



Designário

Um observatório de inovação social desenvolvido pelo Rio DESIS Lab

Rio de Janeiro
Setembro de 2025

MOODBOARD

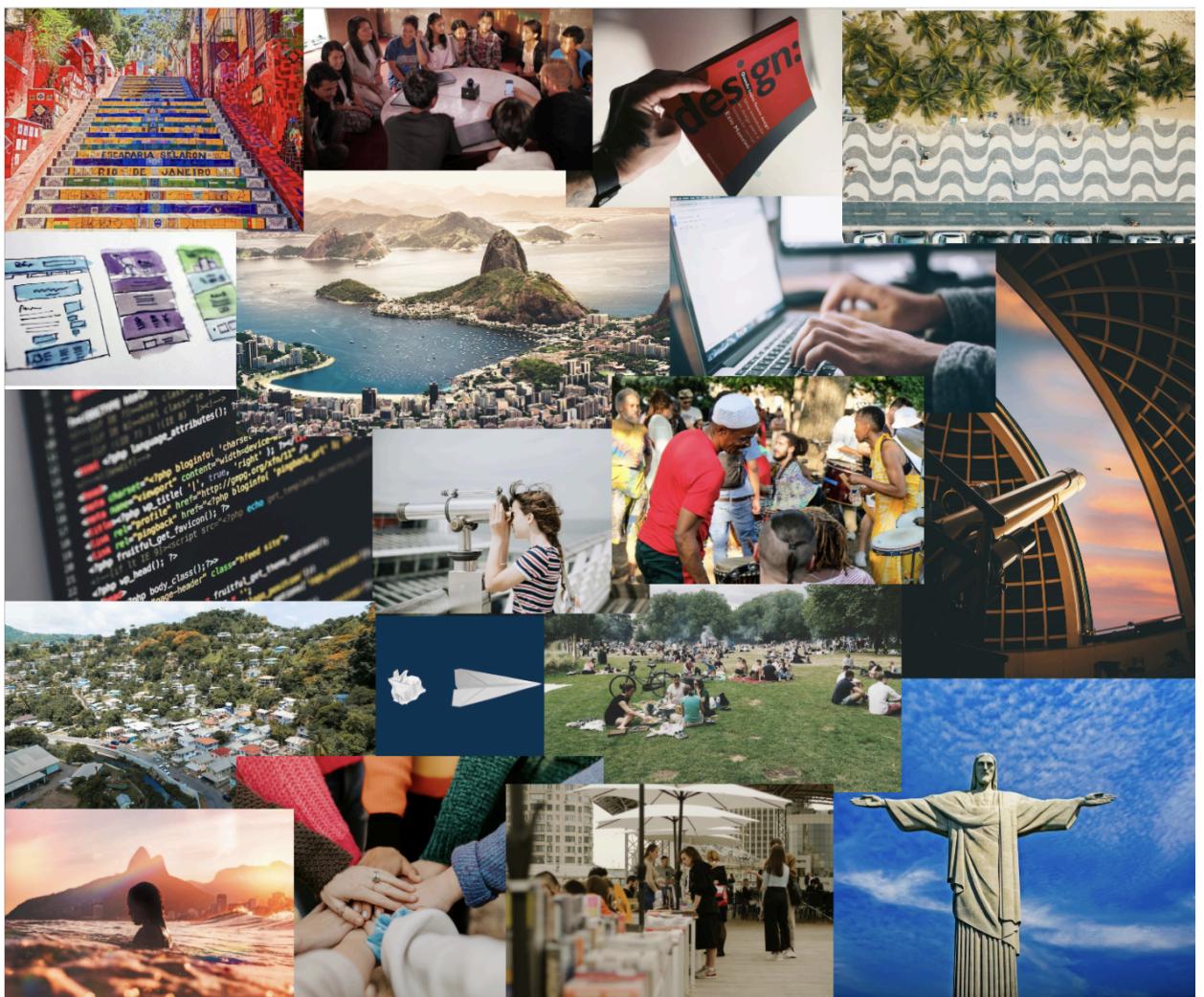


Fig 1- Moodboard do serviço

Programa de Engenharia de Produção (PEP)

Professora Carla Cipolla

Disciplina de Inovação Social, Serviços e Design

Alunos:

Antônio Augusto

Bárbara Sueiro

Carlos Alberto dos Santos Gonçalves

Cláudia Regina Barros

Ingrid Wagner Bico

Ivan Silveira

Marcia C. Souza

Sarah Medeiros Correa

Weslie Lospennato

Resumo:

Existem diversas formas de conhecer casos de inovação social, por exemplo, fazendo uma coleta de casos - como o bem-sucedido projeto italiano “*Creative Communities*”, que resultou na publicação de um livro. Outra possibilidade seria mapear esses casos e reuni-los num repositório ou num catálogo, ideias desenvolvidas por projetos como o Observatório Etnográfico de Design e Inovação Social da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), a iniciativa Rio de Impacto e o Observatório da Inovação Social de Petrópolis. Também situado no estado do Rio, o presente trabalho propõe a criação de uma plataforma digital (website) especializada em casos de Inovação Social no estado do Rio de Janeiro, mas com uma abordagem diferente dos exemplos citados. No “Designário”, os projetos mapeados articulam a IS com o Design de Serviço (DS). A plataforma funcionará como um repositório de casos e também como uma fonte de consulta de materiais relacionados à esses temas. A coleta dos casos disponibilizados será feita por meio de formulários e também por mapeamentos realizados pelos pesquisadores do “Designário”. Além do foco em Inovação Social, o projeto se baseará em teorias e ferramentas do Design e da Engenharia de Produção, áreas de conhecimento nas quais o corpo de pesquisadores do “Designário” desenvolve suas pesquisas.

Palavras-chave: Inovação Social, Design de Serviço, Website, Pesquisa

Abstract

Different approaches may be employed to identify and disseminate cases of social innovation. One example is the collection of cases, as in the successful Italian project Creative Communities, which culminated in the publication of a book. Another approach consists of mapping initiatives and consolidating them into repositories or catalogs, as developed by projects such as the Ethnographic Observatory of Design and Social Innovation at the State University of Rio de Janeiro (UERJ), the Rio de Impacto initiative, and the Social Innovation Observatory of Petrópolis. Building on these experiences, yet adopting a distinct perspective, this study proposes the creation of a digital platform (website) dedicated to documenting cases of social innovation in the state of Rio de Janeiro. In “Designário”, the mapped initiatives are examined at the

intersection of SI and Service Design (SD). The platform will serve not only as a repository of cases but also as a reference source for materials related to these domains. Data collection will be carried out through online forms as well as through mappings conducted by the research team of “Designário”. Beyond its focus on Social Innovation, the project is grounded in theories and methodologies drawn from Design and Production Engineering, the fields of expertise in which the “Designário” research team develops its investigations.

Key words: Social Innovation, Service design, Website, Research

1. CONCEITO/Apresentação geral

1.1 Contexto e desafio de projeto

Reunir casos de inovação social é uma tarefa que demanda esforços conjuntos, e muitos pesquisadores já realizam isso de forma individualizada ou coletiva (em grupos de pesquisa por exemplo). Tanto é que existem inúmeros artigos, pesquisas e livros comentando estes casos e utilizando eles como exemplo até para a proposição de outros projetos similares e/ou inspirados no que foi documentado. Porém, esses resultados não são simples de serem acessados, a pessoa interessada não consegue simplesmente abrir o Google e pesquisar um catálogo, por exemplo.

O desafio então é tornar esse material de alguma forma mais acessível, mas não apenas isso; é uma forma também de tentar deixar os projetos mais “vivos”. Uma vez catalogados num artigo, num livro ou qualquer coisa assim, os projetos mencionados existem ali naquele recorte (de abordagem e de tempo). Então como manter a vivacidade dos projetos, acompanhando suas evoluções, seus desdobramentos, e deixar isso sempre atualizado para a sociedade? A criação do observatório pode ser uma oportunidade de responder a esse desafio.

O mapeamento de casos de inovação social não é novidade, nem no Brasil nem internacionalmente, muito menos a nível local. No estado do Rio de Janeiro, por exemplo, existem diversas organizações que apresentam casos de inovação social: o projeto Rio de Impacto, voltado para projetos com foco em impacto social e ambiental; o Observatório Etnográfico de Design e Inovação Social (UERJ), que a partir da etnografia (observação participante), pensa em “soluções tecnológicas, urbanísticas, produtivas e culturais” para as “grandes questões sócio-culturais”¹; e o Observatório da Inovação Social de Petrópolis, uma “plataforma de pesquisa colaborativa que visa promover a visibilidade, a interação, o fortalecimento e a aprendizagem coletiva no Ecossistema de Inovação Social de Petrópolis, ampliando a incidência sobre os problemas públicos da cidade”².

Ainda que pertençam ao contexto local do Rio de Janeiro com diferentes abordagens e cidades, nenhuma das iniciativas apresentadas relaciona explicitamente

¹ Disponível em <https://www.esdi.uerj.br/ppdesdi/organacoes-de-pesquisa/4959/observatorio-etnografico-de-design-e-inovacao-social-no-rio-de-janeiro>

² Disponível em <https://observapetroropolis.com.br/sobre-nos>

a Inovação Social e o Design de Serviço, temáticas fundamentais da presente proposta. Assim como nenhuma das opções citadas é dedicada a coletar casos de inovação de todo o estado do Rio.

Acredito que o desafio do nosso projeto seja não apenas fazer a coleta de casos do estado do Rio, mas também

1. fazer esse material coletado ser bem documentado, com todos os dados possíveis
2. tornar esse material acessível a quem possa interessar
3. fazer o acompanhamento dos casos coletados, para manter sempre atualizado o status de cada projeto, seja ele ativo, inativo, descontinuado ou pausado (por exemplo).

1.2 Descrição do serviço

Uma plataforma digital (website) disponível online e de acesso gratuito, que reúne casos de Inovação Social e Design de Serviço no estado do Rio de Janeiro. O site pode ser acessado para consultas por quem está buscando projetos de inovação e também por quem quer cadastrar um novo projeto no repositório. Além do catálogo de casos, em permanente atualização, o site também reúne notícias sobre as áreas temáticas de Inovação e Design, calendário de eventos, assinatura gratuita de newsletter mensal, busca de projetos por tema de interesse/localização geográfica e simulação de cenários de uso de dois ou mais projetos cadastrados no site (montagem de cenários).

1.3 Diferencial

Embora já existam iniciativas no Estado do Rio de Janeiro voltadas para a coleta e divulgação de projetos de Inovação Social, como o Rio de Impacto, o Observatório Etnográfico de Design e Inovação Social (UERJ) e o Observatório da Inovação Social de Petrópolis, nenhuma delas integra de forma clara conceitos de Design de Serviços e Inovação Social em uma mesma plataforma.

Desta forma, o projeto proposto se diferencia ao oferecer integração entre Design de Serviços e Inovação social, unindo duas abordagens estratégicas, oferecendo não somente o registro, mas também a análise e o redesenho dos serviços. Assim como uma plataforma dinâmica e interativa, se mantendo viva, pois além de

disponibilizar os dados, a plataforma permitirá atualizações contínuas e interativas de forma aberta e gratuita, onde qualquer pessoa poderá consultar os dados ou inserir novos casos. Além destes diferenciais, a plataforma inova com recursos adicionais, tais como calendário de eventos, newsletter, filtros inteligentes de busca por temas ou regiões.

Assim, o diferencial do projeto é oferecer um ecossistema digital vivo, colaborativo e abrangente, que não somente registra, mas também acompanha e conecta diferentes agentes de inovação social no Estado do Rio de Janeiro.

2. SERVIÇO

2.1 Diagrama da solução

O diagrama mostra todas as partes que compõem o serviço e as relações entre elas, a partir do ponto de vista da organização que oferece a solução. Consiste em um mapa da organização geral do sistema, com os *stakeholders* principais e as trocas entre eles. Importante lembrar que apenas as trocas consistentes são representadas neste diagrama, de forma a evitar confusões.

O diagrama utiliza pictogramas e símbolos gráficos para esquematizar as seguintes informações:

- Os limites do sistema;
- As partes interessadas (*stakeholders*) primários e secundários;
- Informações sobre as trocas físicas, financeiras e informacionais;
- A performance da solução;
- As funcionalidades secundárias da solução.

O diagrama de solução do serviço do Observatório de Inovação Social foi ilustrado abaixo, usando setas roxas escuras para sinalizar as trocas de informações primárias; setas roxas claras para sinalizar trocas secundárias de informações e setas verdes para sinalizar trocas financeiras.

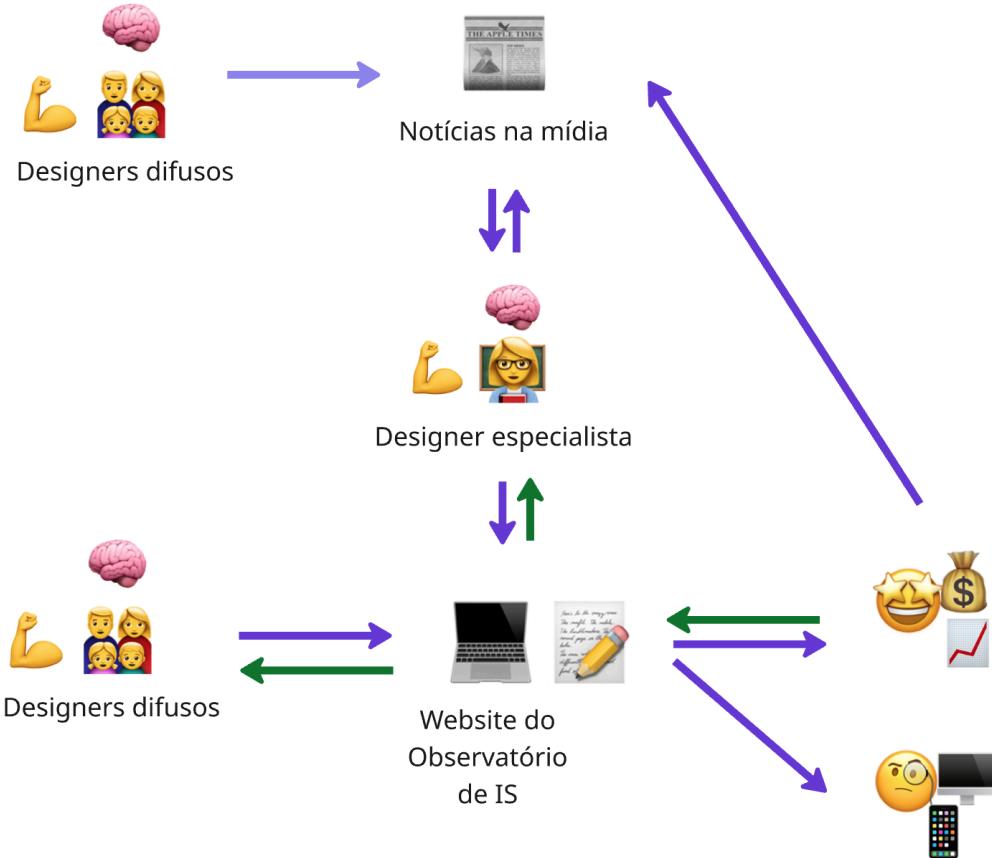


Fig 2- Diagrama da solução do serviço de observatório de inovação social

2.2 Usuários envolvidos

Os cards de usuários/personas representam pessoas fictícias, criadas com o intuito de ajudar o designer de serviços a entender as necessidades e os desejos dos usuários finais. No entanto, as pessoas criadas devem remeter à comportamentos e falas de usuários reais, de forma a ajudar na geração de empatia por parte dos projetantes. Os designers devem ser capazes de, a partir dos cards, se perguntarem “Como a Maria responderia a isso?” Ou o Pedro, Matheus, etc...

São artefatos de fronteira pois materializam, em um card, as exigências do serviço de forma a tornar visíveis para o designer e os projetantes envolvidos as necessidades que cada usuário possui.

Auxiliam também na criação das jornadas, de forma que cada usuário pode necessitar de desenhos de jornadas distintas para que atendam às necessidades singulares de cada um.

2.3 Interações de serviço (storyboards)

O *storyboard* no *design* de serviços pode ser entendido como uma forma de representação que organiza uma narrativa visual ao longo do tempo com o objetivo de tornar observáveis e discutíveis aspectos de experiências que por natureza são intangíveis. Essa representação produz um consenso operacional sobre quem participa, onde a ação ocorre, de que modo as interações se encadeiam e quais efeitos se espera alcançar, o que favorece a coesão da equipe e a verificação das suposições antes de qualquer investimento robusto em implementação. Estudos em engenharia de requisitos com abordagem de *design thinking* mostram que a elaboração de cenários com *storyboard* aumenta a clareza sobre necessidades e critérios de aceitação, pois integra o ponto de vista do usuário, o contexto de uso e as decisões que levam à satisfação do requisito, criando um artefato comum para equipes multidisciplinares e para partes interessadas não técnicas, o que reduz ambiguidades e acelera a concordância sobre o problema e sobre o escopo da solução, inclusive em serviços intensivos em interação humana (DUARTE et al., 2021). Na pesquisa em *design* estratégico observa-se ainda que o *Storyboard* migrou de um papel de bastidor herdado do cinema e da publicidade para operar também como peça de comunicação persuasiva em processos de projeto, levando equipes e clientes a experimentar uma sequência de uso e a negociar alternativas com base em evidências visuais e temporais, o que fortalece a capacidade de decidir e de legitimar caminhos de projeto em serviços complexos, como bibliotecas e ambientes públicos, além de revelar barreiras de acesso e lacunas de interação que passariam despercebidas em documentos puramente textuais (FISCHER; SCALETSKY; AMARAL, 2010).

A literatura de interação humano computador oferece resultados empíricos sobre a legibilidade e a eficácia do *storyboard* que se aplicam diretamente a serviços, pois quando o sistema se mistura ao entorno a representação precisa explicitar pessoas, contexto e passagem do tempo. Resultados experimentais indicam que legendas curtas e situadas, a presença de personagens e emoções, o controle do nível de detalhe e a economia no número de quadros por sequência aumentam a compreensão e a capacidade de inferir o que acontece entre quadros, o que diminui ruído interpretativo e eleva a qualidade da discussão em torno do conceito de serviço em diferentes estágios de maturidade do projeto, desde a

ideação até a avaliação formativa (TRUONG; HAYES; ABOWD, 2006). Quando designers adotam tais diretrizes em serviços, tornam explícitos os elos causais que conectam situações de uso a resultados desejados, o que beneficia a identificação de riscos, gargalos e oportunidades de encantamento em pontos de contato críticos.

Pesquisas em prototipagem de serviços situam o *storyboard* como um gênero particular de protótipo de experiência, no qual a narrativa gráfica atua como situação substituta que permite experimentar o serviço futuro sem implementá-lo. Nessa abordagem, a qualidade do artefato não se reduz ao aspecto pictórico, pois depende da articulação entre artefatos, usos, contextos e níveis de serviço, além de decisões sobre propósito, fidelidade, audiência e momento do processo. A literatura propõe que o valor cognitivo do *storyboard* reside no modo como distribui o tempo no espaço para externalizar suposições, construir memória coletiva e orientar a conversação projetual, o que é coerente com a noção de prototipagem de experiência que defende engajamento ativo de equipe, usuários e clientes na exploração de situações existentes e futuras por meio de encenações e simulações acessíveis que catalisam entendimento, exploração de ideias e comunicação de conceitos (BLOMVKVIST, 2014; BUCHENAU; SURI, 2000). Essa leitura reposiciona o *storyboard* como instrumento que não apenas descreve, mas produz conhecimento açãoável sobre o serviço e sobre as condições que o sustentam.

O potencial do *storyboard* amplia-se quando combinado a outras visualizações centrais do design de serviços, pois mapas de jornada oferecem uma visão integrada de etapas e emoções ao longo do percurso do usuário e os *blueprints* tornam visíveis as dependências entre *frontstage* e *backstage*, ao passo que o *storyboard* dramatiza episódios e encadeamentos locais que testam hipóteses sobre motivação, clima emocional e viabilidade situacional. Estudos sobre visualizações em design de serviços sugerem que combinações bem orquestradas de técnicas fortalecem o raciocínio sistêmico e a comunicação interfuncional, já a literatura sobre *blueprinting* mostra que a explicitação de linhas de interação e suporte torna a narrativa mais crítica e útil para identificar falhas latentes e oportunidades de inovação na operação do serviço. Em síntese, quando *storyboard*, jornada e *blueprint* se informam mutuamente, a equipe comprehende tanto a arquitetura do sistema de serviço quanto a experiência vivida pelo usuário e os episódios que compõem essa experiência em situações que importam, o que eleva a qualidade das decisões e dos experimentos de aprendizagem (SEGELSTRÖM;

HOLMLID, 2011; BITNER; OSTROM; MORGAN, 2008).

A literatura de *codesign* acrescenta que a construção colaborativa de histórias favorece o início rápido de projetos, a circulação de perspectivas e a manutenção da centralidade do usuário, além de apoiar grupos em imaginar possibilidades futuras e em articular tensões entre necessidades, capacidades organizacionais e valores de diferentes comunidades. Quando grupos desenvolvem histórias em diálogo, o *Storyboard* passa a funcionar como mediador cognitivo e social que sustenta a negociação de significados e a convergência sobre critérios de valor para o serviço, o que é especialmente relevante em contextos públicos e comunitários nos quais pluralidade cultural e assimetrias institucionais podem comprometer o entendimento compartilhado da proposta e de seus efeitos pretendidos no território (KANKAINEN et al., 2012). Essa perspectiva justifica práticas de validação com múltiplas vozes e iterações curtas, nas quais a história é reescrita à luz de *feedbacks* sucessivos até que os quadros expressem com clareza o que o serviço pretende provocar no cotidiano dos atores envolvidos.

Ao articular evidência de diferentes frentes, estudos reforçam conclusões complementares. O estudo de engenharia de requisitos com *design thinking* exemplifica o uso do *Storyboard* para especificar cenários que combinam entendimento de contexto e elicição de requisitos com linguagem acessível, o que cria um artefato de projeto adequado à negociação com *stakeholders* e ao alinhamento entre tecnologia e experiência pretendida em serviços digitais e híbridos no setor público e privado, enquanto a investigação em *design* estratégico sistematiza a natureza dupla do *Storyboard* como instrumento de geração de ideias e de comunicação, insistindo na importância da narrativa e do controle da temporalidade para revelar problemas de acesso e de interação em ambientes reais de serviço, o que dá base para ciclos de ideação e de avaliação mais consequentes em equipes interdisciplinares e em organizações que precisem conciliar objetivos de desempenho e significado para usuários e comunidades (DUARTE et al., 2021; FISCHER; SCALETSKY; AMARAL, 2010).

Em conclusão, o *Storyboard* no design de serviços deve ser visto como um mediador de conhecimento que integra análise, proposição e validação e que por meio de narrativas visuais economicamente construídas permite ensaiar situações futuras, revelar dependências sistêmicas e negociar valor com base em evidências compartilháveis. Quando fundamentado nas melhores práticas de legibilidade e

quando articulado à visualizações sistêmicas e a processos colaborativos, o *storyboard* potencializa a aprendizagem coletiva e a qualidade das decisões em inovação de serviços, sobretudo naqueles em que o tecido relacional e o contexto cultural são determinantes para o resultado.

No projeto proposto, o serviço é uma plataforma digital que reúne e divulga casos de inovação social e design de serviços no estado do Rio de Janeiro, associada a funcionalidades de busca, curadoria, cadastro de novos projetos e simulação de cenários. A partir dessa definição, a construção de *storyboards* textuais para as *personas* elaboradas permite articular a fundamentação teórica com a prática projetual, produzindo narrativas que não apenas descrevem trajetórias de uso, mas iluminam dimensões críticas do serviço, revelando pontos de inovação social e evidenciando lacunas que precisam ser consideradas no processo de *design*.

Na trajetória da **primeira persona**, ilustrada na Imagem 1, uma pesquisadora de inovação social, de 40 anos, com trajetória acadêmica consolidada e perfil criterioso, o *storyboard* se inicia quando, em sua rotina de trabalho, ela busca referências para fundamentar um artigo científico. Ao acessar a plataforma, percorre a página inicial que oferece um catálogo de casos de inovação social no estado. Ela explora os filtros de busca, selecionando por tema e localização, e encontra projetos que dialogam com sua pesquisa. A cena se desenvolve com a *persona* lendo descrições, avaliando a curadoria das informações e baixando materiais de referência. O *storyboard* mostra sua satisfação ao perceber que a plataforma não apenas reúne casos dispersos, mas os organiza com consistência e rigor metodológico. A narrativa revela como o serviço atende à sua necessidade de informação qualificada e divulgação de boas práticas, ao mesmo tempo em que expõe pontos críticos relacionados à curadoria contínua e à credibilidade da plataforma, aspectos fundamentais para sua adesão. O encadeamento da história evidencia o valor do serviço em apoiar comunidades acadêmicas e reforça como a narrativa visual do *storyboard* pode explicitar a relação entre confiabilidade da informação e impacto social da plataforma.

Imagen 1: persona 1 - pesquisadora



Fonte:

Já na história da **segunda persona**, conforme ilustração de Imagem 2, um homem de 30 anos, trabalhador de renda média-baixa, engajado socialmente e com perfil de liderança comunitária, o *Storyboard* adquire uma tonalidade distinta. Ele busca visibilidade para o projeto que desenvolve em seu território e, ao acessar o site, percorre o fluxo de cadastro de um novo projeto. A cena inicial o mostra digitando dados básicos de sua iniciativa em um computador de um centro comunitário. À medida que avança nos formulários, percebe que a plataforma sugere palavras-chave, oferece espaço para *upload* de imagens e orienta sobre como estruturar a descrição de impacto social. A narrativa visualiza seu entusiasmo em ver seu projeto representado em um espaço de alcance estadual, mas também sua ansiedade diante da necessidade de escrever com clareza e seguir critérios formais de curadoria. O *Storyboard* ilumina a relevância do serviço em democratizar o acesso à visibilidade, ao mesmo tempo em que problematiza barreiras de letramento digital e a necessidade de mediação para inclusão de atores sociais que não dominam plenamente o registro escrito. Essa trajetória dramatiza a tensão entre a potencialidade emancipatória da plataforma e os riscos de exclusão de sujeitos que, embora detentores de práticas de inovação social, podem ter dificuldades em

traduzi-las nos formatos exigidos.

Imagen 2: persona 2 - trabalhador

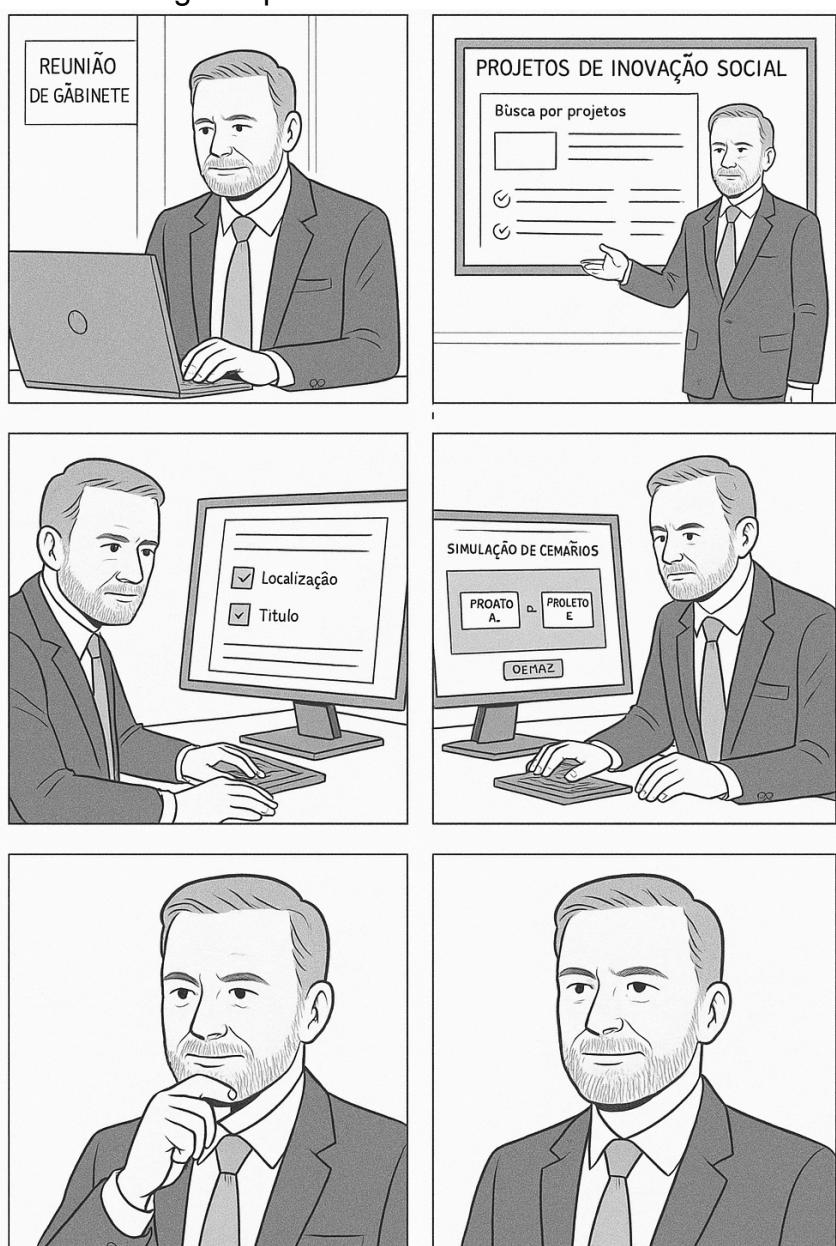


Fonte:

Por fim, na narrativa da **terceira persona**, Imagem 3, um agente político de 50 anos, de alta renda e em busca de capital político e social, o *storybook* assume a forma de uma exploração estratégica. Ele acessa a plataforma durante uma reunião de gabinete, projetando na tela do escritório a seção de busca por projetos. A cena se constrói em torno da seleção de iniciativas de maior visibilidade em determinadas regiões do estado, avaliando não apenas o teor inovador dos projetos, mas também o potencial de articulação com suas próprias agendas políticas. O *storybook* mostra como ele utiliza a função de simulação de cenários, combinando

dois ou mais projetos cadastrados para avaliar possíveis sinergias. Essa narrativa permite visualizar de modo crítico a apropriação da plataforma por atores interessados em legitimar discursos de impacto social e ampliar retorno político. Ao representar esse percurso, o *storyboard* revela uma dimensão sensível do serviço, pois explicita tanto a potência de articulação e investimento quanto o risco de instrumentalização política dos projetos cadastrados. A encenação da experiência desse usuário enfatiza como a plataforma precisa lidar com tensões éticas, de governança e de transparência, reforçando o papel do *design* de serviços em mediar interesses distintos.

Imagen 3: persona 3 - agente político



Fonte:

Em conclusão, a aplicação do *storyboard* no projeto não se limita à descrição linear de interações, mas se converte em um recurso de análise que torna visíveis elementos críticos da plataforma. Enquanto a narrativa da pesquisadora evidencia a centralidade da curadoria e da credibilidade, a trajetória do engajado social revela desafios de acessibilidade e inclusão, e a experiência do agente político traz à tona dilemas de governança e instrumentalização. Cada *storyboard* cumpre, assim, a função de prototipar a experiência futura, permitindo à equipe antecipar problemas, explorar oportunidades e orientar decisões de projeto a partir de uma perspectiva empática e crítica. Ao materializar as histórias dessas *personas*, o *storyboard* contribui para alinhar o discurso da inovação social com a prática concreta de *design* de serviços, demonstrando como a ferramenta promove uma mediação entre teoria, prática e contexto.

2.4 Processo de serviço (blueprints)

O *blueprint* é uma ferramenta do Design de Serviço que possibilita visualizar, em um único diagrama, o funcionamento completo de um serviço, de maneira semelhante a um mapa de jornada. Seu uso neste trabalho, se dá como forma de entendermos as etapas que esse serviço percorrerá, tanto na linha de frente, em atendimento ao usuário, como na linha de trás, em suporte às ações necessárias para o atendimento deste usuário.

No uso do *website*, serão apresentadas as interações em cinco dimensões do serviço: evidências físicas, ações do usuário, ações de linha de frente, ações de bastidores e processos de suporte. Para melhor compreensão deste percurso, esses pontos foram divididos em três linhas: linha de interação, linha de visibilidade e interação interna.

Como forma de demonstração da ferramenta, apresentaremos os casos:

1. de um usuário que acessa o *website* com o objetivo de consultar projetos de inovação social semelhantes aos que o próprio usuário atua em seu território;
2. de uma pessoa que tem um projeto de inovação e está interessada em se tornar parceira do observatório, cadastrando seu projeto no site.

Como destacamos ao longo deste relatório, o objetivo deste *website* vai para além de consultas: busca também mapear os espaços de desenvolvimento de ações de inovação social, de modo a ampliar sua visibilidade e contribuir para a construção

de um entendimento sobre como esses modelos de ação estão organizados no estado do Rio de Janeiro. Abaixo temos a representação destes *blueprints*.

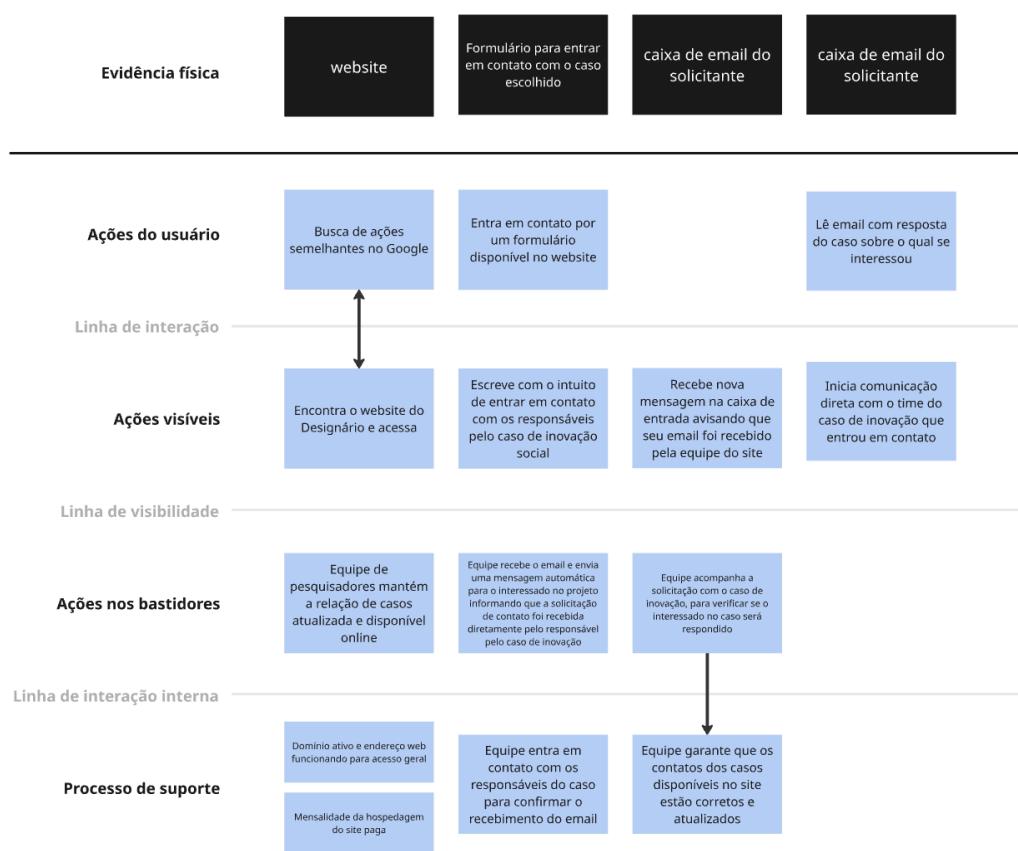


Fig. Blueprint 1 - Processo dos usuários ao acessar o site

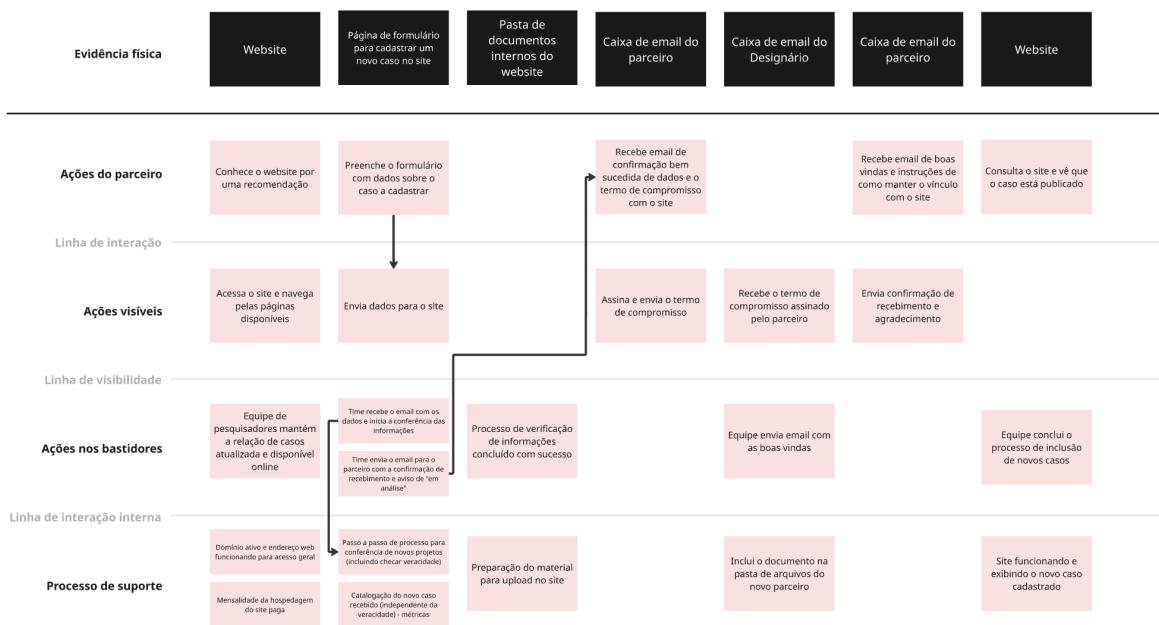


Fig. Blueprint 2 - Processo dos parceiros ao solicitar um novo cadastro no site

2.5 Jornada do serviço

Realizar uma descrição do processo do serviço complementar ao que foi elaborado para o storyboard e o blueprint. Podem consultar o PPT "instrumentos" carregado no *classroom* para alguns exemplos.

2.6 Evidências do serviço

Indicar todos os elementos tangíveis e/ou sistemas requeridos e utilizados na performance do serviço (tangible evidences)

2.7 Comunicação

Website, aplicativo ou plataforma. Descrever suas características e como se relaciona com as partes presenciais (não virtuais) do serviço. (Pedir auxilio do Antonio)

2.8. Stakeholders

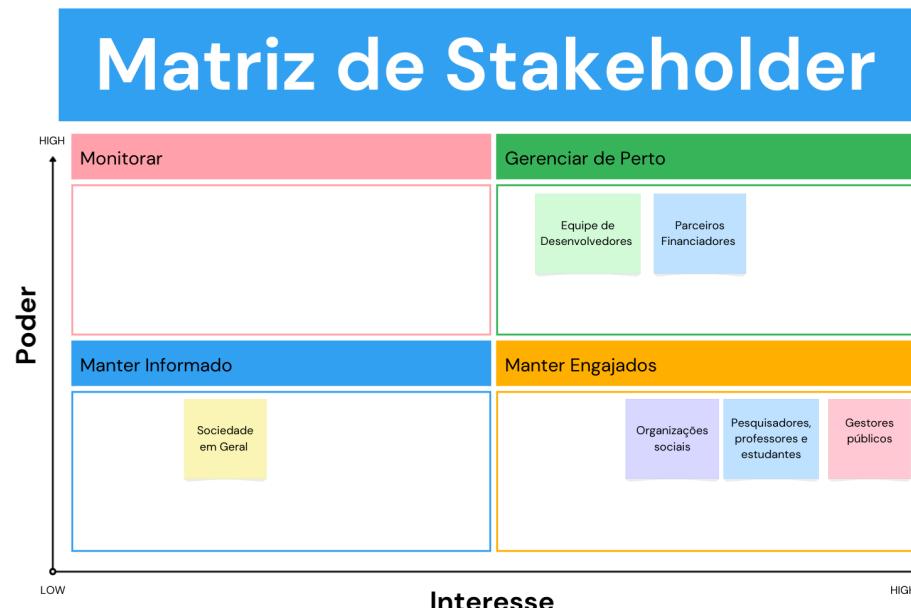
A definição dos principais *Stakeholders* no projeto permite compreender as expectativas, interesses e níveis de influência, possibilitando definir estratégias de engajamento mais eficazes para a manutenção da plataforma. Desta forma considera-se como partes interessadas:

- **Pesquisadores, Professores e Estudantes:** Este grupo é definido como estratégico para a plataforma, uma vez que eles poderão utilizá-la para consulta de dados para análises acadêmicas, artigos, dissertações, teses e outros estudos, possibilitando maior visibilidade e divulgação da plataforma.
- **Organizações Sociais:** são fornecedores diretos das informações dos projetos. Ao cadastrar e incluir suas iniciativas, estas organizações aumentam a visibilidade de seus projetos e podem estabelecer conexões relevantes com parceiros, patrocinadores e colaboradores.
- **Gestores Públicos e Formadores de Políticas Públicas:** Representam um grupo de alto poder e alto interesse, uma vez que os dados disponibilizados na plataforma podem orientar a formalização de políticas públicas e ações estratégicas que promovam um impacto social mais efetivo.
- **Sociedade em Geral:** Esse grupo compõe o grupo mais amplo da plataforma. Sua principal motivação é acessar informação gratuita e simples, que possibilite visualizar o impacto social alcançado com os projetos.
- **Parceiros Financiadores:** Responsáveis pelo apoio financeiro que viabiliza a criação e manutenção da plataforma. Em contrapartida, esperam visibilidade institucional e relatórios que demonstram os impactos sociais alcançados pelo projeto.
- **Equipe de desenvolvimento:** Atores internos e externos essenciais para a sustentabilidade técnica da plataforma. Garantem que o ambiente digital se mantenha seguro, atualizado e em constante evolução tecnológica.

Com base neste Stakeholders a seguinte matriz de Interesse e poder é definida:

MATRIZ DE INTERESSE E PODER DOS STAKEHOLDERS

Stakeholder	Interesse	Poder
Sociedade em geral	2	3
Pesquisadores, professores e estudantes	5	3
Gestores públicos	5	3
Organizações sociais	5	3
Parceiros financiadores	4	4
Equipe de desenvolvimento da plataforma	5	5



A partir da interpretação da Matriz é possível compreender as expectativas de cada grupo e iniciar estratégias diferentes para manutenção e engajamento. Os Grupos

que possuem alto “Poder” e “Interesse” faz-se necessário desenvolver estratégias para Gerenciar de Perto, assim como os Grupos que possuem alto “Interesse” e “Poder” médio a estratégia a ser desenvolvida deve focar em mantê-los engajados. E os grupos que possuem baixo “Interesse” e “Poder” a estratégia deve ser voltada para mantê-los informados.

	Sociedade	Academia	Gestão Pública	Organizações da sociedade civil	Parceiros financiadores
Sociedade	Acesso à informação	Pesquisas e publicações	Retorno positivo aos impostos	Serviços sociais e ambientais	Serviços ESG
Academia	Aumento da relevância da fonte de dados	Consulta à base dados	Financiamento	Informações detalhadas sobre casos de IS	Apoio financeiro
Gestão Pública	Engajamento político	Pesquisas e publicações	Identificar tendências	Serviços sociais e ambientais	Serviços ESG
Organizações da sociedade civil	Visibilidade	Pesquisas e publicações	Visibilidade	Criar networking	Apoio financeiro
Parceiros financiadores	Visibilidade	Pesquisas e publicações	Visibilidade	Visibilidade	Criar networking

Fig X - Matriz de reciprocidade dos stakeholders

3. MODELO DE SUSTENTAÇÃO

3.1. Parceiros-Chave

- **Instituições Acadêmicas:** Universidades e centros de pesquisa, membros da Rede DESIS (nível nacional e internacional). Essas parcerias podem ser importantes para pesquisas, identificação de casos e disseminação.
- **Órgãos Governamentais/Autoridades Públicas:** Para apoio a políticas, financiamento e integração em iniciativas mais amplas de desenvolvimento social.
- **Organizações Não Governamentais:** como fontes de iniciativas de base (bottom-up) e parceiros em inovação social.
- **Comunidades Locais e Criativas:** como a principal fonte de casos de inovação social e cocriadoras de soluções.

- **Empresas do Setor Privado:** Para potencial financiamento, colaboração em "soluções habilitadoras" e para a disseminação de resultados de pesquisa.
- **Organizações de Mídia:** Redes de TV locais ou outras mídias para "aumentar a visibilidade local" dos casos.
- **Agências de Financiamento:** Organizações como a Comissão Europeia, CAPES, UNEP e outras que apoiam a pesquisa e a inovação social.

3.2. Atividades-Chave

- **Coleta e Identificação:** Busca e coleta contínua de casos promissores de inovação social no Rio de Janeiro, especialmente iniciativas de base. Isso inclui a documentação de seus elementos e funcionamento.
- **Pesquisa e Análise:** Estudo de casos para entender seus fatores de sucesso, potencial de replicação e como contribuem para a sustentabilidade. Análise das demandas por produtos, serviços e soluções.
- **Gestão de Plataforma Digital:** Desenvolvimento, manutenção e atualização da plataforma online para hospedar casos, ferramentas e literatura.
- **Visibilidade e Disseminação:** Tornar os casos coletados e os resultados das pesquisas visíveis online e através de vários canais para inspirar e informar um público mais amplo.
- **Facilitação de Redes e Conexões:** Criação de plataformas de conexão para ligar pessoas, iniciativas, produtos e serviços. Fomento de esforços colaborativos.
- **Educação e Treinamento:** Adaptação de resultados de pesquisa em atividades didáticas e workshops para conscientizar e ensinar sobre estilos de vida sustentáveis e inovação social (eventos).
- **Design Estratégico e Desenvolvimento de Soluções:** Uso da expertise em design para conceituar soluções e plataformas que possam fortalecer, disseminar e perpetuar inovações sociais.

3.3. Propostas de Valor

- **Maior Visibilidade e Acessibilidade:** Oferece uma plataforma online central e acessível para casos de inovação social, tornando-os visíveis para um público mais amplo, incluindo potenciais usuários, parceiros e formuladores de políticas.
- **Inspiração e Aprendizagem:** Proporciona um rico repositório de exemplos do mundo real que podem inspirar indivíduos, comunidades e organizações a adotar ou criar estilos de vida sustentáveis e colaborativos.
- **Conhecimento e Insights:** Fornece análise aprofundada e compreensão teórica dos processos de inovação social, fatores de sucesso e potencial de replicação.

- **Apoio à Difusão e Replicação:** Identifica estratégias e as desenvolve para ajudar inovações sociais promissoras a se espalharem e se tornarem práticas comuns.
- **Oportunidades de Networking:** Conecta diversos atores (inovadores, designers, instituições, público) para fomentar a colaboração e a sinergia.
- **Contribuição para o Desenvolvimento Sustentável:** Apoia a transição para formas de vida mais sustentáveis, promovendo soluções locais e de base que reduzem o impacto ambiental e regeneram o capital social.
- **Empoderamento de Comunidades Criativas:** Fornece apoio prático e para fomentar atitudes empreendedoras dentro das comunidades.

3.4. Segmentos de Clientes

- **Inovadores Sociais e Comunidades Criativas:** Buscando visibilidade, recursos, conexões e apoio para suas iniciativas.
- **Indivíduos e Cidadãos:** Interessados em adotar estilos de vida sustentáveis, encontrar soluções locais ou se envolver em iniciativas sociais.
- **Pesquisadores, estudantes (extensionistas):** Procurando estudos de caso, arcabouços teóricos e oportunidades de pesquisa em inovação social e sustentabilidade.
- **Formuladores de Políticas e Administradores Públicos:** Buscando insights sobre inovações sociais eficazes, modelos para desenvolvimento local e recomendações de políticas.
- **Empreendedores e Empresas:** Explorando novos modelos de negócios, oportunidades de mercado em soluções sustentáveis e formas de interagir com usuários inovadores.

3.5. Relação com os Clientes

- **Interação Digital (Plataforma):** Oferecendo uma plataforma online intuitiva e interativa para navegar nos casos, acessar recursos e enviar informações.
- **Construção de Comunidade:** Facilitando conexões e diálogo entre vários atores, possivelmente através de fóruns online ou eventos organizados.
- **Engajamento Educacional:** Oferecendo workshops, seminários e materiais didáticos sobre inovação social e sustentabilidade.
- **Serviços de Consultoria/Assessoria:** Fornecendo expertise a parceiros (governos locais, empresas) sobre como fomentar a inovação social e implementar soluções sustentáveis.
- **Comunicação Inspiracional:** Usando narrativas, visuais e exemplos envolventes para "seduzir" e motivar a mudança de comportamento.
- **Apoio Direto:** Oferecendo abordagens "mão na massa" para investigar e apoiar iniciativas, podendo levar a intervenções de design específicas.

3.6. Canais

- **Plataforma Online/Website:** O canal principal para hospedar e dar visibilidade aos casos de inovação social e recursos relacionados.
- **Redes Acadêmicas:** Através de consórcios universitários, grupos de pesquisa (Rede DESIS, por exemplo) e publicações (livros, artigos, conferências).
- **Redes Locais ("Antenas"):** Equipes de pesquisadores e estudantes que identificam e disseminam ativamente informações em nível local.
- **Workshops e Eventos:** Atividades organizadas para engajar comunidades específicas, estudantes e profissionais.
- **Mídias Sociais e Marketing Digital:** Utilização de técnicas de marketing viral para alcançar públicos mais amplos e explorar redes sociais existentes.
- **Parcerias:** Aproveitamento das redes e canais de comunicação de organizações parceiras para alcançar seus respectivos públicos.
- **Documentos de Política e Relatórios:** Direcionados a órgãos governamentais e institucionais para informar decisões de política e financiamento.

3.7. Recursos-Chave

Recursos Humanos:

- **Pesquisadores e Designers Especialistas:** Especializados em inovação social, sustentabilidade, design estratégico e design de serviços.
- **Rede de Observadores Locais/Estudantes:** Para identificação e documentação de casos locais.
- **Equipe Técnica:** Para desenvolver e manter a plataforma online e ferramentas digitais.

Recursos Intelectuais:

- **Repositório de Casos:** A crescente coleção de casos de inovação social documentados.
- **Metodologias e Estruturas:** Para análise de inovação social, design estratégico e sustentabilidade (e.g., metodologia EMUDE, Design para Sustentabilidade, Design para Inovação Social).
- **Pesquisas e Literatura Publicadas:** Uma biblioteca de ferramentas relevantes e literatura selecionada.
- **Marca e Reputação:** Como um observatório e centro de conhecimento confiável em inovação social.

Recursos Tecnológicos:

- **Plataforma Online:** a infraestrutura de website/banco de dados para gerenciamento de conteúdo, pesquisa e exibição.
- **Ferramentas de Comunicação e Colaboração:** para coordenação interna da equipe e engajamento de atores externos.
- **Softwares de Coleta e Análise de Dados:** ferramentas para pesquisa etnográfica, análise de conteúdo e visualização.

Recursos Financeiros:

- Financiamento para apoiar a equipe, atividades de pesquisa, desenvolvimento da plataforma e programas de extensão.

3.8. Estrutura de Custos

- **Custos de Pessoal:** salários e/ou bolsas para pesquisadores, designers, equipe administrativa, suporte técnico.
- **Custos de Tecnologia e Infraestrutura:** desenvolvimento, hospedagem, manutenção e atualizações para a plataforma online, licenças de software e equipamentos de TI.
- **Despesas de Pesquisa e Coleta de Dados:** viagens, trabalho de campo, processamento de dados e ferramentas de análise.
- **Custos de Disseminação e Extensão:** marketing, materiais de comunicação, organização de eventos, publicações.
- **Custos Operacionais e Administrativos:** espaço de escritório, utilidades, despesas legais e administração geral.
- **Custos de Treinamento e Workshops:** materiais, aluguel de local e honorários de especialistas para atividades educacionais.

3.9. Fontes de Receita

- **Bolsas de Pesquisa e Financiamento de Projetos:** a partir de organizações nacionais e internacionais (CAPES, Comissão Europeia, FAPERJ).
- **Parcerias e Patrocínios:** com instituições públicas, ONGs e empresas privadas interessadas em apoiar a inovação social e a sustentabilidade.
- **Doações e Filantropia:** de indivíduos ou fundações que apoiam causas sociais.
- **Serviços de Consultoria e Assessoria:** oferta de expertise em estratégia de inovação social, design para sustentabilidade e estruturação de design de serviços a clientes externos (podendo este ser outro serviço com características próprias).

- **Conteúdos personalizados:** para acesso diferenciado a dados específicos, relatórios personalizados e aprofundados, eventos de networking (para empresas ou formuladores de políticas). Além de entrega de programas educacionais sob medida, como treinamentos e workshops

4. IDENTIDADE VISUAL

4.1 Logotipo

O logotipo do Designário é composto por um símbolo abstrato e uma tipografia personalizada, que atuam em conjunto para transmitir os valores e a proposta do projeto. A marca visual foi desenhada para ser moderna, memorável e funcional em diversas mídias.



Figura x: Logo Designário colorida



Figura x: Logo Designário P&B

4.2 Conceito

O conceito visual da marca foi construído para ser uma representação gráfica da missão do Designário: Observatório de Inovação Social. A identidade visual não apenas nomeia o projeto, mas também narra sua essência, utilizando uma abordagem geométrica e cores vibrantes para comunicar sua visão.

O ícone é uma fusão de formas modulares que representam a natureza colaborativa e em constante evolução da inovação social. As formas se interligam para sugerir a ideia de conexão e rede, enquanto a estrutura "aberta" e o movimento das formas remetem a um livro que se desdobra, simbolizando a ação de inventariar e revelar o conhecimento.

A seleção tipográfica foi pensada para criar uma hierarquia clara e manter a legibilidade em todas as mídias. A fonte Poppins Bold é a tipografia primária, usada no logotipo e em títulos (headers) para transmitir força e modernidade. Por ser uma sans-serif geométrica, ela complementa o estilo do símbolo. A fonte Quicksand Regular é a tipografia secundária, escolhida por sua alta legibilidade e estilo amigável. Ela é usada em textos de corpo para garantir uma leitura confortável e acessível.

A linha sob o nome serve como um sublinhado, um recurso gráfico que direciona o olhar para o subtítulo "Observatório de Inovação Social", estabelecendo a hierarquia visual.

A seleção de cores foi pensada para transmitir valores complementares e estratégicos:

- O Azul Petróleo (#002F42) serve como base sólida, transmitindo confiança, seriedade e profundidade, trazendo a seriedade necessária para o

observatório de pesquisa.

- O Verde Vibrante (#4CAF50) e o Vermelho Alaranjado (#EE4529) são cores de destaque que simbolizam inovação, crescimento e energia. O verde remete à sustentabilidade e ao impacto social, enquanto o vermelho intenso adiciona um toque de dinamismo e paixão. A combinação de cores vibrantes sobre a base neutra cria um contraste que atrai o olhar e reflete a vivacidade dos projetos de inovação social.
- O Cinza Claro (#F7F7F7) atua como uma cor neutra, fornecendo uma base limpa e legível para a aplicação da marca e facilitando o destaque dos elementos principais.

4.3 Aplicações

A identidade visual do Designário foi desenvolvida para garantir consistência e impacto em diversas aplicações, adaptando-se a diferentes plataformas e materiais de comunicação. Os mockups criados ilustram a versatilidade e a adaptabilidade da marca em cenários práticos:

Website: O logotipo será o principal elemento de identidade na plataforma digital, aparecendo no cabeçalho e na versão reduzida (símbolo) no ícone do navegador. O sistema de cores e a tipografia serão replicados em todo o site, garantindo uma experiência visual coesa.

(Inserir Figura site)

Canecas e Cadernos: O logotipo se integra perfeitamente a itens de escritório e brindes, como canecas e cadernos. Sua clareza e proporções garantem que a marca seja facilmente reconhecível e memorável, reforçando a presença do observatório no dia a dia dos usuários.



Figuras x: Aplicação de logo em canecas.



Figuras x: Aplicação de logo em caderno.

Bolsas e Camisetas: Em produtos de vestuário e acessórios, como bolsas e camisetas, o logo mantém sua força e identidade. A flexibilidade do design permite que seja aplicado em diferentes tamanhos e cores de fundo, sempre com alta legibilidade e impacto visual.



Figuras x: Aplicação de logo em Camiseta e bolsa.

Banner: Para a comunicação externa e de grande escala, como banners em pontos de ônibus no Rio de Janeiro, o logo foi projetado para capturar a atenção. A combinação de cores vibrantes e a tipografia robusta garante que a mensagem seja clara e visível à distância, alcançando um público amplo e diverso da cidade.



Figuras x: Aplicação de logo em banners.

5. PROTÓTIPO FUNCIONAL (Primeira versão do site)

Apontar o protótipo para o domínio (www) definido e pronto para navegação em versão operacional.

www.inovacaosocial.rio.br

6. PROCESSO DE GESTÃO DO PROJETO

Deve ser descrito como este projeto foi desenvolvido na disciplina, indicando nominalmente quais as atribuições de cada componente do grupo/turma no processo.