

EXPLORANDO AS MOTIVAÇÕES DOS *DIYERS*: Contribuições da prática do *DIY* no ensino do design social

EXPLORING THE MOTIVATIONS OF DIYERS: Contributions of DIY practice in the teaching of social design

Maciel Filho, Luiz Valdo Alves; M.SC; UFPE

luiz.valdo@ufpe.br

Arruda, Amilton José Vieira; Ph.D; UFPE

amilton.arruda@ufpe.br

Costa, Jullyene da Silva; M.Sc; UFPE

jullyene.costa@ufpe.br

Resumo

O DIY é um movimento em constante crescimento e com um impacto significativo na sociedade. Compreender as motivações dos DIYers, os diferentes tipos de DIY, seus impactos e desafios é essencial para o desenvolvimento sustentável do movimento. Este artigo tem por objetivo ser o ponto de partida para pesquisas futuras sobre o tema e suas implicações para o ensino do Design como profissão intrínseca à sustentabilidade, ao fazer e aos processos manuais. Os procedimentos metodológicos consistem em uma revisão bibliográfica, que reúne informações introdutórias para estudos futuros e a análise de conceito e prática do ponto de vista do design social. Como resultados conseguimos atualizar a definição e do termo DIY e a organização uma tabela onde consta o que motiva este grupo que tanto contribui para o upcycling.

Palavras Chave: Faça Você Mesmo; sustentabilidade; Design Social.

Abstract

DIY is a constantly growing movement with significant societal impact. Understanding the motivations of DIYers, the different types of DIY, its impacts, and challenges is essential for the sustainable development of the movement. This article aims to be the starting point for future research on the topic and its implications for teaching Design as a profession intrinsic to sustainability, making, and manual processes. The methodological procedures consist of a literature review, which gathers introductory information for future studies, and the analysis of the concept and practice from the perspective of social design. As a result, we were able to update the definition of the term DIY and organize a table listing what motivates this group that greatly contributes to upcycling.

Keywords: Do-It_Yourself; Sustainability; Social Design

1 Introdução

Este texto iniciou como uma parte essencial para o desenvolvimento da pesquisa realizada para conclusão de mestrado e precisou de aprofundamento para inserção na presente pesquisa de doutoramento que está sendo desenvolvida. O DIY possui nas entrelinhas de sua prática, fundamentos coerentes com a sustentabilidade e alinhado aos 3 pilares da mesma. Sendo possível identificar nestas praticas características que contemplam os objetivos sociais ambientais e econômicos, contanto com uma comunidade bastante diversificada, livre de preconceitos e que abriga e compartilha diferentes saberes.

Veremos ao longo do texto como esta contracultura é capaz de ensinar conceitos trazidos por Victor Papanek quando fez sua critica ao papel do designer em 1971, sendo capaz de atingir temas ambientais sociais e econômicos de forma implícita.

A análise será realizada através de uma breve revisão bibliográfica do tema que irá organizar os conceitos abordados pelos textos encontrados através da técnica de pesquisa Snowball, onde um texto serve de ponto de partida para a busca de outros textos através de suas referências bibliográficas. Para garantir a seriedade e qualidade da pesquisa, foram utilizados artigos e capítulos publicados na base e dados do Science Direct, mantido pelo grupo editorial amplamente conhecido e referenciado pela sua acuidade técnica, Elsevier. Ao fim para averiguar o papel social do DIY será feita uma analise e busca por inter-relações entre o DIY e o Design Social, para atingir este objetivo será utilizado o texto de Pazmino (2007) que traz uma lista de diretrizes que o designer deve seguir/atingir para garantir características sociais ao seu produto.

1.1 Origens de atuação e pensamento do DIY

Podemos iniciar nosso estudo trazendo o movimento Arts And Crafts para a contextualização do que estamos buscando. Nascido como uma resposta ao forte crescimento da primeira revolução industrial, este movimento britânico que possuía fortes laços com o socialismo, criticava a baixa qualidade dos processos e produtos industrializados e a forma que a sociedade se organizava em torno deste modelo de produção, os indivíduos que trabalhavam nas indústrias não necessitavam de uma alta qualificação nem de profundos conhecimentos sobre os processos, nem ao menos precisava entender profundamente o que estava sendo feito (OBNISKI, 2008).

Diferentemente dos artesãos que conheciam todos os processos e estavam cientes de cada passo que deveria ser dado na construção de um artefato, os operários apenas precisavam garantir o funcionamento da máquina. Não havendo preocupação com o acabamento adequado de cada peça, mas sim na quantidade produzida em seu turno.

Como uma peculiaridade dos primeiros produtos industrializados, os produtos eram pensados para atender as necessidades das máquinas, não atendendo assim a um ideal estético da época pós vitoriana. O movimento artes e ofícios surgiu como uma proposta de renovação de estilo e reforma social, organizando os artesãos em guildas que propunham artefatos úteis e belos (FIELL, C.; FIELL, P.; BOLÉO, 2005).

Esta característica de atuar em um sistema de comunidades, de ação coletiva assemelha-se muito aos processos colaborativos atuais, ao compartilhamento das informações do processo, presentes nos movimentos DIY (Do-It-Yourself, ou faça-você-mesmo, também conhecido como bricolagem) e posteriores. As guildas reuniram artistas, artesãos, arquitetos e designers, sendo aceita a inserção da máquina apenas se fosse haver aumento da qualidade do produto (MOURA, 2022), característica que faz parte da segunda metade do movimento. Uma evolução que se fez

necessária para dar continuidade à proposta e permanecer relevante, garantindo a sobrevivência por mais algum tempo dos trabalhos em guildas. Apesar de reunir-se em comunidades, aboliu-se a divisão dos trabalhos, uma característica herdada pelo faça Você Mesmo, mas uma das principais diferenças entre o DIY e o Arts And Crafts está em não se opor a utilização novas ferramentas e tecnologias, pelo contrário, passou a adaptar improvisar novos maquinários para acelerar os trabalhos, mantendo a qualidade desejadas pelos adeptos dessa contracultura.

Esta abertura do movimento faça você mesmo, permite posteriormente a incorporação de novos ideais, tecnologias e comunidades, havendo evolução nos produtos e processos assim como a ramificação em novos movimentos e organizações tais como a cultura Maker e o movimento hacker, é interessante ressaltar que esta constante evolução se destaca também no modo crítico de pensar do movimento.

1.2 Definindo o DIY

O termo Do-it-yourself (DIY) ou Faça-Você-Mesmo, surge pela primeira vez na literatura em 1912 na revista Garrett Winslow, "Practical Decoration for the Home Interior," Suburban Life 15 Oct. 1912: p187 (GELBER, 1997) referindo-se a atividades realizadas por leigos com o objetivo de manter ou melhorar o lar (WOLF; MCQUITTY, 2013). Sua definição segundo Wolf e Mcquitty (2013), é que o movimento do DIY se trata de uma atividade na qual o indivíduo cria, compõem, recria ou reconstrói objetos utilizando materiais processados ou semiprocessados

The first, which was directed toward men, urged homeowners not to hand over the redoing of their interiors to professional painters, but to do it themselves. In fact, this 1912 article may be the first to self-consciously use the phrase "Do-It-Yourself" (capitals, hyphens, and quotation marks in the original) to refer to owner-completed household projects.[^] The second article, entitled "What a Woman Can Oo With a Paint Brush," appeared a month later in the same magazine. (GELBER, 1997)

Buechley et. al. (2009) tem em sua definição, algo muito semelhante, mas acrescenta que: por vezes as técnicas utilizadas no Do It Yourself são codificadas através de passos e processos, e compartilhadas para que outros indivíduos sejam capazes de compreender e reproduzir os efeitos das atividades realizadas. Esta definição revela o quão importante é a características do compartilhamento para o significado implícito das práticas Open Source, Open Culture, Open Design, Design Colaborativo, assim como a para a formação dos Hackerspaces e desenvolvimento da Cultura Maker. Maciel et. al. (2023) mais recentemente enfatiza o peso da descentralização da informação e do compartilhamento de projetos e experiências, tais características são essenciais do movimento DIY, cruciais para cumprir objetivos do pilar social da sustentabilidade e consequentemente, do desenvolvimento pessoal de indivíduos que fazem parte contexto e entorno dessas redes de compartilhamento.

Estas definições são as encontradas na literatura e as mais utilizadas para referir-se ao pensamento DIY. Todas essas características o fazem se enquadrar no que podemos chamar de contracultura, pois se posiciona contra uma cultura já estabelecida, fazendo aversão ao capitalismo em sua forma mais primitiva de atuação.

O ato de criar e construir é a base do design e inerente ao ser humano (PAPANEK, 1971), passar o conhecimento profissional adiante também faz parte da história da humanidade, vale uma reflexão a respeito do surgimento dos livros e do nascimento da própria História e escrita, ferramentas essenciais à perpetuação da cultura e conhecimento. O conhecimento no ato de criar e construir artefatos recebe notoriedade entre os artesãos que se encontravam no final do período

vitoriano na Inglaterra, dentro do movimento artístico que ficou conhecido como Arts And Crafts (1861-1910). Em seus liceus, mestres e aprendizes estavam insatisfeitos com o que acontecia com a produção de artefatos diversos e preocupado em preservar ferramentas, métodos e processos da produção artesanal. O movimento então se posiciona contra o processo de industrialização que até hoje possui ênfase em buscar números na produção em série, objetivando acelerar a construção dos artefatos. Por consequência, os produtos vindos do processo industrial possuíam baixa qualidade e tinham uma estética que não agradava a um ideal estético pós vitoriano. Então podemos assim concluir que o DIY é o resultado da união e prática de todos estes pensamentos no decorrer da história da humanidade e do design.

Figura 1 - Exemplo de imagem



Fonte: elaborado pelos autores

Faz-se necessário salientar que a oposição ao Capitalismo no contexto do DIY não se configura como um movimento isolacionista que nega o ato de consumo e da troca de bens em que a sociedade se baseia. O objetivo não é abandonar o sistema financeiro ou mesmo viver de escambo, mas sim combater práticas predatórias que afetam diretamente o social e a dignidade das pessoas e passar a promover um sistema mais justo e equitativo.

A concentração exorbitante de capital nas mãos de um número reduzido de indivíduos, a obsolescência programada e a manipulação do consumo através de propagandas enganosas são exemplos de práticas que o DIY contesta. O movimento defende um modelo de consumo consciente e responsável, priorizando a qualidade e a durabilidade dos produtos, e combatendo o consumismo desenfreado.

No intuito de entender melhor os tópicos seguintes sobre as motivações inseridas na filosofia DIY, trago um quadro com uma breve linha do tempo de eventos importantes que influenciaram essa filosofia, mais importante, que permitiram a evolução e constante coerência com o momento em que atuavam e se estabeleciam. Esta linha do tempo servirá para guiar estudos futuros sobre o tema e organização das informações para documentação da ciência por trás do DIY.

Quadro 1 - Quadro síntese de datas e momentos importantes para o DIY

Data	Evento	Características importantes
7000 a.C. à 2500 a.C.	Artesãos projetam com base nas necessidades dos clientes	Ferramentas manuais rudimentares: martelo, serrote, lixas, formão, esquadro

1712	Primeira Revolução Industrial	Maquinário industrial
Década de 1840	Pré-Arts and Crafts	Primeiros pensadores com ideias de preservação das ferramentas e processos manuais
1861	Periodo do Arts And Crafts	Surgimento com ideias de William Morris e afirma-se como movimento para criação de artefatos belos e úteis
1870	Segunda Revolução Industrial / Produção em Massa	Eletricidade, produção em serie, homem passa a ser uma engrenagem do sistema
1910	Fim do movimento Arts And crafts	O movimento Arts And Crafts finda, principalmente devido aos custos de produção proposto pelo movimento
1912	Surgimento na literatura do termo DIY	Produção de artefatos e serviços para suprir as necessidades do lar, não possui características de movimento, com pensamentos e adeptos, DIY é visto como um hobby.
1920	Radio Amadorismo	Passa a utilizar artefatos eletrônicos em seus produtos frutos de DIY para realização de seus hobbies
1929	Crise Econômica	Pessoas se veem obrigadas a realizar o DIY para usufruir de produtos e serviços e se esquivar da crise econômica
1945	2 Guerra	
Década de 1950	Movimento DIY	Se estabelece como contracultura e promove a construção de artefatos e a realização de serviços por conta própria, tendo sido muito influencia pela economia pós guerra e pelos elevados valores da mão de obra
Década de 1960	Hackers	Influenciados pelo rádio amadorismo, adentram na informática e desenvolvem seus próprios softwares e hardwares para atender suas necessidades, iniciam nomenclaturas como open source
1962	Atenção à Degradação ambiental	Publicação do livro primavera silenciosa
1970	Cultura Punk	Punks veem o capitalismo com causa da guerra e promovem eventos totalmente gratuitos com o uso de ferramentas, revistas, cartazes e panfletos confeccionados por eles mesmos.
2000	Cultura Maker	DIY se funde à cultura hacker, criam artefatos inteligentes para realização de tarefas no dia-a-dia
2012	Maker Fair	Primeira feira maker para reunir adeptos e exhibir seus feitos
2013	Industria 4.0	Uso da inteligência artificial e comandos industriais armazenados e operados na nuvem

Fonte: elaborado pelos autores

2 Mapeando as motivações por trás do Faça Você Mesmo

Para acompanhar o raciocínio desenvolvido no presente estudo, precisamos compreender as motivações e expectativas das pessoas que resolver ser adepto do DIY, daqui para frente vamos chamar essas pessoas de DIYers (Adeptos da contracultura do Do It Yourself). É necessário indagar primeiramente o que leva uma pessoa comum a experimentar a filosofia do DIY? Após este entendimento a questão seguinte é: o que faz o praticante manter a filosofia adotada e, por vezes tornar-se um defensor e disseminador do movimento?

É certo, que quase sempre, o novo adepto inicia suas atividades por conta do pensamento de evitar custo, uma resposta à um custo elevado. Vidra e Budjosó (KHADEMI-VIDRA; BUJDOSÓ, 2020) trazem algumas destas motivações, que apresentam o DIY como resultado de motivação econômica, onde o DIYer precisa escolher o “fazer”. Esta escolha pela realização da atividade é percebida pelo adepto como uma necessidade, então, possui a característica de escolha racional e é vista como uma motivação primária.

Apesar de muitos autores apontarem o retorno financeiro como um dos principais atrativos para a experimentação e adesão ao movimento, a concepção da mentalidade DIY no indivíduo, vai além do que acontece em seu bolso. Para outro grupo autores, os novos DIYers fazem parte de uma nova categoria de consumidores, que são influenciáveis e fazem aquilo que as novas mídias ditam como moda e tendência, desta maneira eles criam e constroem com a intenção de atender a sua ansiedade de consumo. Estas escolhas menos conscientes são vistas como motivações não racionais e de ordem secundária. Mas todas essas motivações estão ligadas a percepção de valor que os DIYers possuem em relação à ao produto ou serviço que estes desejam.

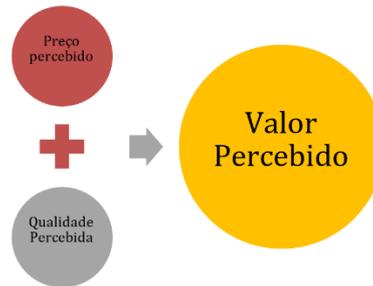
A precificação do trabalho alheio é algo difícil de ser discutido, afinal, cada indivíduo tem consciência do valor do serviço que presta e do que deve ser justamente cobrado. Mas para o DIYer, há outras variáveis nesta precificação, para este é também uma avaliação das próprias habilidades e do valor de seu próprio trabalho, é isto que está a ser comparado com o que está disponível no mercado.

Quando o DIYer considera um serviço “caro”, ele está fazendo o que Zeithaml (1988) descreve como trade-off entre “preço percebido” e “qualidade percebida”, precificando assim o trabalho alheio.

Podemos definir trade-off, ou tradeoff da seguinte maneira: é uma expressão em inglês que faz a alusão ao ato de escolher alguma coisa em detrimento de outra e pode ser traduzida como “perde-e-ganha”. Geralmente implica em um conflito de escolha, onde escolher algo irá trazer benefícios que outras coisas não trarão, ao mesmo tempo que essas outras coisas trarão benefícios que a primeira coisa não trará (SIGNIFICADOS, 2014). Mais adiante poderemos perceber o quanto esse trade-off não é uma tarefa simples para o DIYer e quantas variáveis são possíveis de serem implementadas neste ato que parece simples.

O resultado deste trade-off é chamado de “valor percebido”. Para Chang e Wildt (1994) este “valor percebido” possui uma influência poderosíssima nas intenções de compra. Logo, para o DIYer, o “valor percebido” é algo que ele acredita poder alcançar por si mesmo, tornando-se o fator determinante na escolha entre “fazer” ou “comprar”.

Figura 2: Definição de valor percebido. Fonte: elaborado pelo autor.



Fonte: Elaborado pelos autores

2.1 Explorando a Percepção do Valor no DIY

A avaliação do preço percebido e da qualidade percebida são elementos fundamentais para compreender a decisão do DIYer de "fazer" ao invés de "comprar", logo precisamos entendê-la corretamente, sendo um tópico para ser explorado em futuras publicações, mas que podemos iniciá-la de forma introdutória neste documento.

Preço Percebido: O preço percebido vai além do valor monetário pago por um produto ou serviço. Ele envolve a consciência do cliente sobre os custos de produção, como materiais, mão de obra e outros processos. O DIYer, ao analisar esses custos, pode concluir que o valor percebido do produto/serviço que ele mesmo pode realizar é equivalente ou superior ao que encontra no mercado.

Qualidade Percebida: A qualidade percebida é influenciada pela forma como a loja ou prestador de serviço apresenta seus produtos e trabalhos. A avaliação da qualidade de execução também é um fator importante. O DIYer, ao optar por fazer algo por conta própria, está confiante em sua capacidade de igualar ou superar a qualidade que encontraria no mercado.

Valor Percebido e Agregação de Valor: O valor percebido é a soma do preço percebido e da qualidade percebida. Quando o DIYer decide "fazer", ele está agregando valor ao seu lar, que, para muitos adeptos, é visto como um empreendimento (BRODERSEN, 2003). Essa agregação de valor pode ser:

- Econômica: Economia de recursos financeiros.
- Pessoal: Satisfação pessoal de realizar algo por conta própria.
- Estética: Personalização do ambiente de acordo com suas preferências.
- Educacional: Desenvolvimento de novas habilidades e conhecimentos.

Há também outros fatores que influenciam a percepção do valor para o DIYer, e podemos listá-las da seguinte maneira:

- **Experiência:** A experiência do DIYer em realizar tarefas semelhantes influencia sua percepção do valor. Aqui ele leva em consideração se já realizou trabalho semelhante e se conseguiria ou não fazer um serviço, sendo capaz de estimar tempo e custo para a execução da tarefa ou do artefato.

- **Complexidade:** A complexidade do produto ou serviço a ser realizado também é um fator importante. Neste ponto ele julga essencialmente sua capacidade e de executar a tarefa ou artefato, assim como quais ferramentas e técnicas serão necessárias para executá-las
- **Tempo disponível:** O tempo disponível para realizar a tarefa também influencia a decisão de "fazer" ou "comprar". O DIYer geralmente realiza suas atividades em consonância com a realização de outras tarefas, principalmente relacionadas à profissão que exerce, então também estima a urgência de certas atividades que muitas vezes podem impactar em outros compromissos. Como exemplo, um serviço de encanamento talvez não possa esperar por um final de semana ou dia de folga para ser realizado
- **Recursos disponíveis:** O acesso a ferramentas, materiais e outros recursos também é importante. O DIYer muitas vezes sabe quais são os recursos necessários para realizar suas tarefas e artefatos e tem consciência de quais recursos possuem, geralmente a falta de recursos é uma característica q faz o DIY se desenvolver através de técnicas mirabolantes para suprir a falta de ferramentas adequadas.

Precisamos levar em consideração que existe uma diversidade de percepções, pois a percepção do valor é subjetiva e pode variar entre os DIYers. Muita dessa variação tem a ver com a experiência e recursos disponíveis para cada DIYer, como exemplo, um adepto que possui apenas ferramentas básicas vai entender que algumas execuções podem demorar dias ou semanas para serem executadas, enquanto um DIYer que possui em seu arsenal ferramentas complexas pode realizar a mesma tarefa em menos tempo e com menos matéria prima. Neste ponto o DIYer que possui ferramentas básicas pode incluir o custo de algumas ferramentas específica para a execução e desistir do projeto, pois o valor do trabalho ficou muito superior ao produto encontrado no mercado. Ou, pode ser um motivador para adquirir uma ferramenta antes desejada.

2.2 **Motivações Primárias**

Como pudemos entender no tópico anterior, o que chamamos de escolhas racionais do DIYer, os geradores de custo não se limitam ao preço final de um produto ou serviço. Logo o custo pode ser interpretado de várias maneiras, e podemos então lista-las as que se apresentam como primárias e de maior importância para seus praticantes:

- 1 - O retorno financeiro imediato – Busca por economia na obtenção de serviços ou produtos que o DIYer entende como fora de sua realidade financeira, ou como superfaturamento praticado pelo mercado.
- 2 - Ganho tempo - quando o prestador de serviço não pode atender o cliente dentro de um prazo aceitável, e que caso não seja atendido dentro deste espaço poderá gerar prejuízos financeiros.
- 3 - Preencher uma lacuna comercial – A ausência de um prestador de serviço em sua localidade para atender uma necessidade específica, o que levaria a necessidade da contratação de serviços em locais distantes, aumentando o custo final de necessidade a ser atendida.

2.3 **Motivações Secundárias**

Listadas as motivações primárias para a experimentação do DIY, o indivíduo avalia situação em que se encontra, e a classifica como uma necessidade, não uma extravagância, como já foi visto. Esta necessidade percebida o impulsiona para tomada a decisão de se aventurar na prática do DIY, então novo adepto é influenciado também outros fatores, mesmo que de forma inconsciente, são as

escolhas emocionais.

A agência Mintel (2013), que realiza pesquisas de mercado, aponta conteúdos de TV, blogs, grupos de facebook e etc, como responsáveis por imbuir uma pressão da sociedade de ser “único”. Para Woodward (2003), o ambiente da casa dos indivíduos, é vista com um ideal estético a ser alcançado, e que precisa ser atendido, também serve como ferramenta para expressar a individualidade do indivíduo que reside nela (CREWE, 2000). Por outro lado, há autores dedicados investigar o fato que o DIY reinsere pessoas na sociedade e ajuda pessoas em situação desfavorecida a se reerguer, motivando-as a continuar trabalhando (REZAE VESSAL et al., 2021).

Entretanto, Littlewood e Munro (1996) apontam e que o principal motivo por trás das motivações do DIY está adquirir o que chama de conforto do espaço vital. Este espaço vital pode ser entendido como a casa e o ambiente de trabalho (KHADEMI-VIDRA; BUJDOSÓ, 2020), seja este conforto alcançado por motivações racionais ou não racionais. Podemos falar também das causas hedônicas, que ocorrem quando o DIYer opta pela atividade para alcançar “satisfação” e “prazer” durante a realização e conclusão da mesma (LUSCH; VARGO; O’BRIEN, 2007), neste caso, pode ocorrer mesmo quando o valor percebido na contratação do serviço de terceiros seja a opção mais viável, sobrepondo-se desta maneira às motivações racionais.

A partir do que foi lido é possível realizar um quadro inicial de motivações dos DIYers e classifica-las como racionais ou emocionais.

Quadro 2: Quadro das motivações dos *DIYers*.

Motivações dos <i>DIYers</i>	
Motivações Racionais	Motivações Emocionais
Retorno financeiro	Expressar individualidade e criatividade
Ganho de tempo	Alcançar ideal estético
Preenchimento de lacuna comercial	Empoderamento e realização pessoal
Qualidade e personalização	Conexão com a comunidade
Autonomia e empoderamento	Motivações Emocionais
Conforto do espaço vital	

Fonte: elaborado pelos autores

É possível concluir que o nascimento do novo *DIYer* vai além dos custos envolvidos na realização de um serviço ou produto, e independente da disponibilidade ou dos valores praticados por profissionais em sua região. Mas é preciso atentar que, para seguir adiante com sua decisão de fazer, o cliente que resiste ao mercado, precisa reconhecer em si e em suas próprias habilidades/capacidades, a possibilidade de tomar essa decisão.

Talvez seja este, o momento crucial em que o principal aspecto do *Do it yourself* se apresenta, a autossuficiência (DABHOLKAR, 1996). Neste ponto, o indivíduo se liberta da mentalidade puramente consumista e passiva que lhe foi imposta, e se reconhece capaz de suprir suas próprias necessidades, tornando-se independente da disponibilidade do serviço de terceiros. Este é momento que surge o novo *DIYer*. Bateson (1985) e Dabholkar (1996) descrevem a

autossuficiência como um comportamento “Do it yourself”, e mesmo que esteja presente em várias atividades humanas, é dentro do “Faça você mesmo” onde toma as maiores proporções.

Figura 2: Características do *DIYer*. Fonte: elaborado pelo autor.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao perceber uma necessidade e reconhecer em si mesmo a capacidade de realização da tarefa, o *DIYer* se posiciona como agente ativo, deixando de seguir a inércia da passividade do consumismo que lhe foi imposta, e da dependência de terceiros para a resolução de seus próprios problemas. Este indivíduo também leva em conta avaliação de valor de seu próprio trabalho, tornando-se assim capaz de decidir os rumos de sua rotina e o controle de seu lar.

3 Design Social e *DIY*

No início da década de 1970, Victor Papanek já nos trazia alertas, muitas vezes polêmicas, acerca do papel do Design e da sustentabilidade. Suas recomendações no livro *Design for the World*, trazia a mensagem de que a responsabilidade do designer não estava para o mercado e sim para os indivíduos e para a comunidade (PAZMINO, 2007). Papanek também incentivou a atuação de designers em países subdesenvolvidos, sendo Gui Bonsiepe um destes designers que contribuíram para o processo de industrialização de alguns países periféricos. Algumas dessas nações localizadas na América do Sul, com especial destaque para o Brasil. Nas terras brasileiras por exemplo, criou o Laboratório Brasileiro de Desenho Industrial – LBDI – no início da década de 1980, assim como desenvolveu cursos de práticas projetuais que punham o designer à preocupar-se com as comunidades e o seu entorno (Leão, 2020).

Pazmino (2007) organiza para nós quais são os fatores do Design social que devem ser levados em consideração no momento do projeto, e a diferença entre Design Formal e Design Social como podemos conferir mais adiante no Quadro 3.

Com esta informação em mente foi possível conceber a hipótese de que o *DIY* e sua filosofia podem conceder ao ensino do Design a oportunidade abordar e inserir na formação dos novos profissionais as ferramentas para o alcance dos objetivos do design social.

Quadro 3 – Diferença entre Design Social e Design Formal

Design social	Design formal
Pequena escala de produção	Grande escala de produção
Mercado local	Mercado local e global
Tecnologia adequada	Alta tecnologia

Orientada a população de baixa renda, excluídos, idosos e deficientes	Orientado ao mercado
Maximiza a função prática	Maximiza a função simbólica
Baixo custo	Custo médio e alto
Inclusão social	Satisfazer necessidades emocionais

Fonte: Adaptado de Pazmino (2007)

3.1 Análise do Faça-você-mesmo em relação ao atendimento às diretrizes do design social

Diferentemente do estudo presente na publicação de Maciel *et al.* (2023), que se concentra nos artefatos resultados do Design Social, a conclusão deste tópico se concentrará na forma de produção do *DIY* para apontar o atendimento das diretrizes listadas por Pazmino (2007), por uma perspectiva do produtor, realizador do serviço, neste caso, o *DIYer*.

- 1 O *DIYer* geralmente faz a utilização de materiais simples, ripas e tabuas de madeira, tubos, barras e chapas de aço, papel, papelão entre outros.
- 2 Geralmente os materiais escolhidos possuem apenas as características necessárias para atender as necessidades da função do produto. Não indo além do esperado para determinada função.
- 3 Muitos *DIYers* utilizam materiais reciclados e de fácil obtenção como em armazéns de construção
- 4 O uso de materiais nativos pode ser considerado, pois o *DIYer* utiliza o que estiver a seu alcance. Logo, se os materiais nativos atenderem aos propósitos do adepto do *DIYer*, ele irá utilizá-los.
- 5 Esta é uma das principais características do adepto do *DIY*, ele sempre utilizará os materiais que estiverem adequados ao processo disponível. O *DIYer* que tem acesso à ferramentas de Carpintaria, utilizará madeira, assim como o que tem acesso à ferramentas de serralharia darão preferência aos produtos de aço. Os hackerspaces por exemplo tem facilitado o acesso às ferramentas da fabricação digital, e com isso tem possibilitado aos *DIYers* a utilização dessas ferramentas como corte a laser, CNCs e impressoras 3D, possibilitando o uso de outros materiais, não apenas os possíveis de serem utilizados em marcenarias e serralharias clássicas.
- 6 Ao longo do texto foi possível perceber que as motivações primárias e secundárias do adepto do *DIY* o leva a aprender a utilização de ferramentas e manipulação de materiais que são necessárias para a execução do produto, atendendo assim à diretriz 6

- 7 Foi possível entender no capítulo 2 que o *DIYer* geralmente domina as tecnologias utilizadas por ele para suas fabricações. Se uma tecnologia é dominada localmente e estiver ao alcance do *DIYer* para realizar suas atividades, ele o fará.
- 8 Geralmente o *DIYer* adequa o produto à sua necessidade, por vezes a personalização pode incluir o contexto sociocultural. Analisando o *DIY* como ferramenta para o Design, e, tendo Bonsiepe discorrido que o Designer geralmente imbui em seus produtos traços socioculturais ao qual ele pertence. É possível afirmar que a diretriz número 8 do Design Social é atendida.
- 9 A diretriz número 9 é atingida pelo *DIYer* quando observa-se as motivações secundárias. Pode-se dizer que a estima é classificada como uma motivação não racional e é identificada como uma motivação hedônica.
- 10 Geralmente o *DIYer* realiza artefatos que exercem alguma função prática, muitas vezes esses artefatos sofrem personalizações pelo adepto da filosofia *DIY* para se adequar às suas necessidades práticas ou simbólicas. Sendo assim, na maioria dos casos em que o *DIY* é realizado, o artefato produto desta filosofia tem de ser adequados à biomecânica do realizador.
- 11 Percebe-se que o adepto da filosofia valoriza que seus valores políticos e sociais sejam expressos em seus artefatos e na maneira de realiza-los, cumprindo desta maneira a diretriz 11.
- 12 Ao cumprir a diretriz 11, o artefato acaba por trazer simbolismos estéticos em seu corpo, desta maneira este objeto acaba por ser quase sempre identificado como fruto da filosofia *DIY*, deixando evidente aos observadores de que aquele não é um produto industrializado.
- 13 O *DIYer* geralmente realiza produtos que refletem seu estilo de vida, pois foi possível perceber que o adepto se sente bem e sente prazer ao realizar sua atividade e ao ser identificado como um praticante da filosofia. Logo seus objetos refletem seu estilo de vida
- 14 Dentre as motivações primárias estão o retorno financeiro e o ganho de tempo, que geralmente é alcançado através da reciclagem e utilização otimizada da matéria-prima e de seus componentes durante a construção do artefato
- 15 Ainda para atender as motivações primárias, geralmente os produtos e serviços realizados pelos *DIYers* são de fácil montagem e fabricação, assim como desmontagem e reciclagem, muitas vezes sendo os próprios objetos frutos de reciclagem.

A partir desta análise sobre a perspectiva do *DIYer* como o consumidor e produtor de artefatos, este sujeito geralmente obtém bons resultados ao atender as diretrizes do design social, mesmo que seja feito de forma inconsciente. Podendo assim dizer que a filosofia *DIY* e o adepto

desta, atendem a praticamente todas as diretrizes do design social ao buscar atender suas motivações primárias e secundárias quando está realizando suas atividades.

4 Discussões e trabalhos futuros

Vimos que o valor percebido possui várias formas de agregar valor à vida do DIYers, e podem estar localizadas dentro do que chamamos de motivações primárias e secundárias, ou racionais e emocionais, como colocado no Quadro 1. Esta percepção é tão variada e individualmente abstrata, que podemos listar alguns fatores que podem influenciá-la:

- **Experiência:** A experiência do DIYer em realizar tarefas, ou a falta dela.
- **Complexidade:** A complexidade do produto ou serviço a ser realizado.
- **Disponibilidade de tempo:** O tempo viável para realizar a tarefa também influencia a decisão de "fazer" ou "comprar".
- **Recursos disponíveis:** O acesso a ferramentas, materiais e outros recursos também é importante.

Precisamos considerar que a percepção do valor é subjetiva e pode variar entre os DIYers, também que esta heterogeneidade pode impactar de diferentes formas em suas motivações, inclusive de acordo com o contexto social e econômico individual de cada um, podendo estar sujeita à necessidade de acesso a ferramentas e recursos.

Para estudos futuros podemos contar com a característica de que o *DIY* é um movimento em constante crescimento e transformação, que diferentemente de seu antecessor, o *Arts And Crafts*, está aberto para novas possibilidades e tecnologias e desta forma, possui diversos caminhos a serem explorados como o *DIY* digital que utiliza a internet para facilitar o acesso a informa e disseminar tutoriais, o *DIY* colaborativo que pode usufruir da fabricação digital e de ferramentas da indústria 4.0. Ou mesmo o *DIY* como negócio, uma alternativa à processos produtos e serviços insustentáveis, tornando-se uma fonte de renda para muitas pessoas capaz de agir diretamente no pilar social do tripé da sustentabilidade enquanto promove o pilar ambiental através do pilar econômico.

5 Conclusão

O DIY se configura como mais do que um simples movimento, é uma filosofia de vida que transcende a mera criação de objetos, permeando diferentes aspectos da existência humana. Vimos que suas origens remontam ao movimento Arts & Crafts quando contestam a padronização industrial e a qualidade de seus artefatos. O movimento herda dessa raiz a busca por autenticidade, criatividade e autonomia, combatendo o consumismo desenfreado e a obsolescência programada. Dentre suas principais características está a capacidade de promover a autonomia e o empoderamento, proporcionando ao indivíduo a capacidade de assumir o controle sobre sua vida enquanto cria e soluciona problemas com suas próprias mãos, desenvolvendo habilidades e conhecimentos.

O *DIY* incentiva a livre expressão através da criação de objetos únicos e personalizados, valorizando a individualidade e a experimentação através da criatividade e expressão pessoal enquanto exercita a sustentabilidade e consciência ambiental quando valoriza o foco na reutilização, reparo e upcycling, contribuindo para a redução do consumo excessivo e do

desperdício, promovendo práticas mais ecológicas.

A troca de conhecimentos, experiências e projetos entre os adeptos do DIY fortalece a comunidade e gera um ambiente de mútuo aprendizado e apoio, enquanto realiza sua crítica ao sistema quando questiona o modelo capitalista vigente e propõe alternativas mais justas e equitativas, buscando construir um mundo mais sustentável e humano.

Em relação à prática, o DIY se manifesta em diversas áreas da vida, desde a criação de móveis e objetos de decoração até a produção de alimentos, roupas e cosméticos. Através de tutoriais online, workshops e comunidades virtuais, os adeptos do DIY compartilham seus conhecimentos e inspiram uns aos outros, causando impactos que vão além da criação de objetos, promovendo mudanças na forma como pensamos, consumimos e nos relacionamos com o mundo. É um movimento em constante evolução, adaptando-se às novas tecnologias e necessidades da sociedade, fazendo do DIY algo maior que uma simples tendência, é uma filosofia de vida que nos convida a sermos protagonistas de nossas próprias histórias, construindo um futuro mais sustentável, autônomo e colaborativo.

Desta forma podemos então apresentar uma definição mais coerente de DIY adicionando algumas características ao que Buechley (2009) e Wolf e Mcquity (2013) definiram em seus trabalhos, sendo assim: o DIY é o ato do indivíduo que se vê capaz de criar e compor intervenções e artefatos cujo principal objetivo é manter e aprimorar o espaço vital, seja de forma funcional ou simbólica. Para isso se utiliza de materiais processados ou semiprocessados, e que para atingir este objetivo se utiliza do conhecimento organizado e compartilhado entre seus adeptos através de redes de informação que desenvolvem técnicas e ferramentas capazes de possibilitar facilitar esta construção/intervenção. Este fenômeno ocorre de forma material enquanto simbolicamente opõe-se lógica capitalista de consumismo e descarte de produtos ainda capazes de exercer suas funções por mais algum tempo através de reparos ou quando adquire novas funções e significados através da reconfiguração material e simbólica, buscando uma sobrevivência para artefatos ou que adicionem a personalidade de seus executores à seus objetos e intervenções.

O design social por sua vez, geralmente é lecionado em disciplinas próprias e muitas vezes está atrelado interferências dos alunos em comunidades, ou no desenvolvimento de artefatos voltados para determinados grupos sociais. Enquanto na prática do *DIY*, o design social ocorre de maneira inconsciente e implícita dentro de disciplinas relacionadas à modelagem e prototipagem de artefatos, manifestando-se nos objetivos do aluno que irá busca economizar recursos e serviços na realização de seus produtos, mas ainda assim, tenta realiza-lo da melhor forma possível e desta maneira receber reconhecimento através da estima dos colegas e de si mesmo, e em forma da avaliação dos resultados das disciplinas. Logo, o Design Social pode ser melhor imbuído na forma de ensino das práticas de *DIY*, pois os alunos de design estão muitas vezes no papel de produtores do artefato e não como consumidores de produtos para o design social. Então dentro desta perspectiva, o mesmo será capaz de atender melhor a demanda de seu público quando estiver desenvolvendo para atender demandas sociais.

Desta forma pode-se finalizar esta conclusão afirmando que a prática do DIY se faz necessária dentro do contexto dos cursos de design, numa maneira de inserir conceitos diversos da sustentabilidade aos alunos, principalmente nos semestres iniciais, para que estes conceitos sejam levados ao longo do curso. Outros conceitos importantes se mostram nas diferentes maneiras que ocorrem a percepção de valor de um produto em suas diferentes abrangências, fator essencial para entender o usuário e o desenvolvimento de seus futuros produtos.

Agradecimentos

Gostaríamos de agradecer a Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco – FACEPE, que financia esta pesquisa através da bolsa de doutoramento IBPG-0141-6.04/23

Referências

- MACIEL, L. V. A. *et al.* El uso de herramientas de fabricación digital para la innovación social y ambiental en tiempos de crisis postpandemia. **Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación**, 2023. n. 190, p. 181–200.
- BATESON JOHN, E. G. Self-Service Consumer: An Exploratory Study. **journal of retailing**, 1985. v. 61, p. 49–76.
- BRODERSEN, S. **Do-It-Yourself work in North-western Europe Maintenance and improvement of homes**. [S.l.]: [s.n.], 2003.
- BUECHLEY, L. *et al.* DIY for CHI: Methods, communities, and values of reuse and customization. [S.l.]: [s.n.], 2009. p. 4823–4826.
- CHANG, T.-Z.; WILDT, A. Price, product information, and purchase intention: An empirical study. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 1994. v. 22, n. 1, p. 16–27. Disponível em: <http://resolver.scholarsportal.info/resolve/00920703/v22i0001/16_ppiapiaes>.
- CREWE, L. Geographies of Retailing and Consumption. **Progress in Human Geography - PROG HUM GEOGR**, 1 jun. 2000. v. 24, p. 275–290.
- DABHOLKAR, P. A. Consumer evaluations of new technology-based self-service options: An investigation of alternative models of service quality. **International Journal of Research in Marketing**, 1 fev. 1996. v. 13, n. 1, p. 29–51. . Acesso em: 27 jul. 2023.
- FIELL, C.; FIELL, P.; BOLÉO, J. B. **Design do século XX**: [S.l.]: TASCHEN, 2005.
- GELBER, S. M. Do-It-Yourself: Constructing, Repairing and Maintaining Domestic Masculinity. **American Quarterly**, 1997. v. 49, n. 1, p. 66–112. Disponível em: <http://muse.jhu.edu/content/crossref/journals/american_quarterly/v049/49.1gelber.html>.
- KHADEMI-VIDRA, A.; BUJDOSÓ, Z. Motivations and attitudes: An empirical study on DIY (Do-It-Yourself) consumers in Hungary. **Sustainability (Switzerland)**, 2020. v. 12, n. 2, p. 1–19.
- LITTLEWOOD, A.; MUNRO, M. Explaining disrepair: Examining owner occupiers’ repair and maintenance behaviour. **Housing Studies**, 1 out. 1996. v. 11, n. 4, p. 503–525. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/02673039608720872>>.
- LUSCH, R. F.; VARGO, S. L.; O’BRIEN, M. Competing through service: Insights from service-dominant logic. **Journal of Retailing**, 1 jan. 2007. v. 83, n. 1, p. 5–18. . Acesso em: 15 set. 2023.
- MINTEL. **DIY Review 2013**. Londres: [s.n.], 2013.
- MOURA, M. Design coletivo: grupos, movimentos e escolas do moderno ao contemporâneo. **Design coletivo: grupos, movimentos e escolas do moderno ao contemporâneo**, 2022.
- OBNISKI, B. M. O Movimento de Artes e Ofícios na América. 2008. p. 1–7.
- PAPANEK, V. **Design for the real world** : 2. ed. ; ed. Estados Unidos : Academy Chicago Publisher,

[s.d.].

PAZMINO, A. V. Uma reflexão sobre Design Social , Eco Design e Design Sustentável. I **Simpósio Brasileiro de Design Sustentável**, 2007. p. 1–10.

REZAE VESSAL, S. *et al.* Overcoming stressful life events at do-it-yourself (DIY) laboratories. A new trailblazing career for disadvantaged entrepreneurs. **Technological Forecasting and Social Change**, 1 mar. 2021. v. 164, p. 120506. . Acesso em: 27 maio 2022.

WOLF, M.; MCQUITTY, S. Circumventing Traditional Markets: An Empirical Study of the Marketplace Motivations and Outcomes of Consumers' Do-It-Yourself Behaviors. **Article in The Journal of Marketing Theory and Practice**, 2013. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/260161529>>.