

## **PRAÇA DE BOLSO DO CICLISTA - ESTUDO DE UM CASO DE INOVAÇÃO SOCIAL**

### ***PRAÇA DE BOLSO DO CICLISTA - SOCIAL INNOVATION CASE STUDY***

**Gabriel Tanner Pasetti, UFPR - Universidade Federal do Paraná**  
gt.pasetti@gmail.com

**Victor Lucas Nascimento Barros, UFPR - Universidade Federal do Paraná**  
vnbvictor@gmail.com

#### **Resumo**

Apesar da definição de inovação social ser algo bastante abrangente, nota-se que cada iniciativa acaba tendo que se adaptar ao contexto que está inserida, desenvolvendo muitas singularidades e em geral são bastante sensíveis a intervenções externas. No presente artigo foram levantados conceitos encontrados na literatura atual sobre este assunto, e colocados em comparação com dois momentos de um projeto que iniciou em 2014, em Curitiba, chamado Praça de Bolso do Ciclista. Foram levantados dados sobre a sua atual situação e em cima disso aplicadas ferramentas de design do método DESIS (Design for Social Innovation and Sustainability) com o objetivo de identificar os principais pontos fracos e oportunidades de melhoria na solução, a qual já não atende ao objetivo inicial proposto durante a sua construção.

**Palavras-chave:** Inovação social, Design, Comunidades criativas, Sustentabilidade, Praça de Bolso do Ciclista.

#### ***Abstract***

*Although the definition of social innovation is something quite comprehensive, it is noted that each initiative ends up having to adapt to the context which is introduced, often developing many singularities and in general are quite sensitive to external stimuli. In the present article, concepts found in the current literature on this subject were raised and compared to two moments of a project that began in 2014, in Curitiba, called Praça do Bolso do Ciclista. The DESIS (Design for Social Innovation and Sustainability) project aims to identify the main weak points and opportunities for improvement in the solution, one that no longer meets the initial proposed goal during its construction.*

**Keywords:** *Social Innovation, Design, Creative Communities, Sustainability, Praça de Bolso do Ciclista.*

## **1. Introdução**

A inovação social deriva seu caráter inovador da ruptura com as práticas existentes em um determinado contexto (ou seja, que podem ser práticas existentes em outros lugares) (CHAMBON et al. 1982). A inovação social é caracterizada pelo envolvimento dos usuários no processo, desde a consciência da necessidade, até a elaboração do projeto e sua implementação. O usuário não é, portanto, beneficiário de um serviço, mas ator em um projeto que ele reconhece como seu.

O projeto da Praça de bolso do Ciclista surgiu a partir da descoberta de um terreno baldio “sem dono” na esquina da Rua São Francisco com a Rua Presidente Faria, em frente à Bicletaria Cultural que é coordenada pela Associação de Ciclistas do Alto Iguçu. Esse grupo ficou sabendo, através de consulta junto à Prefeitura, que o terreno pertencia a própria Prefeitura e solicitou a esta a construção de uma praça pública. Após reuniões com as Secretarias de Obras e Meio Ambiente e o Instituto de Pesquisa Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), estabeleceu-se que os materiais seriam fornecidos pelo poder público para a construção, porém não havia verba para a mão de obra.

Assim, em maio de 2014, deu-se início ao movimento de iniciativa coletiva que começou a tomar forma e cresceu com a ajuda de pessoas de diversas áreas como Arquitetura, Design, Engenharia, Professores e simpatizantes de outras áreas, que fizeram o projeto da praça mais tarde batizada como Praça de Bolso do Ciclista, devido ao pequeno porte do terreno no qual ela foi construída. Na época aconteciam diversos tipos de programação como: passeios ciclísticos, shows musicais, oficinas e eventos culturais para o benefício coletivo, que eram organizados pelos próprios usuários. Na época, a Bicletaria Cultural uma entidade que se encarregava de organizar a agenda de atividades com as propostas feitas.

Com o passar do tempo, uma onda de violência, as constantes batidas policiais, e a posterior proibição das atividades culturais pela Prefeitura na Praça afastaram o público que a frequentava e conseqüentemente os voluntários. Atualmente a Fundação Cultural é a única autorizada a fazer eventos na praça de forma esporádica, organizados e divulgados nas redes sociais.

Com base nisso, o presente artigo, traz dados da aplicação das ferramentas de design sugeridas pelo Design for Social Innovation and Sustainability (DESIS) para o caso do projeto da Praça de Bolso do Ciclista com o intuito identificar problemas, levantar dados e estabelecer um conjunto de melhorias para a iniciativa. Ao mesmo tempo que visa avaliar a iniciativa após a construção da Praça em 2014, e se algo mudou em relação aos

usuários, as motivações e seus objetivos, os quais têm papel fundamental para manter a praça em funcionamento.

## **2. Fundamentação teórica**

O caso apresentado neste artigo trata-se de uma inovação social efetivado por uma comunidade criativa. O conceito de inovação social é muito amplo e possui diferentes definições de acordo com cada autor ou pesquisador do tema. Dentro dele ainda existem formas de categorizar e analisar cada inovação para que fique mais claro quem são os principais atores, aqueles que se beneficiam com a iniciativa e como é o funcionamento da mesma. Nos tópicos a seguir estes pontos serão detalhados e comparados com o que se encontra na literatura atual.

### **2.1. Inovação social**

Pode-se definir como uma inovação social toda nova ideia com propósito, que funcione e tenha como objetivo causas sociais, passíveis de serem replicadas (MULGAN et al. 2006).

“Uma inovação social é definida pelo seu caráter inovador ou pelo objetivo geral de promover o bem-estar de indivíduos e comunidades. É caracterizada tanto por um processo de implementação, envolvendo cooperação entre uma diversidade de atores, e os resultados obtidos, sendo imaterial ou tangível. Mais a longo prazo, as inovações podem ter eficácia social além do alcance do projeto (empresas, associações, etc.) e representam um problema que questiona os principais saldos sociais. Eles então se tornam fontes de transformações sociais e podem contribuir para o surgimento de um novo modelo de desenvolvimento.” (CLOUTIER, 2003)

Atualmente, existem diversas inovações sociais já em funcionamento espalhadas pelo mundo. Alguns problemas sociais comuns em diversas sociedades, os quais poderiam se beneficiar deste tipo de iniciativa, são: desigualdade social, dificuldade na transição para a vida adulta, incremento do número de idosos, entre outros. Mulgan et al. (2006) ainda comenta que ao imaginar um mundo ideal, contente e estável haveria pouca ou nenhuma necessidade de inovação.

A insuficiência da ação dos poderes públicos em prover soluções para estes problemas faz com que as inovações sociais sejam vistas como um fenômeno capaz de elevar a capacidade de agir da sociedade (MURRAY et al. 2010). Sendo assim, as comunidades criativas, que, segundo Manzini (2008), são compostas por pessoas com diferentes habilidades dispostas a criarem, de maneira colaborativa, soluções para os próprios problemas, têm um papel fundamental no desenvolvimento de uma sociedade sustentável.

Segundo Manzini (2008), a ideia de bem estar é uma construção social que se forma ao longo do tempo e a sociedade pós revolução industrial passou a caracterizar o bem estar sempre associado a uma disponibilidade cada vez maior de bens e serviços. Esse modo de vida consequentemente conduz a um consumo insustentável dos recursos ambientais. Manzini defende a hipótese de que “no atual sistema socioeconômico, estamos testemunhando um duplo processo de crise: dos bens comuns, e do desaparecimento do tempo lento e contemplativo; mas também do tempo e do espaço com bens e serviços remediadores e de ‘entretenimento’.” Ele enfatiza que esse é um fenômeno perigoso por se alimentar de um processo vicioso: quanto mais consumo, mais haverá degradação do contexto, mais consumo dos bens remediadores, e assim por diante.

Seguindo a hipótese de Manzini, cada ideia de bem estar para ser sustentável deverá se basear no acesso a uma variedade de produtos e serviços como também na qualidade e quantidade dos bens comuns disponíveis e na oportunidade de praticar uma ecologia do tempo, onde tanto o tempo rápido, quanto o tempo lento e contemplativo, sejam apropriadamente equilibrados.

## **2.2. O emprego na atualidade**

O caso da Praça de Bolso do Ciclista nasceu a partir da vontade dos idealizadores em remodelar a cidade onde vivem, criando um espaço de convivência e experiência cultural pública, seguida pelo engajamento dos mesmos, dispostos de maneira voluntária a executar o projeto. Portanto pode-se entender esta iniciativa como uma inovação social liderada por uma comunidade criativa. Em resumo trata-se de uma praça pública, criada e construída por um grupo de cicloativistas e simpatizantes, em uma área central da cidade de Curitiba, a qual estava desocupada e sem nenhuma previsão de uso futuro.

A Praça de Bolso do Ciclista pode ser vista como uma plataforma habilitante, como cita Manzini (2008). Um ambiente criado com o objetivo de facilitar o acontecimento de eventos culturais públicos, atendendo a uma demanda por espaço e abrigo na cidade, como um bem comum. A iniciativa ainda responde a um problema crescente de falta de interação social no meio urbano. Segundo Bauman (2004), O espaço urbano na maioria das grandes cidades tornou-se um “não-lugar”, onde as pessoas estão de passagem, não param para conversar, trocar informações, apesar da proximidade corporal. Nestes lugares estranhos se encontram, permanecem próximos uns dos outros e interagem por longo tempo sem deixarem de ser estranhos.

A crescente presença das conexões virtuais no cotidiano das pessoas está de alguma forma dificultando o exercício de cidadania e do convívio social, e espaços públicos convidativos, como a Praça de Bolso, podem ajudar a mudar isso. Pode-se traçar um paralelo com um exemplo de espaço social da Antiguidade, as Ágoras gregas, praças públicas que segundo Caldeira (1998) representavam o principal lugar de encontro dos cidadãos. Como um ambiente possuidor de uma identidade reconhecida por todos que dele participam. Este conjunto urbano formava o centro político-social da cidade: o centro

cívico, onde os cidadãos livres (excluindo as mulheres e os escravos) exerciam sua cidadania. A população interagia, era o momento em que se reuniam para passar adiante as novidades e ouvir o que estava acontecendo. Hoje as pessoas não precisam se comunicar nesses espaços para obter a informação. Grande parte delas tem a possibilidade de consulta em um dispositivo móvel, o qual toma o lugar de possíveis conversas sobre qualquer assunto, seja uma dúvida ou uma troca de opiniões a respeito dos acontecimentos do mundo.

Vale então ressaltar a urgência e importância em cultivar e replicar iniciativas semelhantes a tratada nesta pesquisa. Ela é replicável, porém depende de um fator crucial, o engajamento e a motivação de uma comunidade criativa que se responsabilize por fazer acontecer. Notou-se, durante as conversas com os envolvidos na criação da Praça de Bolso, que o principal combustível de sua construção foi a motivação e o sentimento de pertencimento compartilhado pelo grupo. Também foi possível constatar a afirmação de Manzini (2008) que diz que as comunidades criativas são organizações sociais muito delicadas e cada intervenção externa coloca seu equilíbrio em risco. A criatividade e as atitudes colaborativas não podem, por definição, serem impostas.

Atualmente a comunidade que se formou na época da implantação da praça já não participa ativamente, talvez a motivação tenha acabado, ou ainda as dificuldades encontradas em gerir o espaço foram as causas do afastamento. O local começou a encontrar desafios relacionados principalmente a violência, relacionada ao uso de drogas, e a enorme diversidade de usuários participantes, que gerou um conflito de interesses. A praça ficou pequena para tantas tribos. Mesmo as inovações sociais sendo consideradas instrumentos para o combate a urbanização, o crime, a corrupção e a desigualdade socioeconômica, como defendido por Gabor (1970), conseguir desenvolver e criar relações interpessoais nestes ambientes não é uma tarefa simples, e elas são uma pré-condição para qualquer empreendimento deste gênero (MANZINI, 2008).

### **3. Método**

DESIS é a sigla para o título em inglês da disciplina, Design for Social Innovation and Sustainability. A rede DESIS foi fundada com o objetivo de utilizar o conhecimento de design para co-criar juntamente com parceiros locais, regionais e globais, cenários, soluções e programas de comunicação socialmente relevantes (DESIS, 2012).

Desde setembro de 2014, o DESIS é uma associação cultural e sem fins lucrativos, com o objetivo de promover o design para a inovação social em instituições de ensino superior por disciplinas de design, de modo a gerar conhecimentos de design úteis e a criar mudanças sociais significativas em colaboração com outras partes interessadas. Em outras palavras, as escolas de design funcionam como agentes de mudanças, através dos laboratórios de design, onde novas visões são geradas, novas ferramentas são definidas e testadas e onde novos projetos são iniciados e suportados. Atualmente há uma grande quantidade de laboratórios de design ao redor do mundo que trabalham de forma

autônoma, mas estão interconectados. Seguindo essa linha, no departamento de design da UFPR, a oferta de disciplinas foi escolhida como forma de atuação na rede DESIS.

Existem duas maneiras em que o designer pode participar nas iniciativas de inovação social pelo DESIS: o projeto pode acontecer com a comunidade ou para a comunidade. Na primeira, o designer atuará dentro do caso, como parceiro, em uma “pesquisa-ação”. No segundo caso, o designer irá analisar iniciativas já existentes, identificando intervenções necessárias nas quais ele possua domínio. No Departamento de Design da UFPR, o segundo modelo foi escolhido como abordagem conforme a oferta da disciplina de inovação social. (CHAVES, 2015)

Há um formato internacional pré-estabelecido pelo DESIS para o levantamento dos casos das “comunidades criativas” que sugere uma sequência de atividades para os estudantes enriquecerem estes casos. Para auxiliar no desenvolvimento das atividades, o DESIS fornece um “toolkit”, que compreende um conjunto de documentos e modelos de apresentações powerpoint, organizados em quatro passos em sequência (DESI, 2010):

- a) Levantamento de casos promissores.
- b) Coleta de dados e preenchimento da documentação dos casos selecionados.
- c) Exercício de design através da organização de um workshop.
- d) Disseminação dos resultados.

A sugestão do DESIS é que as atividades sejam realizadas por grupos de 3 a 4 estudantes. Neste caso foram feitas com apenas 2 estudantes.

O toolkit usado como referência permite investigar e analisar a iniciativa e julgar se as ações são relevantes. Visto que o estudo do caso em questão já havia sido analisado em 2014, o ponto de partida então foram as informações já levantadas anteriormente. Portanto, a sequência do método em questão não foi seguida exatamente como o modelo DESIS. Na tabela abaixo as diferentes fases do projeto foram explicitadas com seus respectivos descritivos, já em ordem cronológica.

<b>Fases da pesquisa</b>	<b>Descritivo</b>
Análise do caso	A Praça de bolso do ciclista já foi tema de um estudo de caso de inovação social em 2014. Portanto foi realizado um resgate dessas informações e dos contatos obtidos na época para dar início ao processo atual.
Contato com pessoas envolvidas na iniciativa	Através de pesquisas em redes sociais e na internet, foram encontradas algumas pessoas que estavam conectadas a iniciativa, ou que fizeram parte em algum momento e poderiam colaborar com informações. Uma das voluntárias (Yasmin Reck) que participou desde o início do projeto aceitou colaborar. Foi realizada então uma entrevista presencial, a qual foi gravada, com o intuito de uma posterior análise. Ao final da entrevista, Yasmin indicou outro voluntário que se envolveu com a iniciativa, Fernando Rosenbaum, fundador da Bicletaria Cultural. A equipe foi até a sede da

	Bicicletaria Cultural, sem aviso prévio, e conseguiu entrevistar Fernando também, seguindo o mesmo roteiro, o qual foi baseado no modelo <i>In depth format</i> .
Compilação dos dados	Todos os dados obtidos durante as conversas com os entrevistados foram compilados como respostas para as perguntas do modelo <i>In depth</i> .
Aplicação de ferramentas de Design	A partir dos resultados obtidos na pesquisa, algumas ferramentas de Design foram utilizadas para facilitar o entendimento do funcionamento da Praça de Bolso do Ciclista, assim como evidenciar os pontos fracos e as oportunidades de melhoria. São elas: Blueprint, Mapa de atores, <i>Storyboard</i> e Mapa do sistema

**Tabela 01: Etapas do método da pesquisa. Fonte: elaborado pelos autores.**

A seguir uma breve descrição das ferramentas de design estratégico escolhidas para fazer a análise dos dados:

- Blueprint: é uma ferramenta operacional que descreve a natureza e as características da interação do serviço em detalhes suficientes para verificar, implementar e mantê-la;
- Mapa de atores: é um gráfico que representa o sistema de atores com suas relações mútuas. Ele fornece uma visão sistêmica do serviço e do seu contexto;
- Storyboard: é uma ferramenta de representação de casos de uso através de uma série de desenhos ou imagens, reunidos em uma sequência narrativa. O storyboard do serviço mostra a manifestação de todos os pontos de contato e as relações entre eles e o usuário na criação da experiência.
- Mapa do sistema: é uma descrição visual da organização técnica do serviço: os diferentes atores envolvidos, seus links mútuos e os fluxos de materiais, energia, informação e dinheiro através do sistema.
- A partir da análise dos dados coletados e organizados no *format* do Toolkit, com as informações das entrevistas e o resultado gerado pela aplicação das ferramentas, serão apresentados os resultados comparados ao período da construção em 2014 ao fim deste texto.

#### **4. Resultados**

De acordo com as informações obtidas com as entrevistas, ficou claro que a praça permanece fisicamente inalterada, mas deixou de ter seu papel inovador como sendo acessível aos diversos grupos interessados no espaço e sem as atividades culturais propostas pelos próprios usuários.

Em entrevista com Reck (2017), foi informado que as motivações iniciais eram: reapropriação urbana, empoderamento coletivo e sentimento de pertencimento. O objetivo

principal da iniciativa era ter um espaço público com atividades culturais onde as pessoas organizam os próprios eventos e cuidam do local. No entanto isso não ocorre mais devido a diversos fatores:

- Falta de controle por parte do poder público quanto a segurança local;
- Conflitos de visões: diferença entre comerciantes e o público externo;
- Ondas de violência: afastaram parte do público, diminuiu a frequência de passagem das pessoas;
- Falta de manutenção da praça: A Associação de Ciclistas do Alto Iguazu afirma que não imaginava que tivesse que assumir a manutenção após a etapa de construção da praça e nem a Prefeitura assumiu esse papel;

Foi relatado também que boa parte dos envolvidos com a construção da Praça em 2014 também estavam engajados em outros projeto similares, a Praça da Gilda, que compartilhavam as mesmas motivações que a Praça de Bolso. No entanto um desentendimento durante uma ação na construção dessa praça fez com que os voluntários abandonassem o projeto e perdessem interesse em continuar. O que ressalta a importância das motivações pessoais e de um bom relacionamento entre seus atores. Na figura 1 abaixo é possível ver a situação atual da praça, é possível ela sendo usada como espaço de estar e encontro pelos indivíduos passantes.



**Figura 1 - Atual estado da Praça de bolso do ciclista. Fonte: elaborado pelos autores.**

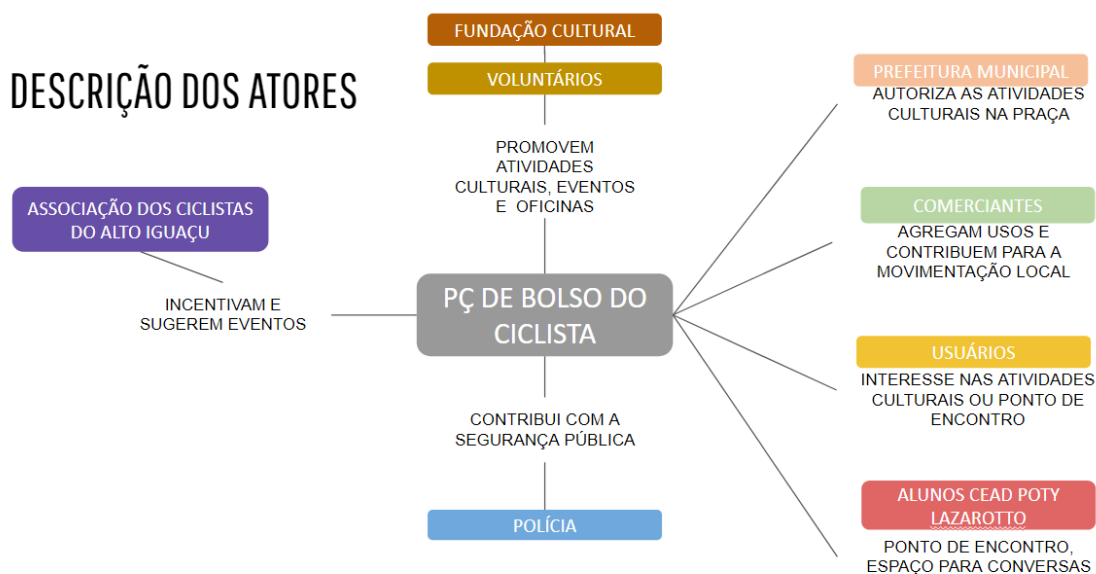
De acordo com Fernando Rosenbaum, ativista da Associação Ciclo Iguazu que foi um dos participantes da iniciativa em 2014, “a construção da praça começou como um movimento anárquico”, sem nenhum partido, nem interesse de uma organização específica. E foi um movimento de reapropriação urbana inspirado por interesses por bicicleta e



Jardinagem. Ele também afirma que: “A construção da praça em si trouxe grande movimento popular, e logo após bares se instalaram na Rua São Francisco e daí as próprias pessoas criaram atividades culturais na praça.”

Com o passar do tempo houveram ondas de arrastões e violência com frequentes batidas policiais, que fugiram do controle do poder público. E consequentemente, a Prefeitura cancelou as atividades culturais na praça.

Recentemente houve interesse por parte da Fundação Cultural de Curitiba em realizar atividades na praça e então foi criado então o Domingo de bolso, com ações variadas na praça que acontecem a cada 3º Domingo do mês. A Fundação Cultural assumiu algumas responsabilidades sobre os eventos que acontecem, mas ainda assim funciona como usuária da praça e não faz nenhum tipo de manutenção no espaço. O Mapa de Atores da figura 2 abaixo tem a função de descrever e relacionar os envolvidos na iniciativa de forma mais clara.



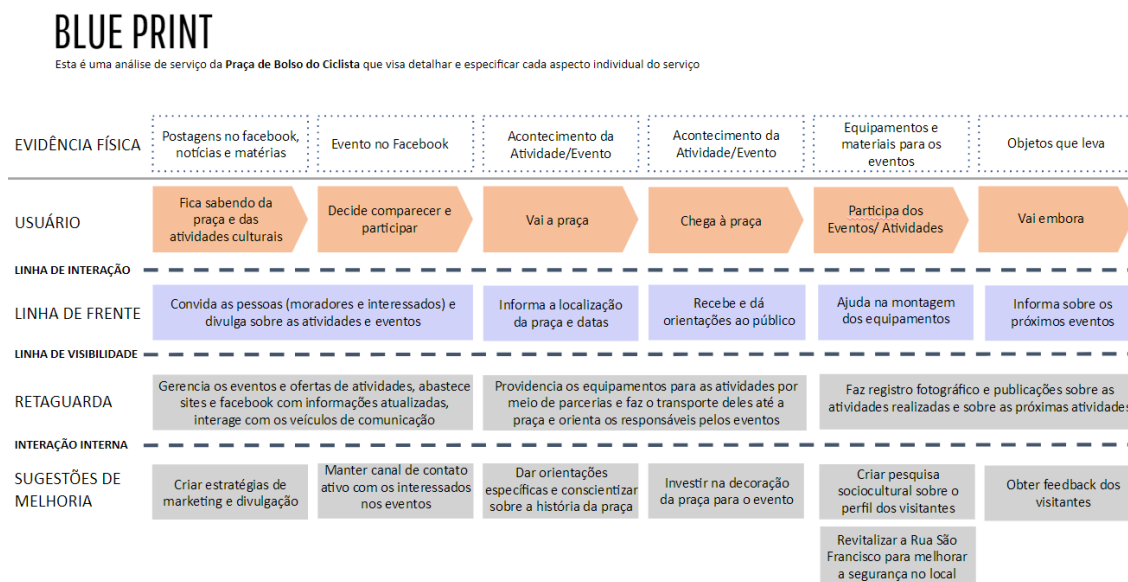
**Figura 2 - Mapa de Atores. Fonte: elaborado pelos autores.**

A Praça é um local de público extremamente diverso, os usuários variam de acordo com o horário e o dia da semana. Frequentada desde jovens que trabalham ou estudam nos arredores até famílias que iam aos eventos culturais. Como observado na Figura 2, os alunos do colégio são os usuários mais frequentes da praça e os comerciantes se beneficiam do público com as atividades desenvolvidas ali e têm o potencial de contribuir para a movimentação do local. A Associação dos Ciclistas do Alto Iguaçu corresponde a

entidade que liderou a construção do espaço em 2014, uma organização sem fins lucrativos que visa fomentar a cultura da bicicleta como meio de transporte em Curitiba e região metropolitana. Atualmente ela deixou de usar o espaço devido à insegurança do local e à proibição das atividades culturais propostas pelo público. A Polícia atualmente tem um importante papel de dar suporte à segurança pública durante as atividades na praça. A Prefeitura Municipal de Curitiba foi quem autorizou o projeto da construção da praça em 2014 e cedeu o uso do terreno para o fim específico.

Em 2014, qualquer voluntário podia propor atividades na praça e organizar os eventos, atualmente a Fundação Cultural é a única autorizada pela Prefeitura a exercer esse papel sem burocracia.

Buscando entender melhor a experiência do usuário da praça durante os eventos, utilizamos a ferramenta de Blue Print de Serviço da Praça, como se verifica na Figura 3 abaixo. Nessa análise observa-se que após a construção da praça em 2014, os principais serviços são relacionados ao suporte dos eventos e atividades culturais desenvolvidos ali, e que o Facebook é um grande aliado nesse processo, substituindo tarefas que antes envolvia várias pessoas.

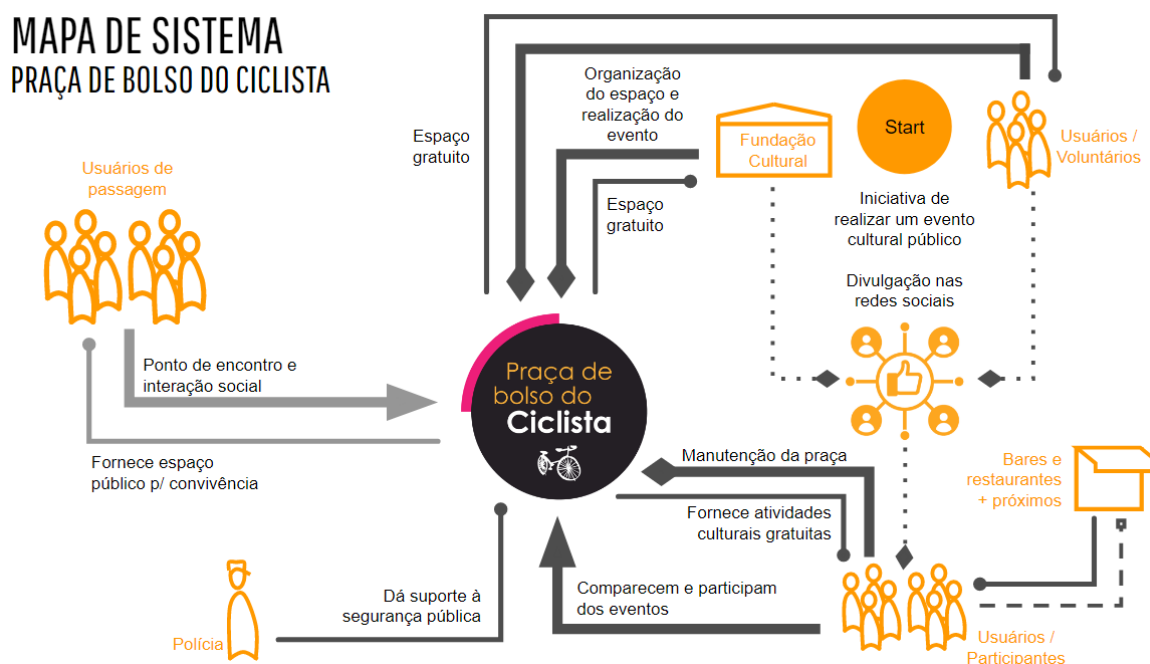


**Figura 3 - Blueprint. Fonte: elaborado pelos autores.**

Como melhorias, propomos a criação de estratégias de marketing e divulgação mais eficientes, mesmo dentro da página do Facebook. E divulgar melhor a história da praça que foi algo pontuado como deficiência pelos entrevistados: “Quem usa a praça não conhece a história da praça” (ROSENBAUM, 2017). Outro ponto importante obter um feedback

direto das pessoas durante os eventos, para isso elaborar uma pesquisa sociocultural para identificar o perfil dos visitantes da praça para propor eventos mais significativos e uma melhor experiência aos usuários.

Outra ferramenta de análise adotada foi o Mapa de Sistemas, como visto na Figura 4 onde ficaram evidenciadas as relações entre os atores e os locais de atividades, bem como os fluxos que os envolvem no desempenho da atividade. Destaca-se nesse mapa as relações da Fundação Cultural em organizar os eventos e especialmente das redes sociais (Facebook) em divulgar esses eventos, atraindo voluntários para trabalhar e usuários interessados em participar dos eventos. Os usuários de passagem aparecem com flechas secundárias para usufruir da Praça. E o trabalho da Polícia em dar suporte à segurança pública durante as atividades na Praça. Por esse mapa nota-se uma relação indireta da Praça com o comércio que apesar de usufruir financeiramente do público que frequenta o local, não contribui com a manutenção da Praça. O que deveria ser uma relação mútua, afinal a insegurança na Praça reflete diretamente na qualidade do entorno onde estão os bares e restaurantes e por sua vez no público que frequenta esses locais.



**Figura 4 - Mapa de Sistemas. Fonte: elaborado pelos autores.**

Por fim, apresentamos um Storyboard na Figura 5, criado para demonstrar o meio atual de propor alguma atividade cultural na Praça, que seria através da Fundação Cultural, já que as atividades não podem mais ser propostas diretamente pelo público como era em 2014 quando foi feita a última pesquisa sobre a Praça.



**Figura 5 - Storyboard. Fonte: elaborado pelos autores.**

## Referências

- BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CALDEIRA, Júnia Marques. Praça: território de sociabilidade – uma leitura sobre os processo de restauração da Praça da Liberdade em Belo Horizonte. 1998. 214 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.
- CHAVES, Liliane Iten; FONSECA, Ken. Design Para Inovação Social: Desafios Na Oferta Da Disciplina. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/6747>>. Acesso em 29 jan. 2018.
- CLOUTIER, Julie. Les Cahiers du CRISES Collection Études théoriques. Qu'est-ce que l'innovation sociale? Québec: 2003
- DESIS NETWORK. Disponível em: <<http://www.desisnetwork.org>> Acesso em 16/12/2017.
- MANZINI, Ézio. Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. (Cadernos do Grupo de Altos Estudos; v.1).
- MURRAY, R.; CAULIERGRICE, J.; MULGAN, G. (2010); The Open Book of Social Innovation. London, NESTA/The Young Foundation. Disponível em: <[www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the\\_open\\_book\\_of\\_social\\_innovation](http://www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the_open_book_of_social_innovation)>. Acesso em: 16/12/2017.
- RECK, Yasmin. Entrevista: participação na Praça de Bolso do Ciclista. [16/12/2017]. Entrevista concedida a Victor Lucas e Gabriel Pasetti.
- ROSEMBAUM, Fernando. Entrevista: fundação e participação na Praça de Bolso do Ciclista. [16/12/2017]. Entrevista concedida a Victor Lucas e Gabriel Pasetti.
- TASSI, Roberta. tool description. Disponível em: <<http://www.servicedesigntools.org/tools>> Acesso em 16/12/2017.