

Inteligência social no design: estratégias para a construção de experiências éticas, inclusivas e relacionais

Alice de Jesus Moraes

Universidade Federal do Maranhão – UFMA
<http://lattes.cnpq.br/8721353766156415>
alice.moraes@discente.ufma.br

Márcio James Soares Guimarães

Universidade Federal do Maranhão – UFMA
<http://lattes.cnpq.br/9511208974215435>
marcio.guimaraes@ufma.br

Resumo

Este artigo analisa a inteligência social como competência estruturante no design, enfatizando sua relevância para práticas éticas, inclusivas e colaborativas. Com base em um referencial teórico que articula autores como Papanek, Norman, Buchanan, Manzini e Goleman, o estudo entende o design como prática social e relacional capaz de responder a desafios contemporâneos com responsabilidade e sensibilidade. A pesquisa adota como metodologia a revisão bibliográfica e a análise de estudos de caso, voltando-se a experiências que demonstram a capacidade do design de ampliar cidadania e promover inclusão. A análise dos dados aponta que a inteligência social se manifesta no design por meio da escuta ativa, da empatia projetual, da valorização das subjetividades e da capacidade de articular processos coletivos. Esses elementos ampliam o alcance social dos projetos e qualificam o papel do designer como mediador de relações e agente de transformação. Conclui-se que a incorporação de competências ligadas à inteligência social deve orientar tanto a formação acadêmica quanto a prática profissional em design, de modo a consolidar referenciais ético-políticos que sustentem projetos mais inclusivos e comprometidos com a diversidade humana.

Palavras-chave

Design; Moda; Inteligência social; Inclusão; Cultura visual

Social Intelligence in Design: strategies for building ethical, inclusive and relational experiences

Abstract

This article examines social intelligence as a structuring competence in design, emphasizing its relevance for ethical, inclusive, and collaborative practices. Drawing on a theoretical framework that brings together authors such as Papanek, Norman, Buchanan, Manzini, and Goleman, the study understands design as a social and relational practice capable of addressing contemporary challenges with responsibility and sensitivity. The research adopts bibliographic review and case study analysis as its methodology, focusing on experiences that demonstrate the capacity of design to expand citizenship and foster inclusion. Data analysis indicates that social intelligence in design is expressed through active listening, projectual empathy, the appreciation of subjectivities, and the ability to articulate collective processes. These elements not only extend the social reach of projects but also qualify the role of the designer as a mediator of relationships and an agent of transformation. The study concludes that the incorporation of competencies associated with social intelligence should guide both academic training and professional practice in design, in order to consolidate ethical-political frameworks that sustain more inclusive projects committed to human diversity.

Keywords

Design; Fashion; Social intelligence; Inclusion; Visual culture

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa teve como foco compreender as articulações entre inteligência social e prática do design contemporâneo. O tema mostra-se relevante diante dos desafios enfrentados por sociedades cada vez mais complexas, interconectadas e atravessadas por desigualdades sociais, culturais e tecnológicas. A inteligência social, entendida como a capacidade de perceber sentimentos, pensamentos e intenções de outras pessoas e agir de modo ético e empático nas interações sociais (Goleman, 2006), constitui um eixo conceitual que permite repensar o design como mediador de relações humanas. O avanço das tecnologias digitais, da inteligência artificial e das redes sociais reforça a necessidade de compreender o design não somente como produção material, mas como prática relacional e discursiva (Buchanan, 1992).

A escolha pelo recorte temático justifica-se pela carência de estudos que aproximem inteligência social, metodologias de design colaborativo, práticas educativas e design para a cidadania. Embora noções como design centrado no humano, codesign e inovação social estejam em evidência, ainda são limitadas as investigações que examinam a inteligência social como competência transversal no processo projetual (Sanders; Stappers, 2012). O cenário atual evidencia, ainda, uma contradição: enquanto os meios de comunicação se expandiram, a empatia, a escuta e o diálogo, pilares da inteligência social, permanecem muitas vezes secundários nos processos de criação e consumo. Nesse contexto, investigou-se de que forma o design pode ir além de representar, mas também contribuir na promoção de relações mais justas, sensíveis e democráticas.

O objetivo geral consistiu em analisar como a inteligência social pode ser integrada ao design como princípio estratégico, crítico e formativo. Foram definidos três objetivos específicos: (1) discutir os fundamentos conceituais da inteligência social em diálogo com o design; (2) examinar como abordagens estratégicas, colaborativas e centradas no humano incorporam dimensões dessa competência; e (3) refletir sobre os impactos dessas articulações na experiência do usuário, na cultura visual e nos processos educativos. A proposta alinhou-se aos eixos temáticos do Colóquio Internacional de Design 2025, especialmente identidade, cidadania e inovação social.

A metodologia adotada foi qualitativa, exploratória e de base teórico-conceitual. A revisão integrativa de literatura contemplou autores clássicos e contemporâneos, como Goleman (2006), Norman (2013), Papanek (1995), Manzini (2015), Sanders e Stappers (2012), além de fontes documentais e dados recentes de 2025, que reforçam a pertinência do debate em contextos nacionais e internacionais. A análise seguiu uma perspectiva crítica e interpretativa, inspirada no design especulativo (Dunne; Raby, 2013) e na concepção do design como prática reflexiva (Fallman, 2008). As reflexões emergiram da articulação entre fundamentos teóricos e evidências empíricas de iniciativas que aproximam design, empatia e transformação social.

Esse diálogo manifesta-se em experiências como o Seminário Moda Inclusiva Fortaleza (2017), que reuniu cerca de 100 participantes, sendo 86% formado por mulheres, e abordou ergonomia, acessibilidade comunicacional e design funcional para pessoas com deficiência. A iniciativa evidenciou o potencial do design inclusivo para articular inovação, cidadania e impacto social.

2. INTELIGÊNCIA SOCIAL E DESIGN: FUNDAMENTOS CONCEITUAIS

2.1 Inteligência social: conceitos e abordagens contemporâneas

O conceito de inteligência social surgiu como uma extensão das múltiplas inteligências humanas, destacando a habilidade de lidar com relações interpessoais de modo ético, empático e adaptativo. Daniel Goleman (2006) a define em duas dimensões complementares: a consciência social, ligada à empatia, à sintonização e à compreensão do outro, e a aptidão social, que envolve a condução de interações eficazes. Essa perspectiva evidencia o papel central das emoções nas relações humanas, mostrando que competências emocionais e sociais não são acessórias, mas constitutivas do desenvolvimento pessoal e coletivo.

Em diálogo com essa visão neurocientífica, Zanella e Camino (2004) situaram a inteligência social no campo da psicologia social, descrevendo-a como um conjunto de habilidades voltadas à interpretação e à produção de comportamentos em diferentes contextos sociais. Para esses autores, a inteligência social é modulada culturalmente e se expressa por meio da sensibilidade ao outro, da escuta ativa e da competência comunicacional. Destacaram, ainda, a necessidade de metodologias específicas para o ensino e a avaliação dessas habilidades, dada sua relevância na formação cidadã e nas práticas coletivas.

A contribuição de Vygotsky (1989) amplia essa compreensão ao enfatizar o papel da interação social no desenvolvimento das funções mentais superiores. Segundo ele, a colaboração e o diálogo constituem a base dos processos cognitivos mais complexos, tendo a linguagem como principal mediadora. Assim, a inteligência social não se limita a uma aptidão individual, mas configura-se como processo histórico e cultural, construído na relação com o outro. Essa abordagem sociocultural é particularmente significativa para o design, campo que depende de comunicação, negociação de sentidos e resolução colaborativa de problemas.

No cenário educacional contemporâneo, pesquisas recentes reafirmam a centralidade da inteligência social diante da digitalização acelerada. A Revista Ensino Superior (2025), por exemplo, ressalta que, em um contexto de expansão da inteligência artificial e da automação, competências humanas como empatia, cooperação e escuta tornam-se diferenciais decisivos para o futuro da educação e do trabalho. O design, nesse horizonte, é convocado a cultivar tais habilidades não somente como conteúdo, mas como método de formação e prática projetual.

2.2 Design e relações sociais: aspectos comunicacionais e colaborativos

O design contemporâneo deixou de ser compreendido apenas como prática técnica voltada à forma e à função dos objetos para afirmar-se como campo relacional, ético e comunicacional. Donald Norman (2013), ao desenvolver o conceito de design centrado no humano, defendeu que o projeto deve priorizar as necessidades, emoções e experiências dos usuários, considerando seus contextos sociais. Para o autor, um bom design não apenas resolve problemas funcionais, mas também promove experiências positivas, empáticas e emocionalmente significativas. Décadas antes, Victor Papanek (1995) já criticava o design tradicional por privilegiar estética e mercado em detrimento das necessidades reais da maioria da população, acusando-o de reproduzir exclusões sociais. Para ele, o design deveria ser instrumento de transformação, voltado à resolução de problemas concretos, uma

perspectiva que ganha ainda mais relevância diante das desigualdades estruturais e da emergência climática, em que se impõe um design colaborativo, ético e inclusivo.

Nesse horizonte, a abordagem do codesign, sistematizada por Sanders e Stappers (2012), reforça a dimensão relacional do design ao defender a participação ativa dos usuários no processo criativo, rompendo com a lógica hierárquica entre projetista e consumidor. O codesign, construído a muitas mãos, exige empatia, escuta ativa, humildade criativa e capacidade de mediação, atributos centrais da inteligência social. Em convergência, Buchanan (1992) concebe o design como linguagem de mediação voltada à resolução de problemas complexos (*wicked problems*), que demandam soluções abertas e processos contínuos de diálogo entre diferentes atores. Nessa perspectiva, a inteligência social emerge como competência projetual indispensável: projetar não mais para os outros, mas com os outros.

Assim, o design orientado por princípios colaborativos e comunicacionais torna-se terreno fértil para o exercício da inteligência social. A articulação entre escuta, empatia, negociação e mediação de sentidos constitui um ideal desejável, mas também uma necessidade diante de desafios sociais que requerem soluções coletivas, sensíveis e eticamente comprometidas.

2.3 Inteligência social aplicada ao Design Estratégico

A incorporação da inteligência social ao design estratégico implicou uma mudança de foco: da lógica centrada em produtos para uma abordagem voltada à construção de ecossistemas sociais, sustentáveis e colaborativos. Ezio Manzini (2015) é um dos principais defensores dessa transição ao propor o design como ferramenta de inovação social capaz de fomentar redes, comunidades e ações sustentáveis. Nesse sentido, o designer deixa de atuar somente na solução de problemas pontuais para assumir o papel de mediador de processos de transformação que envolvem múltiplos atores sociais. Para isso, competências como empatia, escuta ativa e articulação de visões tornam-se indispensáveis, todas diretamente ligadas à inteligência social.

No campo do design estratégico, essa competência também se revela essencial diante dos chamados “problemas complexos” (*wicked problems*), conforme descritos por Richard Buchanan (1992). O autor argumenta que tais situações, marcadas pela ambiguidade e pela mudança constante, não podem ser resolvidas por abordagens lineares ou autoritárias. Nelas, o designer atua como facilitador de diálogo, escutando múltiplas vozes e construindo consensos provisórios. Esse papel exige domínio da inteligência social como prática projetual, entendida como a capacidade de reconhecer conflitos, mediar interesses e propor caminhos compartilhados.

O design especulativo acrescenta uma dimensão crítica e provocativa a esse horizonte. Dunne e Raby (2013) defendem que o design pode questionar normas sociais, imaginar futuros alternativos e suscitar reflexões éticas. Trata-se de uma prática que, mais do que estética, é relacional, ao demandar escuta sensível ao contexto e abertura para dialogar com desejos, medos e imaginários coletivos. Nessa perspectiva, a inteligência social funciona como lente para interpretar sentidos partilhados em determinado momento histórico, transformando-os em artefatos discursivos e políticos.

Dados recentes reforçam a aplicação concreta dessas abordagens. Um estudo divulgado na plataforma Academia.edu (2025) sobre o Laboratório de Inovação Social da Mercur mostrou que o design estratégico, aliado à escuta e ao diálogo genuíno com usuários, favorece a criação de

ecossistemas colaborativos de inovação. Nesse caso, o design foi mais do que um instrumento técnico: atuou como linguagem de mediação entre agentes diversos, com repertórios e expectativas distintas. O êxito da experiência esteve diretamente relacionado à presença contínua da inteligência social como prática transversal e colaborativa.

2.4 Experiências e estudos de caso relevantes

A pesquisa buscou, para além das formulações teóricas, identificar experiências e estudos de caso que evidenciassem a presença e os efeitos da inteligência social em projetos de design. Um primeiro ponto observado foi o reposicionamento do designer: de criador de soluções formais para articulador de processos sociais. Essa mudança se tornou visível em práticas participativas, oficinas de codesign, laboratórios de inovação cívica e processos pedagógicos colaborativos.

Entre os casos analisados, destacou-se o laboratório da Mercur e ações vinculadas a políticas públicas que articulam tecnologia, empatia e cidadania. A AgênciaGov (2025), por exemplo, relatou iniciativas brasileiras no âmbito do BRICS voltadas à governança da inteligência artificial como instrumento de inclusão social, demonstrando que o design de serviços públicos, quando pautado pela escuta e pela diversidade de vozes, gera soluções mais justas e representativas.

A inteligência social, nesse contexto, atua como mediadora entre aparato técnico e necessidades humanas. Análises publicadas pelo Jornal da USP (2025) reforçaram essa perspectiva ao discutir como redes sociais e inteligência artificial podem ser redesenhadas para resgatar a esfera pública, evitando a reprodução de polarizações e individualismos. Essa resignificação depende de designers aptos a compreender conflitos simbólicos e culturais que permeiam as interações digitais, promovendo um design orientado ao diálogo e à reparação. A plataforma EditVerse (2025) evidenciou ainda o valor dos estudos de caso como método estratégico para compreender fenômenos complexos no campo do design social, ao revelar como a inteligência social impacta interações, decisões projetuais e a vida cotidiana.

Nesse sentido, o Seminário Moda Inclusiva Fortaleza 2017 destacou-se por unir teoria e prática em torno da moda como vetor de cidadania e inclusão. O evento reuniu cem participantes — majoritariamente mulheres e estudantes — e contou com a presença de pessoas com deficiência, garantindo representatividade. Sua programação contemplou rodas de conversa, desfiles técnicos com audiodescrição e braile, atividades cinestésicas e experiências sensoriais baseadas em princípios de acessibilidade comunicacional e design universal.

O espaço físico adaptado, aliado ao diálogo entre instituições públicas, empresas, estudantes e sociedade civil, mostrou que o design inclusivo pode ser estético, comercialmente viável e socialmente transformador. As roupas apresentadas, feitas com tecidos adaptáveis, modelagens funcionais e aviamentos que facilitavam o vestir, materializaram essa visão. Dados do IBGE (2010) reforçaram a relevância do debate: 45,6 milhões de brasileiros declararam ter algum tipo de deficiência, sendo 26% da população de Fortaleza. Diante disso, a moda não pode seguir restrita a padrões excludentes, e a inteligência social surge como abordagem ética e estratégica para responder à diversidade humana.

Outro aspecto marcante foi a participação ativa dos usuários na avaliação das peças, dando *feedback* sobre conforto, autonomia e simbolismo. A frase que encerrou o encontro — “Nada sobre nós, sem nós” — sintetizou a lógica da inteligência social: é na escuta, na empatia e na coautoria que o design revela seu potencial transformador. As evidências reunidas confirmam que a inteligência social não é um conceito abstrato, mas um princípio que se concretiza em projetos colaborativos, sustentáveis e éticos, revelando no desenho dos processos a dimensão mais potente do design social.

2.5 Inteligência social no contexto do Design para a cidadania

A emergência de uma abordagem cidadã no design exige compreendê-lo não apenas como resolução de problemas técnicos, mas como prática de mediação cultural, política e ética. Nessa perspectiva, a inteligência social torna-se competência central ao designer comprometido com justiça social, inclusão e participação democrática. A cidadania, entendida como prática cotidiana e histórica, demanda projetos construídos junto aos grupos envolvidos, em processos dialógicos e atentos às suas realidades.

Ao discutir o design como instrumento de transformação social, Manzini (2015) destaca a inovação como processo distribuído, em que sujeitos sociais participam ativamente da construção de soluções e da redefinição de modos de vida. Esse entendimento desloca o designer da posição de especialista para a de mediador: alguém que escuta, interpreta e traduz necessidades coletivas. Tal escuta vai além da dimensão técnica: exige inteligência relacional e emocional para compreender códigos, valores e práticas culturais dos interlocutores. Nesse quadro, a inteligência social sustenta a mediação entre diferentes mundos e perspectivas.

A participação comunitária no processo projetual, conforme defendem Sanders e Stappers (2012), não se restringe à coleta de dados ou à validação de ideias. Trata-se do reconhecimento do outro como sujeito epistemológico, capaz de produzir conhecimento significativo para o projeto. Essa concepção, associada ao codesign, demanda do designer empatia, flexibilidade cognitiva, escuta ativa e abertura ao inesperado, características da inteligência social descritas por Goleman (2006). É nesse espaço relacional que se consolida uma prática cidadã do design: ao valorizar a diversidade de olhares, o projeto transforma-se em campo de aprendizado mútuo e de construção coletiva de significados.

O design também se insere na promoção da cidadania por meio das políticas públicas e da governança digital. Segundo a AgênciaGov (2025), o Brasil assumiu posição estratégica no grupo dos BRICS ao propor um modelo internacional de governança da inteligência artificial voltado à redução das desigualdades e à ampliação do acesso a direitos. Nesse contexto, o design desempenha papel articulador: torna políticas, serviços e sistemas compreensíveis e acessíveis aos cidadãos. Para que essa mediação seja eficaz, exigem-se dos designers habilidades de escuta, negociação e leitura sensível dos contextos socioculturais, competências vinculadas à inteligência social.

Essa perspectiva também foi destacada pelo Jornal da USP (2025), que discutiu a necessidade de recuperar a esfera pública como espaço de deliberação racional e justiça social. Para os autores, o uso de tecnologias pelo governo não deve reproduzir mecanismos de exclusão presentes em redes sociais comerciais. Ao contrário, impõe-se o redesenho de plataformas com base em princípios de participação democrática, inclusão de vozes marginalizadas e decisões coletivas. Nesse cenário, o

design atua como ferramenta de reconfiguração do espaço público, tarefa que requer sensibilidade social, compreensão das dinâmicas comunicacionais e disposição para o diálogo.

A dimensão cidadã do design também se evidencia na cultura visual, entendida como campo de disputa simbólica. Imagens, artefatos e interfaces não são neutros: carregam valores, hierarquias e representações que podem tanto reforçar quanto questionar estruturas de poder. Buchanan (1992), ao conceber o design como prática retórica, já apontava essa dimensão simbólica. Projetar significa argumentar, propor visões de mundo, legitimar discursos. Nesse sentido, a inteligência social torna-se indispensável, por ser ela que permite ao designer compreender os efeitos sociais e políticos de suas escolhas estéticas, evitando a reprodução de estereótipos ou exclusões simbólicas.

A atuação cidadã do design se manifesta também em projetos de educação crítica. Vygotsky (1989) e Dewey (1970) já defendiam que a aprendizagem ocorre por meio da interação social e da experiência compartilhada. Nesse contexto, o design pode criar situações que estimulem pensamento reflexivo, colaboração e participação. Ao desenvolver materiais didáticos, ambientes interativos ou metodologias de ensino, o designer assume o papel de facilitador de processos formativos. A inteligência social é essencial para reconhecer os repertórios dos aprendizes, estabelecer vínculos de confiança e mediar conflitos com respeito.

Em ambientes educativos e culturais, o design funciona como dispositivo de pertencimento e reconhecimento identitário. A acessibilidade comunicacional, por exemplo, vai além de uma exigência técnica: permitir que diferentes sujeitos compreendam e interajam com a informação configura uma prática cidadã. Ao pensar em leitores com baixa escolaridade, usuários com deficiência ou pessoas em situação de vulnerabilidade, o designer mobiliza sua inteligência social para antecipar barreiras, respeitar especificidades e projetar com empatia. Dessa forma, o design expande sua função informacional e assume papel político na afirmação de direitos.

Tendências contemporâneas em design gráfico e comunicação visual reforçam a importância da inteligência social na criação de produtos que dialoguem com públicos diversos. Conforme a plataforma GlyphDigital (2025), o design gráfico de 2025 orienta-se por personalização ética, sustentabilidade, uso responsável da inteligência artificial e valorização da diversidade. Essas diretrizes refletem a sensibilidade social ampliada dos designers, que projetam para um mundo complexo, interdependente e em constante transformação, e não apenas respondem a demandas de mercado.

Estudos de caso apresentados por plataformas como EditVerse (2025) mostram que projetos de design cidadão bem-sucedidos emergem de escuta contínua e adaptação criativa, em vez de fórmulas prontas. A inteligência social, nesse sentido, não é um estágio a ser atingido, mas um processo em movimento: constrói-se na interação com outros, no reconhecimento das diferenças e na disposição para aprender com a alteridade. Projetos que adotam essa postura relacional tendem a gerar impactos duradouros e transformadores, pois respondem a necessidades reais e não as projeções idealizadas dos projetistas.

A articulação entre inteligência social e design para a cidadania se revela necessária. Em um mundo marcado por polarizações, exclusões e crises de representação, o design precisa se orientar como prática ética, empática e colaborativa. Isso demanda formar designers com competências relacionais, capazes de atuar em contextos diversos e de construir pontes entre saberes, culturas e

interesses. A inteligência social, nesse processo, opera tanto como ferramenta de projeto quanto como modo de ser no mundo, representando uma aposta na potência transformadora do encontro com o outro.

3. DISCUSSÃO E ANÁLISE

3.1 Reflexões críticas sobre a prática do Design com enfoque em inteligência social

A prática do design tem sido desafiada a ir além de seus fundamentos técnico-formais, incorporando dimensões éticas, políticas e sociais que reflitam a complexidade do mundo contemporâneo. Nesse cenário, a inteligência social surge como competência estratégica, capaz de complementar a formação do designer e redefinir sua atuação no tecido social. Este item propõe uma reflexão crítica sobre como o design pode se reorientar a partir da inteligência social, tornando-se mais sensível, ético e relacional.

Durante décadas, o design seguiu uma lógica funcionalista e industrial, voltada à produção de objetos úteis, eficazes e economicamente viáveis. Esse paradigma, herdado da tradição moderna, valorizava a neutralidade técnica, o domínio sobre as formas e o distanciamento em relação ao usuário. Papanek (1995) criticou severamente esse modelo, qualificando-o como antiético e elitista. Para ele, grande parte dos produtos de design do século XX atendia mais aos interesses do mercado do que às necessidades reais das pessoas, negligenciando a responsabilidade social do designer. A crítica mantém-se relevante, especialmente diante dos impactos sociais e ambientais da produção em massa e do consumo desregulado.

O surgimento de abordagens centradas no ser humano, como o Human-Centered Design, procurou corrigir essas limitações ao colocar o usuário no centro do processo projetual. Donald Norman (2013), importante defensor dessa perspectiva, argumenta que o design deve considerar experiências, emoções e comportamentos das pessoas. Entretanto, mesmo essas abordagens podem se mostrar insuficientes quando permanecem unidirecionais, mantendo o designer como único detentor do saber projetual, que adapta soluções previamente elaboradas às demandas percebidas. A inteligência social propõe um deslocamento mais profundo: não basta considerar o outro, é preciso dialogar, construir junto e reconhecer suas competências cognitivas, afetivas e sociais.

O modelo de codesign (Sanders; Stappers, 2012) contribui para esse movimento ao enfatizar a horizontalidade das relações na criação. Reconhecer os usuários como coautores exige do designer não somente competências técnicas, mas disposições éticas e relacionais. Escuta ativa, abertura à alteridade, mediação de conflitos e capacidade de lidar com a incerteza são habilidades que se situam no campo da inteligência social (Goleman, 2006). Isso porque a cocriação vai além da soma de ideias: envolve negociação de sentidos, reconhecimento de subjetividades e construção de vínculos de confiança.

Buchanan (1992) contribuiu significativamente para a reflexão sobre o design ao propor que ele seja uma prática retórica, uma forma de argumentação social e política. Para o autor, o designer não se limita a dar forma a objetos; participa da construção de significados sociais. Projetar implica tomar posição, e essa postura exige sensibilidade para as implicações éticas do trabalho. Sem inteligência social, o designer pode reproduzir estigmas, reforçar desigualdades ou excluir sujeitos do processo comunicativo. Quando atua de forma reflexiva, empática e colaborativa, o design torna-se instrumento de transformação cultural.

Análises recentes destacam a ambiguidade do design diante das tecnologias digitais. Embora plataformas interativas prometam ampliar a participação social, muitas vezes reforçam lógicas de vigilância, isolamento e hiperindividualismo. A inteligência artificial, por exemplo, tem sido usada para

personalização extrema de conteúdos, contribuindo para bolhas informacionais e polarização de discursos. O Jornal da USP (2025) alerta para a urgência de recuperar a esfera pública como espaço de diálogo racional e justiça social, o que exige repensar o design das plataformas digitais com base em princípios comunicativos e inclusivos.

Nesse contexto, a inteligência social assume papel central. Permite ao designer perceber que a interação mediada por interfaces não é neutra, mas carregada de valores, símbolos e intenções. O design de sistemas de informação, ambientes digitais e redes sociais precisa incorporar critérios de justiça cognitiva, acessibilidade comunicacional e respeito às diversidades. Isso envolve ouvir usuários tradicionalmente silenciados, adaptar linguagens e acessos e fomentar experiências digitais que promovam escuta, empatia e colaboração. Projetar ambientes digitais como espaços de convivência democrática exige essa sensibilidade.

O design especulativo também aponta caminhos para uma prática crítica guiada pela inteligência social. Dunne e Raby (2013) afirmam que o design pode servir para imaginar futuros alternativos e questionar normas estabelecidas. Essa atuação exige sensibilidade às dores e desejos do presente, capacidade de provocar reflexões éticas e habilidade para formular hipóteses que mobilizem afetos e imaginários sociais. Mais do que soluções, o design especulativo gera perguntas, escutando silêncios, conflitos latentes e saberes marginalizados.

A atuação do designer orientada pela inteligência social redefine seu perfil profissional. O domínio de softwares ou metodologias ágeis é insuficiente; é necessário cultivar disposições relacionais que favoreçam diálogo, cooperação e empatia. O designer do século XXI atua como mediador, transitando entre mundos distintos, escutando vozes diversas e construindo consensos possíveis. Essa competência se desenvolve por meio de experiências sociais, vivências interculturais e práticas colaborativas, e não apenas em cursos técnicos. A formação do designer deve, portanto, oferecer dispositivos pedagógicos que promovam a inteligência social como habilidade transversal.

Outro aspecto relevante é o tempo do projeto. Lógicas produtivistas, centradas em aceleração e eficiência, frequentemente inviabilizam processos de escuta e construção coletiva. A inteligência social requer tempo: para observar, escutar, refletir e reconfigurar. Projetos que valorizam o tempo do encontro, do erro e da reconstrução respondem melhor às necessidades reais das pessoas. O tempo da inteligência social é o tempo da relação, não da execução rápida. Reconhecer isso é essencial para repensar metodologias e prazos do design em contextos concretos.

Incorporar a inteligência social à prática do design exige confrontar privilégios, revisar paradigmas e aceitar a incompletude como condição inerente ao projeto. Esse exercício de humildade, escuta e abertura transforma o design em uma prática significativa. O design orientado pela inteligência social não busca controle total, mas convívio de diferenças; não impõe soluções, mas constrói caminhos possíveis. Acima de tudo, reconhece que toda forma carrega uma ética e que cada projeto expressa escolhas sobre o tipo de mundo que desejamos habitar.

Um exemplo emblemático dessa abordagem ocorreu no Seminário Moda Inclusiva Fortaleza 2017, que rompeu com a lógica tradicional centrada apenas no objeto ou no mercado. O evento reuniu diversos atores sociais: pessoas com deficiência, estudantes, designers, educadores, profissionais da saúde e gestores públicos, em uma experiência que combinou escuta ativa, experimentação sensorial e coautoria. A presença de usuários reais no centro do processo, atuando como validadores e cocriadores de propostas de vestuário adaptado, evidenciou um deslocamento radical da posição do designer: de especialista solitário para facilitador de transformação social. As modelagens foram desenvolvidas a partir de relatos de uso, testes práticos e critérios de conforto térmico, mobilidade e estética subjetiva, dimensões frequentemente negligenciadas na prática convencional do design de moda.

Além da potência simbólica e técnica, o seminário tornou visível a inteligência social como base metodológica do processo projetual. O ambiente foi planejado para ser acessível em múltiplas dimensões: comunicacional (com audiodescrição e materiais em braile), espacial (com mobiliário adaptado), sensorial (com oficinas de tato, som e movimento) e política (com representação ativa de grupos historicamente marginalizados). Essa abertura ao outro, articulada à construção colaborativa de soluções, produziu, além de produtos, redes de confiança, reconhecimento e pertencimento. A frase que encerrou o evento, “Nada sobre nós, sem nós”, sintetiza o compromisso ético do design com inteligência social: a escuta não serve somente para projetar melhor, mas constitui um objetivo em si. Trata-se de legitimar vozes, redistribuir poder e reconhecer a alteridade como princípio estruturante do projeto.

3.2 Impactos na experiência do usuário e relações interpessoais

A experiência do usuário (*User Experience* – UX) ocupa papel central nas práticas contemporâneas de design. Compreendida para além de sua dimensão funcional, ela envolve aspectos emocionais, simbólicos e relacionais que influenciam como os indivíduos interagem com artefatos, sistemas, serviços e ambientes. Nesse contexto, a presença da inteligência social no processo de projeto redefine parâmetros para a criação de experiências mais empáticas, éticas e socialmente engajadas. Este item discute como a inteligência social afeta diretamente as relações entre usuários e sistemas, bem como entre os próprios usuários mediados pelo design.

Ao consolidar o conceito de design centrado no humano, Donald Norman (2013) defendeu que a experiência do usuário deve considerar necessidades emocionais, cognitivas e sociais. Para ele, o valor de um artefato vai além da eficiência em cumprir tarefas: reside na forma como se integra à vida das pessoas, gerando conforto, prazer ou senso de pertencimento. A inteligência social permite ao designer compreender emoções envolvidas na interação, antecipar frustrações e projetar soluções que promovam experiências positivas. Um produto que acolhe, reconhece e respeita a diversidade de seus usuários carrega significado simbólico que transcende sua utilidade funcional.

A experiência do usuário também se manifesta em relações interpessoais mediadas por sistemas e plataformas digitais. Redes sociais, por exemplo, articulam milhões de interações diárias, moldando comportamentos, discursos e afetos. Como destacou o Jornal da USP (2025), essas plataformas influenciam diretamente a qualidade da esfera pública, podendo fortalecer ou corroer o tecido social. Nesse sentido, o design das interfaces impacta decisivamente as dinâmicas relacionais, definindo possibilidades de diálogo, visibilidade e escuta entre sujeitos. A ausência de inteligência social na concepção dessas redes contribui para ambientes tóxicos, polarizados e excludentes.

Incorporar a inteligência social como critério de projeto significa reformular sistemas de interação a partir de princípios como empatia, respeito à diversidade, mediação de conflitos e construção de confiança. Trata-se de projetar interfaces que favoreçam o diálogo e a colaboração, em vez de incentivar engajamento baseado em indignação ou viralização de conteúdos violentos. A personalização ética, apontada nas tendências de design gráfico de 2025 (GlyphDigital, 2025), propõe equilibrar adaptação aos perfis individuais com promoção de interações saudáveis e coletivas. Essa perspectiva exige do designer escuta atenta aos impactos sociais de suas decisões, desenvolvendo habilidades próprias da inteligência social.

A acessibilidade comunicacional é outro aspecto relevante. A experiência do usuário depende da capacidade dos sistemas de dialogar com sujeitos diversos, respeitando limitações sensoriais, cognitivas, culturais e linguísticas. Buchanan (1992), ao refletir sobre o design como prática retórica, destacou que projetar é essencialmente comunicar. Barreiras de linguagem ou representação não constituem falhas técnicas, mas questões éticas. A inteligência social permite identificar e eliminar esses obstáculos, criando experiências que acolham todos os usuários em sua singularidade.

O design participativo exemplifica como a experiência do usuário se enriquece quando a criação é compartilhada com os próprios usuários. Sanders e Stappers (2012) demonstraram que o envolvimento direto das pessoas nas etapas de concepção resulta em produtos mais adequados, aceitáveis e emocionalmente significativos. O codesign vai além da simples consulta: reconhece o usuário como coautor da experiência. Isso exige do designer habilidades de escuta, negociação e empatia, ou seja, mobiliza a inteligência social para estabelecer relações mais horizontais e autênticas.

A inteligência social também impacta a sensação de representação e acolhimento dos usuários em relação aos produtos e serviços. A identidade constitui um elemento central da experiência, e a ausência de representatividade pode gerar exclusão, desconforto ou invisibilidade. Nesse sentido, o design sensível à diversidade cultural, de gênero, étnico-racial e corporal expressa de forma concreta a inteligência social. Manzini (2015) argumenta que a inovação social não reside apenas em soluções sofisticadas, mas na capacidade de reconhecer e valorizar as múltiplas dimensões humanas. Um design que escuta, representa e respeita produz experiências significativas e fortalecedoras.

Por outro lado, negligenciar a inteligência social pode gerar consequências negativas. Interfaces que expõem dados pessoais sem consentimento, produtos que reforçam estigmas ou sistemas que excluem determinados perfis comprometem a confiança e a integridade das relações. Nessas situações, a experiência do usuário se torna marcada por frustração, desrespeito e vulnerabilidade, com impactos que se estendem à adesão aos sistemas, à reputação das marcas e ao bem-estar coletivo.

A experiência do usuário é cada vez mais coletiva e interdependente. Sistemas projetados atualmente afetam redes inteiras de interação. A inteligência social do designer, portanto, precisa considerar não apenas impactos imediatos, mas efeitos em cadeia. Projetar com inteligência social implica antecipar consequências, reconhecer interdependências e assumir responsabilidades éticas amplas, ampliando o escopo do design para dimensões sociopolíticas que moldam relações e modos de vida.

Metodologicamente, isso exige práticas de pesquisa que vão além de testes de usabilidade. Entrevistas em profundidade, oficinas participativas, etnografia digital e análise de redes são exemplos de métodos que captam aspectos relacionais e afetivos da experiência do usuário. A aplicação dessas ferramentas requer sensibilidade para interpretar sinais sutis, construir empatia e adaptar o projeto a contextos complexos, consolidando a inteligência social como competência-chave para um design verdadeiramente humanizado.

Por fim, a experiência do usuário se estende além da interação com o produto, alcançando sua apropriação, circulação e ressignificação. Usuários não são receptores passivos; adaptam, reinventam e atribuem novos sentidos aos artefatos. A inteligência social permite ao designer reconhecer essas práticas, incorporando mecanismos de escuta contínua e adaptação evolutiva. Em vez de encerrar o projeto na entrega final, o design com inteligência social entende a experiência como um processo vivo, aberto e relacional.

A incorporação da inteligência social à prática do design amplia a noção de experiência do usuário, colocando no centro do projeto as relações humanas em sua complexidade e sensibilidade. Ela transforma o designer em mediador de vínculos, promotor de acessos e articulador de sentidos. Ao fazer isso, redefine o próprio papel do design na sociedade contemporânea, não mais como solução objetiva, mas como linguagem viva de relação, cuidado e transformação.

3.3 Contribuições aos campos da Educação e da Cultura Visual

O campo educacional tem se mostrado particularmente receptivo às contribuições do design quando este transcende a prática estética ou funcional, atuando como linguagem mediadora de

experiências cognitivas, afetivas e sociais. Nesse contexto, o design orientado pela inteligência social apresenta potencial para transformar processos de ensino-aprendizagem, promover a inclusão de diferentes sujeitos e ampliar o acesso a saberes historicamente marginalizados. Este item discute como a articulação entre design e inteligência social pode impactar práticas pedagógicas e estéticas no âmbito educacional e da cultura visual contemporânea.

A perspectiva sociocultural da aprendizagem, conforme proposta por Vygotsky (1989), sustenta que o desenvolvimento cognitivo emerge da interação entre os sujeitos e seus contextos sociais, sendo a linguagem, e, por extensão, sistemas simbólicos como as imagens, o principal instrumento de mediação. Nessa lógica, o design atua como tecnologia cultural capaz de influenciar a construção do conhecimento. Ao projetar recursos pedagógicos, ambientes de aprendizagem e materiais didáticos, o designer organiza signos que serão apropriados pelos aprendizes. A inteligência social é essencial para que essas mediações respeitem repertórios, experiências e subjetividades dos envolvidos.

John Dewey (1970) defendeu uma educação baseada na experiência, no fazer e na reflexão crítica. O design funciona, nesse contexto, como ferramenta para transformar o espaço escolar em ambiente de investigação e experimentação. Sua lógica projetual favorece metodologias ativas, como o design thinking aplicado à educação, que estimulam empatia, trabalho em equipe e resolução criativa de problemas. Quando conduzidas por profissionais com inteligência social, essas metodologias tornam o processo educativo mais democrático, acolhedor e significativo, reconhecendo o outro como agente de conhecimento.

Manzini (2015) ressalta que o design pode fomentar inovação social nas instituições educativas, transformando relações e promovendo práticas colaborativas e sustentáveis. Isso exige superar a concepção do design como mera solução estética para materiais escolares e compreendê-lo como estratégia relacional e política. A inteligência social permite mapear conflitos, mediar diferenças e articular saberes diversos no cotidiano escolar. O designer deve escutar atentamente estudantes, professores, gestores e famílias, valorizando experiências legítimas que enriquecem o aprendizado.

Na cultura visual, a inteligência social se torna ainda mais relevante diante da avalanche de imagens circulando nos meios digitais. Buchanan (1992), ao definir o design como prática retórica, alertou para o poder persuasivo dos signos visuais, capazes de influenciar comportamentos, legitimar discursos e moldar identidades. O designer atuante nesse campo deve ser politicamente sensível, atento às disputas simbólicas e aos efeitos sociais de suas escolhas estéticas. A inteligência social permite ler criticamente os contextos de produção e recepção das imagens, projetar de forma ética e contribuir para a construção de imaginários mais plurais e inclusivos.

Donald Norman (2013) destacou que a experiência estética está ligada às emoções dos usuários. No contexto educacional, isso indica que o design pode atuar como elemento motivador e afetivo, estimulando o engajamento dos estudantes. Interfaces intuitivas, materiais com boa legibilidade, infográficos didáticos e ambientes acolhedores são exemplos de como o design contribui para uma cultura visual mais acessível e prazerosa. No entanto, esses elementos não podem ser definidos apenas por critérios técnicos; é necessário compreender quem são os sujeitos que interagirão com os artefatos, seus desejos, necessidades e limitações. Essa compreensão depende do desenvolvimento da inteligência social no designer.

Sanders e Stappers (2012) ressaltam que a produção de artefatos visuais no contexto educativo deve ser participativa. Isso implica envolver os estudantes na construção dos recursos, permitindo que projetem, opinem e proponham soluções. Essa abordagem rompe com a lógica transmissiva da educação tradicional, posicionando o design como processo dialógico. O designer atua como facilitador da aprendizagem, que escuta, media e orienta, sem impor soluções. A inteligência

social se manifesta na capacidade de lidar com conflitos, inseguranças e diferenças presentes nas salas de aula, criando espaços de confiança e protagonismo.

O design educacional orientado pela inteligência social também favorece a inclusão de grupos historicamente excluídos. Projetos gráficos acessíveis, dispositivos de aprendizagem para pessoas com deficiência, plataformas digitais com leitura simplificada e ambientes sensoriais adaptados são exemplos de como o design pode promover educação mais equitativa. Esses projetos exigem empatia, compreensão das especificidades de cada grupo e sensibilidade para reconhecer múltiplas formas de aprender e se expressar. O designer é convocado a exercer escuta ativa e compromisso com a equidade.

Quando a inteligência social está ausente, o design educacional pode reforçar desigualdades, invisibilizar sujeitos e excluir modos de expressão. Recursos visuais complexos, interfaces não responsivas ou materiais insensíveis às realidades culturais dos estudantes ilustram como a falta de sensibilidade social compromete a experiência educativa. Esses problemas decorrem não da ausência de técnica, mas da ausência de empatia e atenção relacional. Incorporar a inteligência social no processo projetual significa, portanto, desenvolver uma ética do cuidado e da escuta na educação.

Além disso, o design pode atuar como agente de letramento visual, capacitando estudantes para compreender e criticar a cultura visual ao seu redor. Em uma sociedade saturada por imagens, formar leitores visuais críticos é um desafio educacional urgente. Nessa perspectiva, o design deixa de ser apenas ferramenta pedagógica e passa a integrar o conteúdo de ensino. A inteligência social permite ao designer articular essas aprendizagens de forma dialógica, reconhecendo que os estudantes são produtores e consumidores de imagens, com saberes e repertórios próprios que devem ser valorizados.

As experiências relatadas pelo EditVerse (2025) indicam que iniciativas educacionais bem-sucedidas no uso do design seguem princípios comuns: escuta ativa, valorização da diversidade, participação dos sujeitos, adaptação ao contexto e busca por sentido. Todos esses elementos refletem a aplicação da inteligência social no design. O impacto vai além do desempenho acadêmico, contribuindo para a formação de sujeitos críticos, criativos e solidários, capazes de atuar de forma transformadora em suas comunidades.

A inteligência social redefine a atuação do designer na educação e na cultura visual, deslocando seu papel de produtor de objetos para mediador de relações, significados e aprendizagens. Com essa competência, o design se consolida como prática pedagógica e política, capaz de construir espaços inclusivos, afetivos e dialógicos. Em um contexto marcado por exclusões e fragmentações, a articulação entre design e inteligência social não se limita a relevância: torna-se uma necessidade premente.

4. CONCLUSÃO

Esta reflexão parte da necessidade de reposicionar o design como prática social, relacional e ética, em um contexto marcado por crises de representatividade, polarização comunicativa e transformações tecnológicas. Com base em autores clássicos e contemporâneos, além de experiências recentes, demonstra-se que a inteligência social: a capacidade de perceber, compreender e agir sobre relações humanas com empatia e responsabilidade, constitui competência central para um design orientado à inclusão, cidadania e mediação de conflitos.

A inteligência social opera em múltiplas dimensões do design: na escuta ativa durante a cocriação; na mediação de conflitos culturais e simbólicos; na formulação de experiências do usuário sensíveis às singularidades dos sujeitos; e na construção de interfaces, serviços e espaços que

respeitem a pluralidade e fortaleçam vínculos éticos. O domínio técnico, isoladamente, já não é suficiente; exige-se sensibilidade ética, disposição ao diálogo e compromisso com o bem-estar coletivo.

Abordagens de design centrado no humano, design estratégico, design especulativo e design para inovação social ganham densidade crítica e transformadora quando atravessadas pela inteligência social. Autores como Papanek (1995), Norman (2013), Buchanan (1992), Manzini (2015) e Sanders e Stappers (2012) sustentam a defesa de um design que ultrapassa a resolução de problemas e se configura como mediador cultural e social.

Estudos de caso mostram que projetos pautados por escuta, empatia, coautoria e representatividade tendem a gerar impactos duradouros, especialmente em educação, governança, cultura visual e inovação cidadã (AgênciaGov, 2025; Jornal da USP, 2025; EditVerse, 2025). O Seminário Moda Inclusiva Fortaleza 2017 exemplifica a prática da inteligência social: cem participantes, 86% mulheres, 57% estudantes de moda e 16 pessoas com deficiência, participaram de oficinas sensoriais, desfiles com audiodescrição e debates mediados por usuários reais, demonstrando que práticas colaborativas e inclusivas podem ampliar a cidadania e reposicionar o designer como mediador de mundos.

Na educação, o design orientado pela inteligência social favorece práticas pedagógicas inclusivas, dialógicas e críticas, alinhadas à perspectiva histórico-cultural da aprendizagem (Vygotsky, 1989) e à valorização da experiência (Dewey, 1970). Na cultura visual, o designer atua como agente retórico e político, capaz de criar imagens que representem, incluam e empoderem.

Portanto, infere-se que a formação em design deve incorporar a inteligência social de forma estruturada, não como adendo ao currículo, mas como fundamento da prática projetual. Escuta sensível, mediação ética e compromisso com o outro são competências essenciais para enfrentar desafios complexos com humanidade, justiça e responsabilidade. Iniciativas como o Seminário Moda Inclusiva mostram que, ancorado na escuta e na alteridade, o design não apenas responde a demandas sociais, mas contribui para transformá-las de forma ética e significativa.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIAGOV. **Brasil quer governança internacional inclusiva da inteligência artificial no BRICS.**

Brasília, 29 maio 2025. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/brasil-quer-governanca-internacional-inclusiva-da-inteligencia-artificial-no-brics>. Acesso em: 01 jul. 2025.

BUCHANAN, R. *Wicked Problems in Design Thinking*. **Design Issues**, Cambridge, v. 8, n. 2, p. 5–21, 1992.

DEWEY, J. **Democracia e educação**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1970.

DUNNE, A.; RABY, F. *Speculative everything: design, fiction, and social dreaming*. Cambridge: MIT Press, 2013.

EDITVERSE. **Como escrever um estudo de caso**. 2025. Disponível em: <https://www.editverse.com/estudo-de-caso>. Acesso em: 01 jul. 2025.

GLYPHDIGITAL. **Tendências de design gráfico para 2025**. 2025. Disponível em: <https://www.glyphdigital.com/tendencias-2025>. Acesso em: 01 jul. 2025.

GOLEMAN, D. **Inteligência social: o poder das relações humanas**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2006.

JORNAL DA USP. Redes sociais e inteligência artificial precisam ser redesenhadas para resgatar esfera pública. **Jornal da USP**, São Paulo, 06 maio 2025. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/redes-sociais-e-ia-precisam-ser-redesenhas-para-resgatar-esfera-publica/>. Acesso em: 01 jul. 2025.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Porto Alegre: Bookman, 2015.

NORMAN, D. A. **The design of everyday things**. Revised and expanded ed. New York: Basic Books, 2013.

PAPANEK, V. **Design for the real world: human ecology and social change**. 2. ed. London: Thames & Hudson, 1995.

SANDERS, E. B.-N.; STAPPERS, P. J. **Convivial toolbox: generative research for the front end of design**. Amsterdam: BIS Publishers, 2012.

SASSAKI, Romeu Kazumi. Nada sobre nós, sem nós: Da integração à inclusão – Parte 1. **Revista Nacional de Reabilitação**, ano X, n. 57, jul./ago. 2007, p. 8–16.

VYGOTSKY, L. S. **A formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

ZANELLA, A. V.; CAMINO, L. Análise da inteligência social: conceitos e possibilidades de pesquisa. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 20, n. 2, p. 139–145, 2004.