criativos do design pode acontecer via plataformas digitais colocadas *online*, ao alcance dos indivíduos interessados em participar. Tal é o caso da plataforma OpenIDEO que esta comunicação quer observar, com o propósito de desenvolver a reflexão acima apontada. É uma plataforma que resulta de uma iniciativa da empresa de design IDEO e apresenta-se como uma comunidade global que quer «colocar o poder do design centrado no ser humano nas mãos de muitos». Entende-se que este caso é propício ao estudo dos desafios que se colocam às práticas do design no contexto da cultura contemporânea influenciada pelas comunicações digitais *online*.

Palavras-chave: Design; Plataformas de comunicação online

Abstract

One of the emerging challenges in contemporary societies that is easily associated with social networks, when considered in context of online communications, is the apparent increase and ease of participation of any individual in certain cultural practices, previously reserved for intervention of specialized professionals. This communication focuses on the specific situation of practices associated with the design of products and services and proposes a reflection on the development of a participatory culture that combines design practices, with the expansion and use of social networks generated in online media.

We begin by recognising that there is a generalized increasing interest for design processes, that can be observed in *design thinking*, which nowadays extends far beyond conventional design practices. This interest can be seen as an indication of a growing appropriation of design practices by non-designers. On the professional side of design practice we can easily identify a continued search for the participation of individuals who can add different perspectives and knowledge in the various stages of project development (end users, innovation in materials and production methods, among others).

Nowadays, the possibility of individual participation through digital networks is a reality, and collaboration in creative design processes can easily happen via online platforms, within reach of individuals interested in participating. Such is the case of the platform OpenIDEO that we intend to observe in this communication, with the purpose of developing the above mentioned reflection. It is a platform that results from an initiative of the design company IDEO and presents itself as a global community that wants to «put the power of human-centred design in the hands of many». As we understand it, this is a propitious case to study the challenges posed to design practices in the context of contemporary culture influenced by online communications.

Keywords: Design; Online communication platforms

1. Introdução

O título do congresso alude a «perspectivas e desafios emergentes nas sociedades contemporâneas» no contexto das redes sociais. Neste artigo começamos precisamente por propor um enfoque em alguns desses desafios, mas sob a perspectiva de uma disciplina em particular – o design. Pretendemos explorar a articulação entre os desafios apontados e as alterações às práticas do design geradas pela organização das comunicações em redes digitais. Para tal propomos a observação de uma rede em específico, desenvolvida pela empresa de design IDEO¹ com o intuito de «colocar o poder do design centrado no ser humano nas mãos de muitos» (não-designers).² Chama-se OpenIDEO e é uma plataforma de colaboração *online* vocacionada para a participação nas práticas do design, aplicadas a projetos com vertentes dominantes de desenvolvimento social e sustentabilidade ambiental. Assumindo que há possibilidades, vantagens e interesse em promover a participação *online* de indivíduos não-designers neste tipo de projetos, e reconhecendo a OpenIDEO como um caso bem sucedido, procuramos identificar os principais factores críticos e indispensáveis ao êxito de plataformas com características semelhantes.

2. Os Desafios Emergentes

Começando pelos desafios emergentes das sociedades contemporâneas e as perspectivas do design, escolhemos a abordagem do designer italiano Ezio Manzini, que na introdução do seu livro, *Design, When Everybody Designs*, explora o contexto designado de *grande transição* (2015, p. 2): «*a process of change in which humanity is beginning to come to terms with the limits of the planet, and which is also leading us to make better use of the connectivity that is available to us: a dual dynamics merging into a single process*». Esta frase aponta dois aspectos importantes à exploração do tema deste artigo – por um lado a situação de necessidade de mudança social que advém do confronto com os limites de recursos do planeta, e por outro, o aumento exponencial das

¹ A IDEO é uma empresa de design multinacional, reconhecida fora dos círculos do design pela sua responsabilidade na divulgação do conceito de *design thinking* aplicado a outras áreas que não o design. <https://www.ideo.com/> (maio 2018)

² «OpenIDEO puts the power of human-centered design in the hands of many» <https://www.openideo.com/approach> (maio 2018)

possibilidades de comunicação, via redes digitais. Tal como o autor observa, estes aspectos aparentemente díspares, em determinadas circunstâncias, juntam-se num processo único. Esta situação é particularmente notória tanto na teoria como na prática recente do design.

Manzini (2015) compara esta fase de transição àquela que foi vivida na Europa na passagem da época feudal para sociedade urbana industrial. Ambas são transições longas, conturbadas, não lineares, e incluem períodos de crise e de transformação, com as alterações culturais, sociais, políticas, económicas e tecnológicas a acontecer descompassadamente à escala local e à escala global. Neste cenário Manzini afirma o papel preponderante do design, não só na resolução de problemas, mas também na formação de valores e construção de sentidos.

O termo *grande transição* foi usado por Kenneth E. Boulding, no livro *The Meaning of the 20th Century: The Great Transition*, de 1964 – considerado um marco na definição do pensamento sistémico e na mudança para a cultura pós-moderna, aponta possíveis cursos de ação que permitirão o sucesso da humanidade na grande transição. As expectativas da grande transição incluem valores ecológicos e de igualdade social, o aumento da conectividade humana, a melhoria da qualidade de vida e um planeta saudável, bem como a ausência de pobreza, guerra e destruição ambiental. Atualmente, a *Great Transition Initiative* é uma rede internacional dedicada à exploração do conceito e de estratégias favoráveis à sua concretização.³

Outra apreciação a considerar, no que toca aos desafios emergentes sob o ponto de vista do design, vem do professor de história do design norte-americano Victor Margolin. No texto intitulado *Design, the future and the human spirit*, de 2007, defende que os designers, enquanto classe profissional, poderiam (e deveriam) ter uma voz mais ativa na discussão de muitas questões sociais, mas tal não acontece porque não têm conseguido definir um discurso sólido e claro sobre o que deveria mudar e como essa mudança poderia acontecer. Diz ainda que os designers estão entre os que podem dar um contributo mais significativo para a construção de um mundo melhor, não só pelo propósito do seu trabalho, mas também pela natureza pluridisciplinar e conciliadora da disciplina, situada na intersecção de várias áreas de conhecimento.

³ <http://www.greattransition.org> (maio 2018)

Na continuação do texto acima referido, Margolin (2007) diz que se os designers são responsáveis pela concepção dos produtos e serviços do quotidiano e se essa miríade de objetos não melhora e afirma o potencial da vida humana, então os designers também são responsáveis pelo danos causados. Na conclusão do texto deixa o apelo: «*We need to foreground the question of how to create an ethics of designing that can suggest humanly satisfying direction for future work.*» (Margolin, 2007, p. 15)

Com preocupações semelhantes, o designer canadiano Bruce Mau (2004) questiona: «*Whether we realize it or not, we live in a designed world. The question is: will this be a design for destruction or for a sustainable new world that we can safely hand down to our children and our children's children?*»

Este designer, em colaboração com o Institute without Boundaries (IwB),⁴ iniciou o projeto *Massive Change: The Future of Global Design*, há pouco mais de uma década. É um projeto que reflete uma preocupação generalizada com a insustentabilidade dos modos de vida atuais e assume o protagonismo e a responsabilidade do design, tanto na situação atual de crise e ruptura, como na definição de soluções que contribuam para viabilizar o futuro. Inicialmente o projeto impulsionou uma exposição, intitulada *Massive Change*, que depois da primeira exibição na Vancouver Art Gallery, passou por outros locais, tendo sido publicado um livro. Posteriormente deu origem à Massive Change Network, ativa até aos dias de hoje, promovendo a organização de palestras, *workshops*, exposições e a publicação regular de uma *newsletter*. Esta rede apresenta como objectivo alterar a expectativa de bem-estar generalizado da humanidade, fazendo-a passar de uma utopia aparentemente inalcançável a um projeto de design, prático e concretizável.⁵

O crítico de design holandês Max Bruinsma (2005) também defende que na conjectura atual os designers podem assumir um papel social de particular destaque: porque intervêm nos meios de comunicação digitais, ganham responsabilidades acrescidas – para além de responderem às solicitações dos clientes, podem assumir um lugar mais ativo na sociedade em geral, dando voz a causas colectivas relevantes. Segundo Bruinsma, os designers podem agir como catalisadores na sociedade organizada em torno dos média digitais, fomentando o pensamento, a discussão e a ação sobre as questões mais prementes, que podem ir desde o aquecimento global, a qualquer assunto

⁴ <http://institutewithoutboundaries.ca/> (maio 2018)

⁵ <http://www.massivechangenetwork.com/> (maio 2018)

de uma comunidade local. Para não perder a sua força cultural é essencial que o design consiga um equilíbrio entre o seu pendor comercial e o apelo da responsabilidade social, mesmo que para isso tenha que agir à margem dos modelos instituídos e procurar colaborações com outras áreas disciplinares.

Numa perspectiva mais ligada ao impacto das tecnologias digitais, encontra-se o escritor britânico John Thackara (2005) – no seu livro *In the Bubble, Designing in a Complex World*, coloca o design numa posição privilegiada para abordar os problemas sociais despoletados pela crescente dependência tecnológica. Inicia o livro com uma observação crítica: «*We're filling up the world with amazing devices and systems – on top of the natural and human ones that were already here – only to discover that these complex systems seem to be out of control: too complex to understand, let alone to shape, or redirect.*» Mas de seguida acrescenta: «*We cannot stop tech, and there's no reason why we should. It's useful. But we need to change the innovation agenda in such a way that people come before tech.*» (Thackara, 2005, p.1)

O mesmo autor, na introdução de outro livro, *Designers, Visionaires and Other Stories*, a propósito da corrente crise ambiental, reconhece o papel negativo do design, colocando-o na origem de alguns dos problemas. Coloca a seguinte questão: «*Are designers guilty of killing the planet? Eighty percent of the environmental impact of the products and buildings that surround us is determined at the design stage, after all.*» (Thackara, 2007, p. xvi). Ao mesmo tempo, em forma de resposta, aponta três possibilidades para os designers: argumentar, apenas assumir a culpa, ou então tentar contribuir para a solução. Sem surpresas, defende a última opção, encontrando na crise ambiental grandes oportunidades de trabalho para os designers – na transformação dos fluxos de recursos materiais e energéticos, e no redesign das estruturas, das instituições e dos processos que sustentam a sociedade e respectiva economia. Mas sublinha a importância de fazer este trabalho em processo de co-design com as pessoas diretamente afetadas pelo design: «*sustainable design means co-design of daily life with the people who are living it*» (Thackara, 2007, p. xvii).

Outro autor britânico, Alastair Fuad-Luke, numa apresentação realizada em Lisboa em 2013,⁶ a propósito de práticas emergentes no design, identificou três

⁶ Na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, em fevereiro de 2013, a convite do Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, no âmbito do projeto DISS *Design, Inovação Social e Sustentabilidade*.

tendências: *design com as comunidades (ou nas comunidades)*, *design para novos modos de vida* e *design para causas (ou problemas) comuns, partilhados*. Estas tendências parecem valorizar a participação das partes interessadas nos processos do design. O autor fala em *design activism*, em *open design*, numa perspectiva de democratização do design, da produção e do consumo, e também numa aproximação aos processos de co-design como o caminho para o futuro.

O design para a sustentabilidade ambiental, social e económica parece implicar uma abordagem mais aberta ao processo criativo, menos centrada na figura do designer. Elizabeth Sanders (2004), uma designer norte americana, menciona um colapso iminente das disciplinas de design tradicionais e um futuro realinhamento:

«In the years to come, designers can either attempt to own the design development process (and keep non-designers out of it), or they can open it up and work collectively with others in redefining designing. The second option seems to me to be the most exciting challenge. How can designers use their expertise and intuition to spark, harness and guide the collective creativity of others? The second option is, in my opinion, inevitable and imminent.» (Sanders, 2004, p.15)

Esta autora defende a necessidade de mudança nas práticas do design, mas admite a existência de vários caminhos possíveis. Uma certeza prende-se com a inclusão das pessoas, os utilizadores-finais e outras partes interessadas, no processo do design. Na óptica de Sanders o principal problema está na persistência do modelo *expert-driven*, no facto dos designers continuarem a conceber produtos *para* as pessoas, quando o mais adequado seria o desenvolvimento dos produtos *com* as pessoas. Critica a visão do designer como perito e virtuoso, para defender a importância do design participativo.

Voltando ao livro *Design, When Everybody Designs* de Ezio Manzini (2015) destacamos que este autor, ao explorar a relação entre o designer profissional e o indivíduo participante não designer, apresenta uma abordagem diferente à noção de designer enquanto *expert*. Começa por reconhecer que todos os indivíduos tem determinadas habilidades que podem, ou não, ser cultivadas e evoluir para competências profissionais e especializadas. Especificamente sobre a capacidade para o design afirma: *«everybody is endowed with the ability to design, but not everybody is a competent designer and few become professional designers.»* (Manzini, 2015, p. 37) É a partir desta premissa que define abstratamente *diffuse design* e *expert design* como um pólo de opostos: de um lado os indivíduos não especialistas, mas com alguma capacidade para o design, e do outro os designers especialistas, com formação profissional. Entre os

extremos existem inevitavelmente muitas variações e geram-se dinâmicas socioculturais e relações de trabalho, sob o pretexto de encontrar a melhor solução para os problemas.

Nas palavras do autor, esta distinção entre *design difuso* e *design especializado* é proposta num contexto de design e mudança social, num mundo conectado, em transição para a sustentabilidade:

«*a world in which everybody constantly has to design and redesign their existence, wether they wish it or not; a world in which many of these projects converge and give rise to wider social changes; a world in which the role of design experts is to feed and support these individual and colective projects – and thus the social changes they may rise to.*»
(Manzini, 2015, p. 1)

Retiramos das perspectivas de Manzini e dos outros autores nomeados, o reconhecimento da importante fase de transição no mundo contemporâneo, onde o design assume um papel preponderante, assente na constatação dos limites do planeta e das possibilidades de conectividade trazidas pelas tecnologias da informação e comunicação, e a aposta na exploração das características, potencialidades e riscos da colaboração entre designers especialistas e indivíduos não especialistas.

Atualmente parece haver espaço e vontade para essa colaboração, vindos de ambas as partes – dos designers especializados, um crescente reconhecimento da importância de trabalhar em conjunto com todas as partes interessadas nos resultados finais dos projetos; e dos não-especialistas, uma predisposição para assumir um papel mais ativo na definição dos objetos, produtos e serviços que preenchem o seu quotidiano. As redes de comunicação digitais vêm facilitar a colaboração entre as partes – questões por vezes impeditivas como a angariação de interessados, falta de espaço para reuniões de trabalho, distância geográfica dos participantes, dificuldades de conciliação de horários, e outras, podem ser contornadas pela colaboração *online*.

A seguir propomos a observação da plataforma OpenIDEO, com o intuito de encontrar algumas diretrizes que possam conduzir a definição de modelos de colaboração *online* ajustados às práticas do design. Escolhemos esta plataforma não só pelos resultados reconhecidamente positivos obtidos desde o seu início em 2010, mas também porque promove projetos vocacionados para questões sociais e ambientais, menos apelativas ao mercado convencional e/ou em territórios mais desfavorecidos – o tipo de projetos que, quando acumulados, podem favorecer a *grande transição* enunciada por Ezio Manzini, e contribuir para a *mudança massiva* defendida por Bruce Mau.

3. A Plataforma OpenIDEO

Como foi referido acima, esta plataforma é iniciativa de uma empresa multinacional de design, a IDEO, e apresenta como principal objectivo facilitar o acesso ao poder do design centrado no ser humano, colocando-o nas mãos de não-designers – a plataforma pode ser vista como uma rede social colaborativa, que fomenta o desenvolvimento do *design difuso*, tal como foi descrito por Manzini. A participação na plataforma requer uma inscrição inicial, que transforma cada participante num membro da comunidade, e um dos principais valores subjacentes é a ideia de colaborar ou participar na construção de um mundo melhor. (Fig. 1)

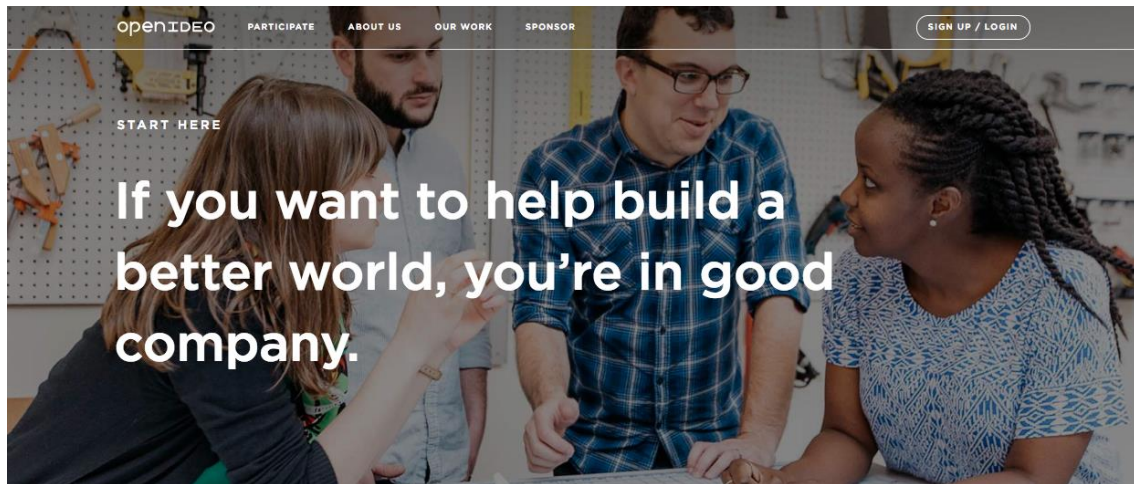


Figura 1 – OpenIDEO > Participate > Start Here ,
<https://www.openideo.com/overview>
(22 de maio 2018)

Na OpenIDEO exploram muito o conceito de *inovação aberta*; defendem que a inovação será mais célere se receber contributos de muitos participantes e que é necessária para facilitar melhorias sociais significativas, capazes de contribuir para a referida construção de um mundo melhor.

Outro conceito com presença forte na plataforma é o do *design thinking* – amplamente trabalhado e divulgado pela IDEO. Refere-se a estratégias criativas que os designers usam durante o processo de design e, desenvolve-se também como uma

abordagem para resolver problemas fora da prática do design profissional, tais como em contextos empresariais e sociais.⁷

A noção de design como uma *forma de pensar* parece ter origem nos anos 60, no contexto do *movimento dos métodos do design*, e um dos principais impulsionadores do movimento, Bruce Archer, terá sido o primeiro a usar o termo *design thinking* num dos artigos publicados na revista *Design*, entre 1963-64, intitulados *Systematic Method for Designers*. Outras referências obrigatórias na definição deste conceito são os livros *The Science of the Artificial*, de Herbert A. Simon (1969) e *Experiences in Visual Thinking*, de Robert McKim (1973), e já na década de 80, Peter Rowe da Universidade de Harvard e Rolf Faste da Universidade de Stanford também contribuíram para a formação e divulgação da noção de *design thinking*. David Kelley, um dos fundadores da IDEO, e também professor em Stanford, transportou o conceito para a empresa, transformando-o num dos seus cânones definidores. Nos últimos anos a IDEO tem sido a grande impulsionadora da expansão do conceito fora do mundo do design, organizando cursos *online*, planos de apresentação e *toolkits*.⁸

Tim Brown, o atual presidente da IDEO, tem um blog precisamente intitulado «Design Thinking, Thoughts by Tim Brown»:

«Design thinking is a human-centered approach to innovation that draws from the designer's toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success.

Thinking like a designer can transform the way organizations develop products, services, processes, and strategy. This approach, which IDEO calls design thinking, brings together what is desirable from a human point of view with what is technologically feasible and economically viable. It also allows people who aren't trained as designers to use creative tools to address a vast range of challenges.»⁹

Na apresentação da plataforma OpenIDEO, Tim Brown escreve: «*Today's challenges require the creativity of entire networks. Open innovation allows people to collaborate at scale, and that's changing how the world solves problems.*»¹⁰

⁷ https://en.wikipedia.org/wiki/Design_thinking (maio 2018)

⁸ Alguns exemplos, com divulgação online: <https://www.ideo.com/post/design-thinking-for-educators>; <https://www.ideo.com/pages/design-thinking>; <https://www.ideo.com/blogs/inspiration/what-is-design-thinking> (maio 2018)

⁹ <https://designthinking.ideo.com/> (maio 2018)

¹⁰ <https://www.openideo.com/approach> (maio 2018)

Na primeira página da plataforma, são declarados como principais objectivos e funções: cultivar capacidades e competências a partir da abordagem do *design thinking* divulgada pela IDEO; angariar apoios para conseguir causar um impacto positivo em grandes questões sociais; criar ligações entre os participantes e inovadores, tanto locais quanto globais; e proporcionar acesso a recursos que agilizem o desenvolvimento das ideias. (Fig. 2)

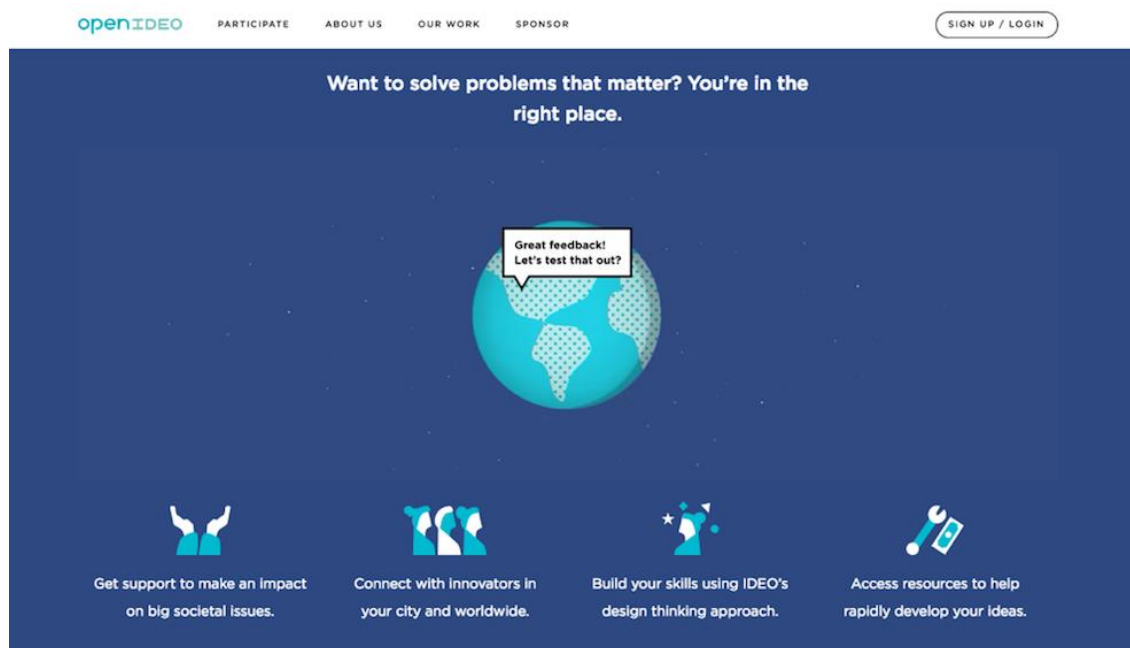


Figura 2 – Página de apresentação da OpenIDEO, <https://www.openideo.com> (22 de maio 2018)

Usam o mote «vamos gerar mudança» para reforçar a ideia de *inovação aberta* e para nomear os principais formatos de interação promovidos pelo projeto e pela plataforma. Assim, a colaboração para a inovação acontece nos *Desafios* (no desenvolvimento de ideias para o bem); nos *Eventos* (que geram ligações e ações presenciais); nas *Alianças* (que pretendem dar forma a comunidades capazes de gerar mudanças).¹¹

Os *Desafios* funcionam como aceleradores de ideias abertas que procuram ligar pessoas em todo o mundo, munindo-as de ferramentas e apoio para construir soluções reais para os problemas mais difíceis dos dias de hoje. Na plataforma dizem que este é

¹¹ <https://www.openideo.com/overview> (maio 2018)

um ótimo lugar para começar. A OpenIDEO vê os *Desafios* como uma forma de usar os recursos da IDEO e do *design thinking* para desenvolver, refinar e dimensionar ideias; aceder a financiamento ou ferramentas de design para fazer avançar e implementar uma ideia; e estabelecer ligações numa comunidade global de inovadores, especialistas e financiadores.

Os desafios colocados à comunidade normalmente são patrocinados por organizações sem fins lucrativos, ou por empresas; cada desafio passa por uma sucessão de fases, definidas em acordo com a metodologia do *design thinking* – desde a *pesquisa*, passando à geração de *ideias*, uma primeira ronda de *comentários*, seguida do *aperfeiçoamento e redefinição* das ideias, nova ronda de comentários, que conduz à seleção das *melhores ideias* e, no final, uma etapa que fica em aberto para recolher o *impacto* e a evolução das ideias seleccionadas. (Fig. 3)

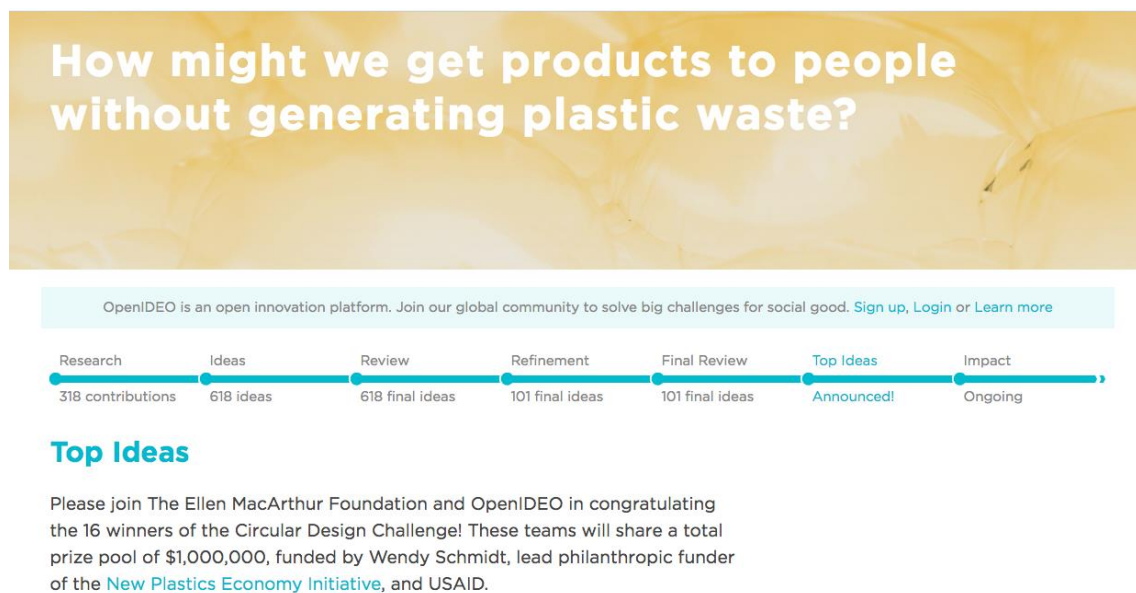


Figura 3 – Um *Desafio* da OpenIDEO , <https://challenges.openideo.com/challenge/circular-design/top-ideas> (22 de maio 2018)

Os *Eventos* são oportunidades para estabelecer ligações e colaborar com outros que estejam geograficamente próximos. A Open IDEO promove-os para que os participantes possam conhecer e aprender com empresários, líderes e especialistas; refinar os seus projetos com o apoio e recursos da comunidade; organizar eventos e aplicar as ferramentas de design da IDEO para desenvolver competências e impacto.

A importância dada ao sentido de comunidade está bem presente num movimento iniciado em 2013, contrário ao carácter *online* da plataforma. Nessa altura apostaram na formação de secções locais (*chapters*), em Singapura, Nova Iorque, Palo Alto e Barcelona, com o intuito de tirar partido dos encontros presenciais. Atualmente existem cerca de 30 *OpenIDEO Chapters*¹² espalhados por cidades de vários continentes, que promovem vários encontros com o intuito de juntar organizadores e participantes em torno de desafios específicos. Os eventos acima referidos são maioritariamente promovidos localmente por estas secções formadas em várias cidades espalhadas pelo globo.

As *Alianças* são comunidades selecionadas que ajudam pessoas que têm um propósito comum a encontrar apoio, construir parcerias e usar o design para promover soluções. Alguns exemplos são as alianças para promover o desenvolvimento contínuo da educação em locais que se encontram em estado de emergência (desde catástrofes naturais até zonas de conflito armado); para desenvolver os cuidados do fim de vida; para reduzir os desperdícios alimentares.¹³

Na página inicial da plataforma apresentam números, em atualização constante, sobre o impacto gerado. Este é o balanço do dia 02 de junho deste ano: mais de 17.300 ideias geradas; participantes de mais de 200 países; 59 problemas sociais com soluções propostas; e acrescentam também a quantia de financiamentos atribuídos no último ano. (Fig. 4)



Figura 4 – Números de 02 de junho 2018, <https://www.openideo.com>

¹² <https://beta.openideo.com/chapters> (maio 2018)

¹³ <https://beta.openideo.com/alliances> (maio 2018)

Os responsáveis pela OpenIDEO publicam regularmente relatórios sobre a evolução da plataforma, refletindo sobre os resultados obtidos e caminhos futuros. Num relatório de 2017, o diretor geral da OpenIDEO, Jason Rissman, reforça o propósito maior de «permitir que mais pessoas colaborem numa escala ampla e mudem o modo de resolver os problemas do mundo», e na sequência, estabelece três prioridades para o desenvolvimento no futuro imediato: a inclusão de mais pessoas no processo colaborativo, proporcionando condições que favoreçam o seu sucesso; o aumento do impacto e da escala das propostas desenvolvidas na plataforma; e por último, contribuir para a mudança dos sistemas, apostando na transparência dos processos, partilha dos poderes e alimentando as redes de colaboração.

«Our highest purpose: to allow more people to collaborate at scale, and change the way the world solves problems. (...) Our hope is that this may help the social sector as a whole to better nurture inclusion, innovation and collaboration.

Every day, we're reminded that there has never been a time with so much human energy and creativity dedicated to solving global problems. However, the system funneling that energy can be improved, and we feel a responsibility to help.» (Rissman, 2017, p. 5)

4. Considerações Finais

A observação dos objetivos, do funcionamento e resultados da OpenIDEO, permitiu-nos recolher algumas diretrizes importantes e potencialmente úteis à elaboração de outras plataformas de colaboração *online* que favoreçam a participação em projetos de design e o desenvolvimento do *design difuso* enunciado por Ezio Manzini (2015).

· A organização dos processos de colaboração nas práticas do design é complexa, há que considerar as especificidades de cada projeto em concreto e prever várias formas de participação, ajustáveis a cada caso e aos interesses dos participantes.

· Há diferenças importantes nas comunicações com (e entre) os participantes numa plataforma que pretende promover a *inovação aberta* e o *design thinking*: desde o *briefing* inicial, informações adicionais, apresentação de ideias, comentários, definições criativas, decisões intermédias, avaliação dos resultados finais e atualizações sobre o impacto gerado pelos projetos.

- Numa plataforma deste tipo, há sempre o perigo da participação aparente, sem expressão ou conteúdo significativo; é crucial a previsão e distribuição não só das fases criativas, mas também dos momentos de concessão de poder e controlo aos indivíduos participantes.

- É igualmente importante assegurar que a plataforma possa funcionar como uma base comum de aprendizagem mútua, inclusiva e capaz de favorecer as práticas do design, o desenvolvimento aberto de ideias, os comentários construtivos e a avaliação pelos pares.

- As expectativas e os objetivos de todos os envolvidos, desde os promotores da participação aos participantes, designers especialistas e não especialistas, são necessariamente distintas e devem ser consideradas e valorizadas em todos os momentos do processo criativo.

- Os momentos de encontro face-a-face são importantes e não desvirtuam a vertente *online* a plataforma; tendem a ser valorizados, tanto pelos organizadores como pelos participantes, oferecendo possibilidades de estabelecer laços, transferir conhecimento, desenvolver e agilizar projetos com outros participantes e promotores.

- Para terminar, a organização e transparência das várias etapas do processo de design é tida como determinante na qualidade da experiência dos participantes na plataforma e na qualidade dos resultados finais dos projetos.

Referências Bibliográficas

- Archer, B. L. (1965) Systematic method for designers. Council of Industrial Design.
- Boulding, K. E. (1964) The Meaning of the Twentieth Century: The Great Transition. Harper & Row.
- Brown, T. (2009) Change by Design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. HarperBusiness.
- Bruisna, M. (2005) Designers are Cultural Catalysts. Catalysts! Magazine. ExperimentaDesign05.
- Correia, V. A. (2017) O Design e a Cultura da Participação na Era dos Média Digitais (Tese de Doutoramento). Universidade Nova de Lisboa.
- Fuad-Luke, A. (2013) Design Activism: Challenging the paradigm by disensus, consensus and traditional practices. In S. Waler & J. Giard, The handbook of design for sustainability, Bloomsbury.
- Manzini, E. (2015) Design when Everybody Designs, MIT Press.
- Martins, V. B. & Correia, V. A. (2018) Design no Mercado – Uma experiência de aprendizagem baseada num projeto. VI EIMAD – Encontro de Investigação em Música, Artes e Design. Escola Superior de Artes Aplicadas, Instituto Politécnico de Castelo Branco.
- Mau, B., Leonard, J. & Institute without Boundaries (2004) Massive Change, Phaidon.
- McKim, R. (1973) Experiences in Visual Thinking. Brooks Cole Publishing.
- Rissman, J. (2017) Open Reflections – Impact Report, OpenIDEO.
- Sanders, L. & VanPatter, G. (2004) Science in the making: Understanding Generative Research Now!, NextD Journal, 13.
- Sanders, L. & Stappers, P. (2008) Co-creation and the new landscapes of design. CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts, vol.10.
- Simon, H. A. (1969) The Science of the Artificial. MIT Press.
- Thackara, J. (2005) In the Bubble, Designing in a complex world, MIT Press.
- Thackara, J. (2007) Foreword. In J. Chapman & N. Gant (Eds.) Designers, Visionaries and Other Stories: A collection of sustainable design essays. EarthScan.