

organizações sem fins lucrativos e outras instituições que colaboram como parceiros em relações do tipo *peer-to-peer*.

A Tabela 1 apresenta as definições de inovação social de Manzini e colegas.

DEFINIÇÃO	AUTOR
Novas ideias e soluções que emergem das capacidades que muitas pessoas tem de pensar e agir inventivamente no seu cotidiano.	Manzini e Jégou [21]
Pessoas e comunidades que agem fora do pensamento e do padrão de comportamento dominantes e que, quando confrontadas com um resultado a atingir, se organizam de forma a obter diretamente o que elas querem.	Manzini [22]
Mudanças na forma pela qual os indivíduos ou comunidades agem para obter um resultado (para resolver um problema ou para explorar novas oportunidades). Essas inovações são movidas mais por mudanças em comportamento (mais que por mudanças tecnológicas ou de mercado), que emergem tipicamente de processos <i>botton-up</i> (mais que <i>top-down</i>). Inovações podem expressar mudanças radicais dentro de um determinado contexto, na medida em que desafiam formas tradicionais de fazer as coisas e introduzem novas formas mais sustentáveis de fazê-las.	Jégou e Manzini [23] Manzini [9]
Iniciativas promovidas por organizações de cidadãos e outros atores – chamadas de comunidades criativas que tem, ou podem ter, a habilidade e a vontade de reorientarem-se para modos mais sustentáveis de vida e de produção.	Cipolla [24] Jégou e Manzini [25]
Um processo de mudança que emerge da recombinação criativa de ativos existentes (do capital social ao patrimônio histórico, do artesanato tradicional as avançadas tecnologias acessíveis), com o objetivo de atingir metas reconhecidas socialmente em novas maneiras.	Manzini [26]

TABELA 1: Definições sobre inovação social.
Fonte: Elaborada pelos autores com base em Manzini e Jégou [21], Manzini [22], Jégou e

Manzini [23], Manzini [9], Cipolla [24], Jégou e Manzini [25] e Manzini [26].

Ao longo desses dez anos de pesquisas, Manzini destaca como características da inovação social a proatividade das pessoas para colaborarem com outros pares e mobilizarem suas capacidades para buscar novos modos de vida em sociedade. Ou seja, a participação de multiplicidade de atores sociais na construção das inovações e a busca por novas formas de bem-estar são características centrais das inovações sociais (Manzini [27]). Essas soluções podem gerar novos sistemas de produção ou até mesmo novos modelos econômicos para promover uma ideia de bem-estar desvinculada do consumo de produtos, e vinculada aos bens comuns locais, aos contextos de vida (ambiente físico e social) e ao valor do tempo lento e contemplativo.

Assim, para esse trabalho, definimos inovação social como uma solução resultante da mobilização de recursos sociais difusos (capital humano e capital social – como criatividade, habilidades, conhecimento e empreendedorismo) para atingir objetivos comuns ligados a melhoria da macro qualidade de vida.

Para auxiliar e guiar o desenvolvimento dos processos de inovação social, Meroni [28] aponta o designer como potencial agente, que cada vez mais se distancia da atividade tradicional de design, vinculada à criação de produtos, identidades visuais, para tornar-se “designer social”, um colaborador que ajude profissionalmente esta comunidade na tomada de decisões estratégicas e a projetar seu futuro (p.7, tradução nossa).

Mais que facilitar o processo de capacitação e mudança de comportamentos, o designer adquire a função de catalisar o percurso projetual, através de suas capacidades de imaginar e influenciar comportamentos, trazendo seu ponto de vista profissional criativo, “levando e elaborando o melhor do presente e transformando-o em uma mudança de paradigma para o futuro” (p.30, tradução nossa). Para tanto, o designer articula entre diferentes disciplinas, técnicas, estratégias para desenvolver artefatos que facilitem esta mediação com a comunidade (Meroni [28]).