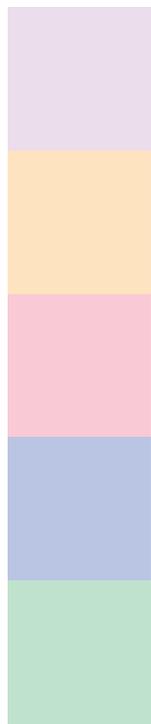


II Jornada de Estudos Avançados em Design Estratégico: caderno de textos completos

Ione Bentz, Danielle Difante Pedrozo e J. B. Alves (org.)



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN
Campus UNISINOS Porto Alegre

<https://unisinobr/seedingleab/jornada>

II Jornada de Estudos Avançados em Design Estratégico: caderno de textos completos

Ione Bentz, Danielle Difante Pedrozo e J. B. Alves (2019) (org.)

ISBN: 978-85-98396-16-3

O presente trabalho foi realizado com apoio da
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível
Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.



Programa de Pós-Graduação em Design
Grupo de Pesquisa Design Estratégico para Inovação Cultural e Social

II Jornada de Estudos Avançados em Design Estratégico
Caderno de Textos Completos
1º Edição

Coordenação Geral:
Prof. Dr^a Ione Bentz

Comissão organizadora:
Danielle Difante Pedrozo
J. B. Alves

Universidade do Vale dos Sinos - Unisinos
Porto Alegre
2019

Índice

Apresentação	01
(Fátima Aparecida dos Santos)	
Design e fenomenologia: um exercício de aproximação	03
(Ágata Morena De Britto)	
Design estratégico como abordagem para criação de sentido	08
por meio de processos colaborativos (Alessandra Dias Guglieri)	
Reflexões sobre o processo de projeto no Design Estratégico	13
(Danielle Difante Pedrozo)	
O ativismo de design por meio de organizações colaborativas	17
de moda (Deise da Luz Santos)	
Possíveis contribuições do Design Estratégico a uma possível	22
comunidade criativa (Gustavo Berwanger Bittencourt)	
O Design Estratégico como abordagem projetual	28
para o mundo da Internet das Coisas (Marcia Regina Diehl)	
Considerações sobre alguns temas de Design Estratégico	34
(Ione M. G. Bentz)	

Apresentação

Doutora Fátima Aparecida dos Santos*

Nos dias 12 e 13 de junho de 2018, ocorreu no campus da Unisinos, na cidade de Porto Alegre, a *II Jornada de Estudos Avançados em Design Estratégico*. Evento conciso, no qual diversos pesquisadores mestrandos, mestres, doutorandos e doutores estiveram reunidos a fim de comunicar suas pesquisas, discutir, ouvir e trocar informações sobre o campo do Design.

Foi com um misto de satisfação e responsabilidade que aceitei primeiramente participar como convidada externa desses dois intensos dias de trabalho e, com a mesma sensação, recebi o convite para escrever a apresentação deste caderno.

Pensar design estratégico às portas da terceira década do século XXI é um exercício necessário e hercúleo porque estamos ainda na busca da construção do que é design como campo de conhecimento. Sabemos que embora pareça ser natural dos processos mentais organizar e sistematizar informações e objetos, construir e produzir artefatos, precisamos ainda refletir sobre essas práticas, encontrar os melhores processos e caminhos, organizar objetos e informações de modo que elas componham harmonicamente com os seres humanos.

É importante lembrar que há duas décadas atrás não existia no Brasil nenhum programa de pós-graduação que se ocupasse especificamente da pesquisa em Design. Sabemos que os primeiros cursos superiores no país datam da década de 60 do século XX. Portanto, sistematizar conhecimento em design é um fazer muito jovem se comparado a outras áreas de pesquisa. Assim, todas as contribuições científicas, todos os esforços investigativos somam forças no projeto de construção desta ciência social aplicada.

E é exatamente como ciência social aplicada que o design realiza a sua contribuição para a construção de conhecimento. Constrói-se em um entrecruzamento de saberes e sensibilidades que vão desde a matemática pura até a sociologia, a estética e a arte.

Os pesquisadores em design fazem uma pesquisa de borda, de contato, de mediação e tradução por excelência. Tal lugar por vezes nos reserva apenas uma função de glosa, de dicionário, de tradução e aplicação de um conhecimento para o design e vice-versa. Por isso é preciso romper com esse lugar, como salientou-me a querida professora Ione Bentz em uma das ocasiões em que nos encontramos. Ione com seu olhar apurado, crítico mas ao mesmo tempo generoso, observou a apresentação da minha pesquisa e me disse que eu deveria atentar mais para o meu lugar de fala, saber quais eram os pares que estavam ali e que me ouviam. Lembrou-me que o design enfrentaria neste século a mesma tarefa realizada

pela comunicação nas décadas de 20 e 30 do século passado, ou seja, a missão de consolidar-se como área de conhecimento capaz de dialogar com as ditas ciências duras e ciências sociais.

Ainda caminho lentamente na construção da minha contribuição para o Design e espero passar adiante o mesmo olhar, a mesma atenção e generosidade que professores como a Ione ainda hoje me passam. Sei que tenho muito a trabalhar, mas agradeço imensamente a chance de poder ter contribuído com olhos de criança para as pesquisas apresentadas na *II Jornada*.

No caso do design, existe ainda a necessidade de produzir conhecimento e crítica sobre o exercício de modelar o ambiente em que vivemos. De certa forma, entendi o design como um materializador de subjetividades e um provocador de pensamentos a partir de visualidades e da proposição material do mundo.

Assisti durante os dois dias a apresentação de diversas pesquisas em diferentes estágios. Algumas eram ainda projetos iniciais tasteando rumos e buscando a pergunta certa para ser respondida. Outras investigações já estavam mais avançadas e tinham contribuições dignas de uma publicação. Assim os organizadores deste livro encontraram os sete textos que representam os enfoques abordados no encontro.

Certamente que o Design Estratégico permeou toda a discussão, mas foram trazidas também reflexões e abordagens relacionadas às artes, à fenomenologia, à teoria do conhecimento, à semiótica e a filosofia. Além disso, questões desafiadoras como os cenários futuros, a internet das coisas, os processos coletivos de criação, o ativismo político e social também foram abordados.

No texto **Design e fenomenologia: um exercício de aproximação**, vemos o trabalho da pesquisadora Ágata Morena de Britto que busca entre outras coisas compreender como os processos de design relacionam-se com os modos de inferência dedutivos e indutivos, mas são por excelência processos abduativos que dizem respeito aos modos de raciocinar e de relacionar elementos de forma inovadora. Ágata Morena consegue relacionar de modo crítico aspectos da fenomenologia, apoiados em Peirce e Ponty, com os métodos e processos do design.

Em **Design Estratégico como abordagem para criação de sentido por meio de processos colaborativos**, acompanhamos a pesquisa de Alessandra Dias Guglieri. Ela perpassa questões hodiernas como a relação entre o pensamento sensível e poético e a necessidade de mensurar dados por meio de processos criativos e colaborativos. Podemos ainda refletir junto com Guglieri

* Designer, semiótica, professora, diretora do Instituto de Artes da Universidade de Brasília (UnB).

sobre a formação de redes de colaboração, os aspectos inovadores deste circuito e ainda o modo como tudo isso gera sentido para a coletividade.

Danielle Difante Pedrozo aborda os tipos de percurso que podem ser seguidos em **Reflexões sobre o processo de projeto no Design Estratégico**. Ela traz a questão do método de design e suas ferramentas, a relação com as várias possibilidades e visões epistemológicas que podem ser envolvidas nos processos de design. Salienta que o designer não faz o processo para inovar mas é capaz de inovar por construir seu próprio processo. Assim, em Reflexões sobre o processo de projeto no Design Estratégico, Danielle Pedrozo nos interroga sobre a consciência da inovação e desta enquanto estratégia genuína que percorre o fazer design.

A pesquisadora Deise da Luz Santos aborda de forma crítica **O ativismo de design por meio de organizações colaborativas de moda**, encontra lugar na investigação inspirada na etnografia reflexiva de Massimo Canevacci questões como sustentabilidade, ecossistemas urbanos, a relação moda e arte e o modo como é possível gerar engajamento, pluralidade e auto representação das pessoas pertencentes aos territórios ativadas e estudados.

Aliás, chama atenção a amplitude das investigações com o tema criatividade coletiva. O grupo de pesquisadores do Programa de Pós-Graduação em Design Estratégico da Unisinos certamente contribui para a compreensão das possibilidades de abordagens do tema criação, criatividade e inovação. Não se trata de um gancho apenas para considerar o ímpeto artístico, mas sim para a compreensão do conceito de criatividade como aquele aspecto sensível capaz de disparar uma solução inovadora, ainda não abordada, para questões que envolvem a sociedade e o viver das mais diferentes formas. Um exemplo disso é a pesquisa realizada por Gustavo Berwanger Bittencourt intitulada **Possíveis contribuições do Design Estratégico a uma possível comunidade criativa**.

Berwanger busca compreender o processo de formação, ativação e ação de comunidades de pessoas relacionadas a portadores de doenças raras. Tal comunidade surge por processos de emergência auto-organizados a despeito do poder público. De modo estratégico e inovador essas comunidades buscam soluções e compartilhamento de conhecimentos que podem auxiliar na compreensão de doenças raras. O design na pesquisa de Berwanger situa-se exatamente nas formas e modos de organização, nos dispositivos criados por essas comunidades para partilhar experiências e aprendizagens bem como, de certa forma, criar visibilidade para situações por vezes negadas e escondidas pelo poder público.

Em 1993, no meu primeiro ano como estudante de design, ouvi curiosa uma palestra do professor Wilson Azevedo, autor do livro O que é Design. Ele falou entusiasmado durante minutos sobre a possibilidade de um código que seria transmitido por telefone/ internet e permitiria imprimir do outro lado da linha ou do mundo

uma cafeteira ou um prato. Naquele tempo, isso era apenas um exercício de cenário futuro para o design. Hoje a complexidade dos códigos, a imersão ubíqua, a conectividade em tempo integral já são realidade, entretanto falta-nos ainda conseguir nos alfabetizarmos em face a quantidade de códigos, informações e ações possíveis neste mundo digital.

Por fim, Marcia Regina Diehl aborda justamente o aspecto estratégico a ser explorado pela Internet das Coisas. O texto perpassa questões que vão desde a ética desses novos processos e projetos até o impacto naquilo que a autora chama de ecossistema sócio-técnico. Não são desprezadas questões como a segurança de informações, o consumo de energia e outros desafios. Diehl estabelece no texto **O design estratégico como abordagem projetual para o mundo da internet das coisas** interessantes pontos relacionados ao estado da arte do tema, contrapondo investigadores entusiastas e outros temerosos em relação a potência dessa conectividade em tempo integral potencializada pela produção codificada de artefatos e condução de informações.

Encerro aqui a minha tarefa de apresentar este volume desejando que os textos aqui presentes despertem nos leitores a chama da pesquisa e auxiliem na compreensão não apenas do que é Design Estratégico mas na urgência e necessidade desse fazer para a construção de uma sociedade mais harmônica e justa.

Design e fenomenologia: um exercício de aproximação

Ágata Morena De Britto*

Resumo: Este texto apresenta um espaço de relação entre o ponto de vista epistemológico da fenomenologia e o design como fenômeno criativo. A fenomenologia, corrente filosófica, teve início oficialmente na virada do século XIX e XX, a partir da teoria desenvolvida por Husserl. Essa teoria foi constituída como uma oposição ao pensamento anglo-saxão vigente. Ela aqui é considerada como um ponto de partida para o desenvolvimento de uma visão de mundo, chamada, até o momento, de fenomenologia abduativa não ocidental.

Palavras-chaves: Design. Fenomenologia. Epistemologia. Abdução.

Introdução

O que é a fenomenologia? Qual a sua relação com o design? Pois bem, o termo fenomenologia é utilizado, amplamente, com sentidos variados e pretende-se evidenciar algumas formas de pensá-lo. Espera-se encontrar um percurso de projeto de pesquisa em design, a partir dessa epistemologia.

A corrente filosófica fenomenologia teve início na virada do século XIX e XX, a partir da teoria desenvolvida por Husserl. Essa teoria foi constituída como uma oposição ao pensamento anglo-saxão vigente. Ela se contrapôs ao positivismo científico e ao pensamento operante da época, para o qual os objetos existiriam de forma independente da percepção do sujeito e naturalizada. A rejeição ao naturalismo como um pensamento estático, cristalizado e ideológico deu-se pela busca da emancipação do indivíduo como sujeito ativo. Esse pensamento ecoou em teorias desenvolvidas ao longo do século XX, e se consolidou em formas bastante distintas, de acordo com a corrente que as fundamentam.

Outro aspecto da epistemologia em questão é que a fenomenologia busca o exercício da dúvida. Ela se sustenta em descobertas de verdade provisórias da consciência e, não, em verdades permanentes. A consciência é um ponto-chave para esta teoria, pois, para ela, o fenômeno é visto como aquele processo, como aquele ato que aparece para a consciência do sujeito. Portanto, a sua premissa é estudar as estruturas da consciência do ponto de vista da primeira pessoa, visto que só existe um objeto, se existir também um sujeito para percebê-lo.

No design, existem aproximações dessa epistemologia operadas das mais diversas formas e com objetivos bastante variados. O filósofo Vilém Flusser parece um bom ponto de partida. Ele parte da fenomenologia como ontologia, no sentido heideggeriano, para desenvolver uma filosofia do design em “O mundo codificado”.

A fenomenologia é o modo de acesso daquilo que deve tornar-se o tema da ontologia; ela é o método que permite determinar este objeto legitimando-o. A ontologia não é possível senão como fenomenologia. Por aquilo que se manifesta, o conceito fenomenológico de fenômeno visa o ser do ente, seu sentido, suas modificações e suas derivações (Heidegger, 1964, p.35).

A fenomenologia é tratada por Flusser como o discurso manifestador do fenômeno. Ela percorre o seu texto e se mostra como maneira de discutir e desvelar a realidade ali tratada, no caso, o design. Para Flusser, o design entra em uma brecha do universo moderno dividido entre dois mundos: de um lado, o mundo científico, quantificável, “duro”, e, de outro, o mundo das artes, estético, qualificador, “brando”. Segundo ele, o design consegue construir uma ponte entre a arte e a técnica, para o bem e para o mal da humanidade (Flusser, 2007, p. 183).

Ainda no que se refere à filosofia do design no Brasil, sob um ponto de vista fenomenológico, podem-se citar os trabalhos de Marcos Namba Beccari (2012, 2015), tanto em sua dissertação de mestrado, quanto em sua tese de doutorado. Na dissertação, o autor parte da fenomenologia de Hessen (2012) para constituir uma conexão entre o design e o estudo do imaginário. Essa aproximação permite ao autor conceituar o design como articulação simbólica. Na tese, Beccari parte desse conceito de design e segue com a fenomenologia, mas de forma não estrita. A junção da noção de sujeito e objeto que o autor faz não seria possível de um ponto de vista estritamente fenomenológico (Beccari, 2015). Assim, ele relaciona a tragédia de Nietzsche com a fenomenologia aplicada a uma filosofia da vontade e da ação de Paul Ricoeur.

Outro trabalho encontrado com aderência à perspectiva da fenomenologia como ontologia, é o artigo publicado por Eduardo Camillo K. Ferreira. Nesse artigo, o autor pretende desenhar um panorama do estado da arte entre design e fenomenologia. Ele se pauta pela fenomenologia de Husserl para constituir o seu pensamento e, no texto,

* Doutoranda PPG Design Unisinos. Orientadora: Doutora Karine de Mello Freire.

defende que a fenomenologia possui quatro abordagens distintas na área do design. A primeira é chamada de hermenêutica, por estar centrada na experiência do usuário, e por ser tratada como ferramenta para descrever tais experiências; a segunda, de viés cognitivo e perceptivo, a percepção fenomenológica do corpo é utilizada como insumo de projeto; a terceira, de cunho metodológico, se apropria do método desenvolvido pela escola filosófica, em detrimento da visão de mundo; e a quarta, apresenta-se como base filosófica para constituir uma epistemologia do design, abordagem com a qual o autor se identifica (Ferreira, 2016, p. 98).

Por fim, ao pesquisar os anais dos Congressos de Pesquisa e Desenvolvimento em Design – P&Ds, encontram-se poucos trabalhos que se referem à fenomenologia. Um dos encontrados é o de Bandeira e Rocha (2014). Os autores assumem a fenomenologia como método de investigação do design de experiências. O artigo em questão parece se encaixar entre a primeira e terceira abordagem, tratada por Ferreira (2016), nas quais a fenomenologia é aplicada como ferramenta para descrever a experiência do usuário e como metodologia. O dilema de tal trabalho não está no fato de utilizar a fenomenologia como ferramenta, mas de propor um distanciamento entre a visão de mundo defendida pela escola filosófica da perspectiva pragmática e a funcionalista, desenvolvida pelos autores em artigo apresentado no 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.

Os textos acima citados não pretendem expor ou resumir a realidade da área, mas são alguns exemplos da diversidade de compreensão do design ao se relacionar com a epistemologia em questão. Além disso, o texto, até então, procura situar o leitor na discussão e apresentar uma reflexão. Ela contempla, além do dilema epistemológico, uma noção implícita de design como fenômeno criativo, resultado de uma atividade humana intencional. Com isso, distancia-se, não de maneira excludente, da noção, que aqui parece redutora, de design como campo ou atividade profissional específica.

Como suporte à construção teórica, elaborou-se um exercício fenomenológico. Ele está escrito com trechos em primeira pessoa do singular, pois não teria sentido escrevê-lo a partir do apagamento do sujeito textual.

A feijoada e a intuição de uma fenomenologia abduativa não ocidental

Ao prepararmos uma feijoada, a construímos a partir de uma rede de relações e experiências que nos permitem produzi-la. Da mesma forma, quando comemos uma feijoada, a nossa percepção do preparo é recheada de associações que se originam em e, poderíamos tecer uma complexa rede de relações que constituem a sua existência.

O ato de criação da feijoada conecta o imaginário com a experiência. O seu “projetista” deve escolher como será preparada, com que tipo de carne, com qual feijão e quais serão os ingredientes aromáticos. Deverá ser feita como ele aprendeu com sua avó, ou da forma como viu fazer, no último programa de cozinha que assistiu na televisão? Será servida com couve? Haverá fatias de laranjas para acompanhar? E o arroz? Quantos serão os convidados a provar a feijoada? Será que todos comem carne?

Se nos detivermos na escolha das carnes, outras questões se põem: Quais serão os pedaços de porco utilizados? Qual será o fornecedor de carne? Será o supermercado da esquina, um açougue especializado em carne suína, ou o porco que foi abatido no sítio de sua família? Por fim, ele escolhe a carne de porco abatida no seu sítio. Este animal, ele conheceu e, por isso, sabe como foi a sua alimentação e foram curados os pedaços que precisa para a preparação de sua feijoada.

No momento de prepará-la, o projetista deve providenciar todos os ingredientes e organizar a sua estratégia de ação. Esse momento marca a materialização deste fenômeno feijoada como experiência sensorial. O cozinheiro, nesse momento, depara-se com a condição perceptiva na qual produz a feijoada pela conexão dos seus sentidos e de sua mente. O barulho da couve sendo refogada fala com ele e anuncia o ponto de cozimento. A espessura do caldo do feijão pode ser testada pelo tato, ao entrar em contato com a boca, ou pela visão, ao ver o caldo escorrendo pela colher. O ponto das carnes pode ser identificado pela visão e pelo tato, ao sentir a carne desfiar ao toque de um talher. Em todos esses momentos, o cozinheiro conecta o seu preparo com as tantas outras vezes que já o elaborou, que já degustou uma feijoada, ou mesmo com as outras ocasiões em que preparou algo que o inspirou, de alguma forma, para esse preparo.

Já o sujeito que degustará a feijoada leva para a mesa a sua condição perceptiva atual e, inclusas, as percepções de tantas outras feijoadas que provou. Se começarmos a descrever uma feijoada mentalmente e a imaginar todos os seus elementos, diversas imagens de experiências anteriores virão a nossa mente. Ao mesmo tempo, se começarmos a descrever alguns elementos do preparo como, por exemplo, reconhecemos a suculência das laranjas frescas descascadas e fatiadas, a crocância da farofa com bacon que acompanha o prato, a consistência do caldo de feijão preparado com diversas carnes, o paio cortado em fatias, a costelinha de porco defumada descolando do próprio osso. Muitas vezes, conseguimos estimular a nossa percepção apenas ao descrever tal experiência. Ao imaginá-la, as papilas gustativas já se preparam para o banquete e a boca começa a salivar.

Tudo o que foi acima descrito faz parte do fenômeno da feijoada. Isso implica, no preparo e na degustação, tanto

pela mente como pelo corpo, de maneira indissociável. Esse exercício de descrição do fenômeno não estabelece distinção entre aquilo que é imaginado, aquilo que é exclusivamente produto da mente, e as experiências vividas pelo corpo fenomenologicamente. A elaboração de tal exercício teve a intenção de explorar um ponto de partida epistemológico na construção de um método ainda em construção. Sob esse ponto de vista, intenção significa colocar-se diante do fenômeno e se permitir preenchê-lo por sua presença. Obtém-se, então, uma conexão entre aquilo que é percebido e a mente, da qual provém a intenção. Assim, esse texto apresenta a intuição de uma fenomenologia. (Fragata, 1955) e faz da narrativa do fenômeno da feijoada uma maneira de ver o mundo e descrevê-lo. Em um primeiro momento, como ponto de partida, denominarei essa perspectiva de *fenomenologia abdutiva não ocidental*.

A curiosidade pela fenomenologia surgiu a partir das leituras apresentadas em aula, em especial, do texto de Fragata (1955), sobre a fenomenologia de Husserl. Essa primeira conexão despertou meu interesse e minha surpresa ao vislumbrar uma epistemologia que busca explorar a instância do sensível que precede a racionalidade. Husserl defendeu que a racionalidade apaga os sentidos com os quais percebemos o mundo. Essa visão abre a possibilidade para explorar toda a sensibilidade que o corpo permite e, com isso, buscar a essência do fenômeno. Esse foi o ponto de partida. É uma crítica sobre a forma como a ciência ocidental interpreta o mundo e sua dita racionalidade, para a qual o homem é o centro de tudo. Por um lado, Husserl critica as noções kantianas de racionalidade, mas, por outro, defende Descartes e, inclusive, chama a sua fenomenologia de cartesiana – o que fez surgir o primeiro impasse com a filosofia de Husserl.

Husserl, por seus escritos, parece ter sido um grande admirador da obra de Descartes. Um de seus últimos livros, *Méditations cartésiennes: Introduction à la phénoménologie*, publicado pela primeira vez em 1931, é uma homenagem ao pensador francês. Inclusive, nesta ocasião, ele chama a sua fenomenologia de neo-cartesiana. Defende que o seu trabalho é um desenvolvimento radical dos métodos cartesianos e, pela mesma razão, também precisou rejeitar praticamente todo conteúdo doutrinário da filosofia cartesiana (Husserl, 1969).

As provocações despertadas pela fenomenologia de Husserl fizeram-me trilhar um caminho de descobertas e explorações epistemológicas. Husserl foi capaz de provocar tanto admiração, quanto indignação. Ele desenvolve uma filosofia que pretende romper com a noção de racionalidade defendida por Kant e, com isso, integrar a subjetividade e o mundo vivido ao ponto de vista científico. No entanto, a minha impressão foi de que Husserl esbarrou no próprio projeto e, a partir da sua

teoria do mundo vivido e do fenômeno, apenas conseguiu teorizar e abstrair sobre o tema. Parece que ele abriu o horizonte da ciência social para a experiência, mas, no entanto, não conseguiu aplicar na prática a sua filosofia. Tornou-se uma filosofia ainda mais abstrata do que aquelas que tanto criticava.

Por essa impressão e pela intuição de que a fenomenologia trazia algo de diferente e criativo, continuei as buscas e a imersão na fenomenologia. Neste momento, fui presenteadada com um livro de Francisco Varela no qual ele defende e valoriza a fenomenologia, e a reconstitui a seu modo. Varela inspira-se na fenomenologia de Merleau-Ponty, que procurou explorar os principais pontos de contato entre ciência, experiência e mundo, além de acentuar a importância do exame direto da experiência, de um modo radicalmente novo (Varela, 1992).

Para Varela (1992), Husserl foi o primeiro a dar um passo em direção a uma forma diferente de fazer ciência, voltada para a experiência. Para ele, ao compreendermos o conhecimento, não devemos tomar o mundo em sentido ingênuo, mas temos de vê-lo marcado pela nossa própria estrutura. O problema, para Varela, foi que Husserl não transformou essa intuição em um método aberto. Mesmo assim, Varela defende que a fenomenologia era e é, por enquanto, a filosofia da experiência humana. A partir dessas reflexões, ele apresenta a sua fenomenologia pragmática não ocidental.

A sua pragmática não ocidental inspira-se no método budista de exame da experiência. Tem como princípios o não-Si mesmo – com a intenção de ajudar a compreender a fragmentação do Si mesmo, operada pela ciência ocidental – e o não dualismo entre o corpo e a mente, com o propósito de gerar uma reflexão corporificada e consciente que resulte uma atividade natural de co-implicação no mundo. Com isso, a atenção consciente interrompe o vazio mental, o estar inconscientemente co-implicado. Assim, atinge-se o propósito defendido pela fenomenologia. Com a leitura de Varela, meu olhar sobre a fenomenologia ampliou-se, e a curiosidade instituiu uma bifurcação no caminho: por um lado, a necessidade de conhecer a fenomenologia de Merleau-Ponty e, por outro lado, o questionamento sobre como explorar a sua junção com essa pragmática não ocidental.

A “Fenomenologia da Percepção”, principal obra de Merleau-Ponty, foi meu ponto de partida para conhecê-lo. Seu trabalho, interrompido pela morte precoce, foi devotado à tarefa de descrever a experiência do corpo com o máximo de precisão e proximidade. Sua principal influência foi a teoria da Gestalt, corrente da psicologia que investiga como a experiência nos chega como um todo, e não como uma entrada de dados separados. Para ele, o verdadeiro mistério da existência são os nossos atos do cotidiano e a maneira como nosso corpo e mente

se relacionam com o mundo, a partir da percepção. Essa é a principal contribuição da fenomenologia de Merleau-Ponty em relação à desenvolvida por Husserl, pois somos seres sensoriais, mesmo quando pensamos uma coisa ausente, como o exemplo da feijoada, referido anteriormente. Nossa mente constrói essa coisa imaginária com cores, formas, sabores, cheiros, sons e características (Merleau-Ponty, 2011).

Nesse período, também revisitei “O Mundo Codificado” (Flusser 2007). Ali, ele desenha diversos pontos de vista que se conectaram com as demais leituras já referidas neste texto. Em um de seus capítulos, descreve as diferenças entre a perspectiva ocidental e oriental, e como o design se constitui de forma diferente, conforme a sua origem geográfica e cultural. Flusser defende que o design oriental é puramente estético/experimental, ancorado na dissolução do eu, como se fosse uma espécie de imersão no não-eu – por exemplo, no papel, no pincel, na comida. Por sua vez, o design ocidental, centrado no humanismo, revela um homem que interfere no mundo. Ele argumenta que essas duas formas de ver o mundo e de fazer design podem e devem fundir-se uma na outra, e, dessa fusão, poderia surgir uma nova ciência e tecnologia. Em concordância com Flusser e Varela, é que penso a *fenomenologia abdutiva não ocidental*.

Na mesma medida em que as leituras eram simultâneas, os pensamentos entrelaçavam-se e, aos poucos, organizaram-se como um fluxo coerente. Varela também foi responsável por despertar a minha curiosidade pelo pragmatismo, sobretudo porque tentava entender como seria possível conectar esses pensamentos inicialmente tão opostos. Ao mesmo tempo, outros paradigmas se apresentaram na disciplina de métodos de pesquisa em Design do doutorado na qual eram exploradas diferentes vertentes epistemológicas. O momento em que estudamos o pragmatismo coincidiu com a leitura do Varela. Foi nesse instante que decidi explorar os escritos de Charles Sanders Peirce (1878), com a sensação de que a sua teoria – em especial o conceito de abdução – poderia ser um elemento significativo para a construção da minha proposta de abordagem epistemológica.

Quando estava explorando Pierce com o interesse na abdução, deparei-me com o artigo de Marcos Beccari sobre os “Seis eixos para uma filosofia do design” (Beccari *et al.*, 2017). Neste artigo, os autores propõem uma filosofia do design a partir de seis eixos. Pela natureza de minha pesquisa para o doutorado, que pretende explorar o processo criativo na conexão entre design e gastronomia, detive-me, especialmente, no eixo de design e conhecimento. Neste eixo, evidencia-se a exploração de um tipo de conhecimento que está ligado, ou que constitui, a atividade de design. Os autores questionam se haveria um conhecimento próprio do design. Na tentativa de pensar o design por categorias científicas, os autores

escolhem a abdução como forma de inferência. Essa escolha é interessante para a minha reflexão, visto que a abdução é o tipo de inferência associado à criatividade.

Inferência é uma proposição admitida como verdadeira em virtude da própria operação, neste caso, a abdução. Segundo Peirce (1975), esse tipo de inferência supõe algo de diferente do que diretamente observamos ou, mesmo, algo que seria impossível de ser observado. Além disso, ele valoriza essa operação por dar espaço à sensorialidade e à percepção do sujeito, diferentemente da indução, que é conduzida por hábitos. Enfim, para ele, a abdução diz respeito aos modos de raciocinar, e não ao tipo de investigação que está sendo conduzida.

Peirce, desde muito cedo em seus escritos, apresentava três modos de inferência (Paalova, 2012). Afirmava que, além da dedução e da indução, existia uma terceira forma básica de inferência. Ao longo de sua vida, mudou algumas vezes o termo que utilizava para descrever essa inferência, alternando nomes como hipótese, retrodução e abdução. Além disso, ao longo de sua carreira, mudou suas concepções e teorias no que se referia à abdução. Ele começou com a abdução como forma de evidenciação para, posteriormente, tratá-la como parte de um processo metodológico. A abdução é a primeira etapa investigativa que culmina na construção de uma hipótese. Depois dessa etapa, esta hipótese é explicada pela dedução e testada com a indução. Enfim, para Peirce, a abdução era uma forma de gerar novas ideias.

Ao final do artigo “Seis Eixos Para uma Filosofia do Design” (Beccari *et al.*, 2017), os autores fazem uma provocação sobre os principais desdobramentos de seu trabalho que não seria no sentido de estimular aplicações sistemáticas, mas de aprofundamento dos eixos e de suas conexões. E, como um dos objetivos deste estudo é aprofundar experiências nas quais a abdução permeie o processo de projeto, será possível melhor entender esse tipo de conhecimento e sua relevância para o design.

À guisa de exemplo, volto à feijoada. Se considero o fenômeno como experiência vivida composta por uma rede de conexões físicas, biológicas, culturais e sociais, como pesquisadora e sujeito, preciso mergulhar nele para compreendê-lo. E a descrição da feijoada pretende desvelar o fenômeno, ou seja, estimular a reflexão e o entendimento sobre o fenômeno em questão. Complementar a isso, aparece a abdução, principais instrumentos de pesquisa. Por essa razão, a episteme aqui apresentada não poderia ser chamada apenas de fenomenologia ou pragmatismo abduutivo. Ela pretende ser o resultado de uma conexão das duas visões, como um caminho do meio. É neste ponto que chegamos a outra parte do nome: não ocidental.

Para esse caminho que está começando tenho algumas intuições que pretendo seguir e tenho curiosidade, para

ver que outras bifurcações experimentarei. Uma delas é o interesse em conhecer as diferenças entre imanência e transcendência e a maneira como Merleau-Ponty as trata: ser-para-Si e o ser-no-Mundo. Outra curiosidade é a de que o não-Si, mesmo tratado por Varela, possa ser o complemento necessário para a prática de uma fenomenologia abduativa. O não-Si mesmo representa o não ocidental nesta episteme. Ele não é exclusivo, pelo contrário, ele inclui. Talvez fosse possível grafar não ocidental não com hífen, mas com parênteses. Mas, de qualquer forma, é assim que deveria ser considerado: como a inclusão de outras visões de mundo - que não apenas a da ciência hegemônica – como expressão da desejada pluralidade.

Refletir sobre o tema é a proposta deste texto. E é preciso admitir que considero o proposto aqui como provisório e incompleto, assim como qualquer fenômeno reduzido à medida em que é descrito. Ele deve ser lido como um ensaio, como uma tentativa de formular uma hipótese.

Referências

BANDEIRA, W.; ROCHA, C. (2014). A Fenomenologia como método de investigação do design de experiência. In: 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2014, Gramado. **Anais...** São Paulo: Blucher, 2014, p. 1167-1177. <http://dx.doi.org/10.5151/designpro-ped-00400>

BECCARI, M. N. (2012). *Articulação simbólica: uma abordagem junguiana aplicada à filosofia do design*. Curitiba, PR. Dissertação de Mestrado (Design), Universidade Federal do Paraná, 380 f.

BECCARI, M. N. (2015). *Articulações simbólicas: uma filosofia do design sob o prisma de uma hermenêutica trágica*. São Paulo, SP. Tese de Doutorado (Educação), Universidade de São Paulo, 180 f.

BECCARI, M.; PORTUGAL, D. B.; PADOVANI, S. (2017). Seis eixos para uma filosofia do design. *Estudos em Design. Revista (online)*, **25**(1):13-22.

FLUSSER, V. (2007). *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify.

FERREIRA, E. C. K. (2016). Primeiras notas para um olhar fenomenológico sobre o Design: fenomenologia do projetar e teoria da ação. *Revista Trágica: estudos de filosofia da imanência*, **9**(3):96-107.

FRAGATA, J. (1955). *A Fenomenologia de Husserl: Como fundamento da Filosofia*. Braga: Livraria Cruz.

HEIDEGGER, M. (1964). *L'être et le temps*. Paris: Gallimard.

HESSER, J. (2012). *Teoria do conhecimento*. 3ed. São Paulo: WMF Martins Fontes.

HUSSERL, E. (1969). *Méditations cartésiennes: Introduction à la phénoménologie*. Paris: J. Vrin.

MERLEAU-PONTY, M. (2011). *Fenomenologia da Percepção*. 4ed, São Paulo: WMF Martins Fontes.

PAAVOLA, S. (2012). *On the Origin of Ideas. An Abductivist Approach to Discovery. Revised and enlarged edition*. Saarbrücken: Lap Lambert Academic Publishing.

PEIRCE, C. S. (1878). How to Make Our Ideas Clear. *Popular Science Monthly* **12**:286-302.

PEIRCE, C. S. (1975). *Semiótica e Filosofia*. Octanny Silveira da Mota e Leônidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix e Universidade de São Paulo.

VARELA, F. J. (1992). *Sobre a Competência Ética*. Lisboa: Edições 70.

Design estratégico como abordagem para criação de sentido por meio de processos colaborativos

Alessandra Dias Guglieri*

Resumo: Os processos colaborativos possuem a característica habilitante (Manzini, 2017) de potencializar as capacidades individuais, e redefinir a cultura por meio de configuração de valor e geração de sentido. Tendo como base o agir coletivo, eles provocam rupturas nos sistemas, abrindo espaço para redefinição de culturais com potencial de promover micro revoluções organizacionais. O presente ensaio busca analisar como os processos colaborativos podem motivar a criação de uma nova ordem social, baseada na configuração de valor e criação de sentido coletivo.

Palavras-chaves: Design estratégico. Colaboração. Produção de sentido.

Introdução**

O design se desenvolveu como um conceito ligado ao ato de “criação estética e material, em uma perspectiva funcional, física, tangível e objetiva, envolvendo atividades técnicas, estratégicas e criativas, geralmente direcionadas à resolução de problemas” (Mauri, 1996). Permeado pela cultura industrial, sua prática determinava o campo de atuação do projeto com centralidade no produto e seus atributos utilitários. Como disciplina crítica, seu conceito recebeu contribuições das áreas de Engenharia, Arquitetura, Ciências Sociais e Humanas, para evoluir a uma visão que contempla a aplicação prática que abrange a construção de sentido, a atuação estratégica e a concepção de propostas que promovam transformação social.

O estabelecimento de diálogo com outras áreas de conhecimento provocou mudanças na elaboração de propostas na perspectiva de design, e com isso emergiu também uma nova cultura de projetos que considera não só os fatores materiais, mas também os componentes imateriais e as relações estabelecidas pelos atributos simbólicos que constituem o projeto. Essa compreensão redefine a visão de projetar presente no design industrial para um olhar sistêmico que desloca o produto e seus atributos funcionais e estéticos de interesse central para sua contextualização como objeto interligado a condições culturais, sociais e econômicas. Nesse sentido, o conceito de design estratégico também volta o seu olhar para uma visão mais ampla e pode ser compreendido como uma abordagem metodológica para desenvolvimento de processos estratégicos, que possibilitam a análise de um contexto e a interpretação de suas estruturas de significado. Assim, atua não só em propostas para solucionar problemas, mas no seu reposicionamento ou reestruturação.

Com uma nova visão, surge também uma nova abordagem para o design que demanda estratégia para articulação de significados. O design que emerge nesse

contexto constitui-se como uma atividade focada em pensar processos criativos que integram componentes de produtos (materiais), serviços (imateriais), comunicação (relacionais), sociais (subjetivos) e culturais (simbólicos). Trata-se de um processo de articulação que acolhe componentes imateriais, invisíveis, para concepção de propostas que tenham valor percebido, ao perpassar por uma multiplicidade dos pontos de vista no âmbito sociocultural e econômico, de modo a estabelecer um diálogo que faça sentido a todos eles. De acordo com essa perspectiva, o design como atuação estratégica estabelece relação direta com a análise das relações e seus processos de construção de sentido, em organizações. E desdobra-se no âmbito da estratégia, processos e diálogos que compõem estas dinâmicas relacionais.

Ao acolher elementos intangíveis no processo de projeção, como se viu, os objetos das propostas de design transcendem a materialidade. Porém esta não é a única mudança que caracteriza a cultura emergente da disciplina, pois a transição de foco para a dimensão processual também provoca mudanças profundas neste campo de conhecimento. A desmaterialização dos objetos e a proposição de dispositivos sócio-técnicos que possibilitam a criação de novas visões de mundo são determinantes para pensar o design como estratégico. É nesse contexto, também, que os processos colaborativos e seus efeitos de sentido ganham importância.

Se é possível afirmar que a ciência oferece os insumos para criação de conhecimento através de dados mensuráveis e a arte estabelece relações para o pensamento sensível, o design será tratado, aqui, como um campo de conhecimento que permite o pensamento estratégico em um contexto complexo, por meio de processos criativos baseados em colaboração, para resultar em configuração de valor e criação de sentido.

Design estratégico, processos colaborativos e produção de sentido

* Mestranda PPG Design UNISINOS. Orientadora: Doutora Ione M. G. Bentz.

** O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Em um mundo em transição, a discussão sobre a criação de bens, serviços e experiências como resolução de problemas e necessidades desloca-se para um olhar cuidadoso sobre as dinâmicas relacionais e sobre a expressão de valores simbólicos, com o objetivo de realizar propostas que façam sentido às organizações. Potencializado pelo surgimento de redes sociais e tecnológicas distribuídas, um novo sistema socioeconômico se configura, trazendo consigo também novas demandas sociais, por vezes claramente identificadas, por outras de natureza complexa – ou seja, de difícil compreensão, determinação ou redução.

O design estratégico, nesse contexto, dirige seu foco não somente para reestruturação de processos criativos que lidem com a complexidade e a multiplicidade de perspectivas oriundas de diferentes atores, mas também para o desafio de redefinir problemas, articulando diferentes visões para provocar uma visão crítica sobre os desafios. Frente a essa mudança disciplinar que caracteriza o contexto contemporâneo, a natureza dos resultados e/ou soluções oferecidos pelo design ganham importância secundária em relação à dimensão processual. Esta destaca-se por constituir-se de “processos criativos praticados por relações ecossistêmicas que envolvem os designers, os demais profissionais da indústria criativa, os cidadãos e o tecido organizacional e institucional, de modo abrangente” (Franzato *et al.*, 2015).

Ao abrir espaço para múltiplas colaborações, torna-se também necessária uma evolução dos métodos projetuais, principalmente no que diz respeito à articulação das relações entre os atores para repensar a sociedade, projetar mudança e empreender em realizá-la (Franzato *et al.*, 2015). A colaboração entendida como o ato de trabalhar em conjunto com alguém para alcançar algo, tem o seu valor realçado e integra a base dos processos criativos contemporâneos, focados na criação de visões compartilhadas. Na perspectiva de Manzini (2017), tal conceito não está limitado apenas por iniciativas constituídas por estruturas horizontais dentro de grupos populares, como muitas vezes está presente no imaginário coletivo, mas é caracterizado pela capacidade de estender as relações estabelecidas para todas as direções possíveis. Segundo o mesmo autor, tais grupos sociais surgem em um contexto de hiperconexão e se unem de forma colaborativa, não somente para alcançar resultados específicos, mas para produzir benefícios sociais, econômicos e ambientais. Além disso, caracterizam-se também pela liberdade de escolha dos indivíduos, em relação à permanência e atuação em grupos com os quais estão conectados, e pela abertura, no que diz respeito à postura positiva e receptiva em relação a outras ideias, pessoas e organizações.

Essas organizações colaborativas surgem em um cenário em que as barreiras geográficas são diluídas pelos

avanços tecnológicos e a comunicação flui com facilidade para articulação de ideias e conexão de pessoas. Elas se configuram como formas sociais livres e mutáveis que se opõem a comunidades tradicionais, no sentido de que a sua colaboração é motivada pela disponibilidade e não pela necessidade e/ou sobrevivência. “Pela sua abertura e reversibilidade, a organização colaborativa pode ser considerada um sistema aberto, cuja noção tem origem na termodinâmica e possui como um de seus princípios a inter-relação com sistemas fechados” (Morin, 2015). Para este autor, tais sistemas baseiam sua existência e sua estrutura na dependência de uma alimentação externa, não apenas material/energética, mas também organizacional/informacional. Essa concepção significa que os sistemas possuem dois princípios: o primeiro, indica que o sistema aberto pode ser considerado um sistema vivo, que estabelece uma ponte entre a termodinâmica e a ciência da vida, ou seja, há uma relação entre as dinâmicas sociais estabelecidas, o movimento da troca energética e o como este fluxo de energia cria o próprio movimento. Tais relações estão diretamente ligadas a um sistema de causa e efeito que responde a alterações de pressão, temperatura e volume, e influenciam ao mesmo tempo em que são influenciadas pelo fluxo energético vigente. As trocas relacionais e comunicacionais presentes nas relações colaborativas ditam o ritmo deste fluxo e são impactadas pelas conexões entre pares, grupos e ambiente; o segundo princípio, revela uma nova ideia, oposta às noções de física de equilíbrio/desequilíbrio, e que está além de uma e de outra, porém, num certo sentido ao mesmo tempo, contém ambas” (Morin, 2015). Ou seja, entende que as relações sociais não são estáticas, pois suas conexões são dotadas de um fluxo dinâmico de energia. E o que dá vida ao sistema é, justamente, a impermanência constante presente em sua essência. Ao estabelecer equilíbrio, o sistema perde a espontaneidade, a possibilidade de promover ligações inusitadas e, por fim, a capacidade criativa.

A impermanência no fluxo energético das relações humanas carrega em sua essência as controvérsias e subjetividades presentes no conceito de sistemas abertos apresentado por Morin. “As relações sociais, assim como a cultura, são constituídas por um dinamismo que gera uma instabilidade impossível de ser interrompida. Paradoxalmente, tais estruturas permanecem as mesmas, ainda que os constituintes sejam mutantes” (Morin, 2015). Tratam-se de estruturas constituídas por elementos aparentemente controversos, e, para entendê-las, torna-se necessário um olhar através de um outro paradigma, neste caso o da complexidade.

As organizações colaborativas, como sistemas complexos reproduzem regras de funcionamento em que espelham as estruturas e dinâmicas socioculturais em vigor, guiadas por modelos mentais compostos de dimensões subjetivas, não necessariamente estruturados conscientemente. A exemplo da sociedade, tais estruturas (não rígidas) são

representadas por uma mescla de imprevisibilidades, impermanências e incertezas. Esse cenário também caracteriza a complexidade contemporânea e traduz a dificuldade de atuação do ponto de vista projetual, pois se opõe à visão de uma imagem estática de futuro e demanda a elaboração de estratégias que acompanhem essas mudanças.

Além disso, tais “organizações são conduzidas por duas forças motrizes: a busca por resultados práticos, ao agir de maneira conjunta, e a busca por valor cultural, relacionada à importância por compartilhar ideias e projetos” (Manzini, 2017). Elas produzem coisas e serviços, ao mesmo tempo em que se autoproduzem, criando todos os elementos necessários para a sua própria sobrevivência e para a sua própria organização. “É aí que a complexidade reside: o produto é produzido ao mesmo tempo em que autoproduz o produtor” (MORIN, 2015), portanto, tanto as organizações, quanto os processos que as constituem, produzem colaboração, ao mesmo tempo em que são produzidas colaborativamente, e, por consequência, se auto-organizam de maneira colaborativa, ao mesmo tempo em que são auto-organizadas pela colaboração.

Pela sua natureza inventiva, o design também é dotado de um movimento recursivo que o estrutura, ao mesmo tempo em que é estruturado, já que, quando se faz design, o redesign é inerente à projeção. O agir projetual que permeia a concepção de processos e projetos, constrói e é construído, simultaneamente, pela (re)articulação de fragmentos existentes, e formula novas perspectivas em relação a algo. Tais perspectivas provocam rupturas por meio da subversão da ordem, da visão crítica e da prática experimental.

“O pensamento complexo nos faz lembrar que a realidade é mutante, que o novo pode surgir e, de todo modo, vai surgir” (Morin, 2015). Portanto, neste contexto, não só se torna necessário direcionar esforços para reelaboração de processos pertencentes à cultura de design, mas também focar na revisão de concepção da estratégia que os permeia.

Levando em consideração a processualidade como ponto central sobre a qual se debruça a cultura do design, uma revisão da estratégia emerge como essencial para sua operação. É a partir dela que se transfigura uma decisão inicial de “prever certo número de cenários para a ação, os quais poderão ser modificados segundo as informações que vão chegar no curso da ação e segundo os casos que vão suceder, perturbar a ação” (Morin, 2015). A estratégia deve dialogar com o dinamismo do contexto, modificando-se continuamente para acolher o inesperado. Com isso, o processo projetual deve interpretar os fragmentos múltiplos para construir e reconstruir os caminhos possíveis para o projeto. “A capacidade do

design estratégico de manifestar-se de diversas formas, como atividade de projeto para ativar a ação estratégica em estruturas organizacionais, aporta sentido a esses elementos interpretados” (Zurlo, 2004), o que habilita a visualização de estruturas que permeiam as organizações e seus processos.

É através do estímulo desses diálogos de contexto e caminhos possíveis, que conhecimentos heterogêneos se conectam para construção de capacidades que buscam entender ou estruturar os problemas, para trabalhar uma nova visão de mundo. “Trata-se de um processo interpretativo, uma ação de fazer sentido no caos” (Meroni, 2008). Cabe ressaltar que, baseada em um “pensamento complexo que aspira conhecimento multidimensional” (Morin, 2015), a “produção de sentido é aqui tratada como coexistente com a resolução de problemas, pois é através desse ponto de vista que se torna possível indicar caminhos viáveis para lidar com questões também complexas” (Manzini, 2017).

A interpretação da complexidade do sistema dá-se pelo olhar crítico do design que deve buscar, nas dinâmicas relacionais e suas sutilezas, nuances, visões e crenças, para compreender estruturas de significado, ou seja, onde o valor se expressa. A articulação destas estruturas em ambientes socioculturais e econômicos é o “desafio do invisível”, enfrentado pelo design ao lançar um olhar sistêmico para criações simbólicas e/ou materiais. Como exercício imaginativo sobre versões em que a realidade poderia se apresentar, “o processo criativo, que precede a ação projetual, atua no campo da sensibilidade, ao captar sinais frágeis de mudança nos gostos, nos comportamentos, na orientação estética, na atribuição de valor e que constituem a projeção de futuros pelos indivíduos e/ou organizações” (Zurlo, 2010).

Com isso, é possível influenciar a percepção de aspectos materiais e imateriais que incidem nos comportamentos e na motivação dos indivíduos, através da capacidade de redefinir significados e relações humanas no seu contexto de atuação. Além disso, tem “a sua função estratégica cumprida, na medida em que o design contempla diferentes perspectivas, analisando causa e efeito de um processo coletivo e interativo para modificar a realidade” (Zurlo, 2010).

O processo criativo, quando motivado por relações colaborativas, explora conexões múltiplas, abre espaço para novas combinações serendipitadas e cruza pensamentos individuais que podem ser expandidos para uma criação coletiva, rompendo os limites do imaginário pessoal. O estabelecimento de laços fortalecidos pela confiança, como base para colaboração, abre espaço para trocas fluidas e construção coletiva as quais geram valor ao processo e ao resultado nos projetos de design estratégico. Sob o véu da colaboração, os processos

criativos permitem que as ideias fluam de mente em mente, transbordando para uma concepção coletiva, pois a partir de fragmentos intuitivos, as propostas podem ser completadas e complementadas por elementos presentes em outras mentes. Os cenários criados e operados pelas organizações colaborativas e seus processos trazem um mapa de maneiras como o presente pode se reinventar e promover mudanças sistemáticas que resultem em inovações sociais.

A inovação, na perspectiva do design, compreende “não só a geração de uma ideia, sua implementação e o resultado econômico dela recorrente, mas seus desdobramentos socioculturais decorrentes do processo, assim como a construção de novos significados” (Verganti *et al.*, 2015). E o design estratégico, quando operado na perspectiva de configuração e criação de significado, tem seu processo intrinsecamente ligado a inovações sociais, e” possui grande importância, ao determinar mudanças tanto relacionadas às maneiras como as pessoas agem para obter resultados – resolver problemas e gerar oportunidades – quanto ligadas às estruturas organizacionais” (Franzato *et al.*, 2015). A primeira e mais evidente característica comum às iniciativas de inovação social é o fato de “surgirem a partir da recombinação criativa de recursos já existentes, com o objetivo de atingir metas socialmente reconhecidas como uma nova maneira de atuar” (Manzini, 2017).

As organizações colaborativas frequentemente estão alinhadas a esses objetivos ao desenvolverem novas formas de relação social que possibilitam reinventar realidades e redefinir culturas. Ao propor novos modelos econômicos para operação, tais organizações dissolvem as polaridades em direção a uma visão compartilhada que busca ativamente uma mudança profunda no sistema.

Frente a esse contexto de transformação de relações e busca por propostas inovadoras que possam intervir e modificar a realidade, o design estratégico revela-se como abordagem capaz de articular todos os elementos necessários para pensar processos colaborativos que respeitem a complexidade do contexto e das organizações. Por meio do seu agir projetual, torna-se possível atuar em ambientes de incertezas para promoção de uma consciência crítica que possibilita a descontinuidade do sistema, a subversão da ordem e, por fim, ao operar processos colaborativos, a realização de redefinições culturais, novos comportamentos, percepções de valor e criação de novos sentidos um conjunto de ações que podem gerar microrrevoluções organizacionais.

Historicamente, o termo “microrrevolução” está ligado à atuação no âmbito de territórios e ao urbanismo, porém carrega consigo o conceito de ruptura de lógicas sociais em direção a caminhos sustentáveis. É neste

ponto que ele se assemelha aos processos colaborativos e a sua natureza subversiva. Faz-se necessário, aqui, contextualização da expressão “micro”, que se alia ao termo “revolução”, pois ela está sendo utilizada não por sua intensidade ser considerada menor, menos importante ou de menos visibilidade, mas por ser constituída por um olhar estratégico que irá projetar ações para operar nos tecidos sociais, precisamente nos pontos em que podem promover transformações sistemáticas. Essas ações tornam-se estratégicas por atuarem como gatilhos, ou seja, não possuem fim em si mesmas. Seu maior potencial é a capacidade de desencadear outros eventos a partir de suas propostas.

Uma microrrevolução pode desencadear outras microrrevoluções, e esses eventos podem tornar-se uma verdadeira revolução, constituindo um mapa de propostas que atuam nas diferentes dimensões do tecido sociocultural para promoção de transformações. Como já explorado anteriormente, a complexidade dos desafios que emergem do cenário atual demanda soluções não somente estratégicas, mas provocativas, bem situadas no contexto e, principalmente, concebidas e operadas de maneira conjunta.

Considerações finais

A partir da perspectiva do design estratégico, torna-se possível projetar processos que contemplem a complexidade do cenário contemporâneo e das relações sociais. É através dessa abordagem que se torna possível navegar, simultaneamente, entre o pragmatismo, a análise do sentido prático das propostas projetuais, e a inovação, capacidade inventiva, assim como pela integração do pensamento racional e subjetivo.

O design estratégico como abordagem metodológica pode concretizar-se através de processos criativos (comunicativos) e interativos (relacionais), baseados em valores e normas compartilhadas. Com ele, torna-se possível influenciar a percepção de aspectos materiais e imateriais que incidem nos comportamentos e na motivação dos indivíduos. Sua capacidade de redefinir significados e relações humanas no contexto em que atua “contribui para a função estratégica do design, cumprida na medida em que contempla diferentes perspectivas, analisando causa e efeito de um processo coletivo e interativo para modificar a realidade” (Zurlo, 2010).

A partir da capacidade interpretativa do design estratégico, torna-se possível capturar elementos presentes na esfera subjetiva, para criação de significado e configuração de valor. Tais características do design, que transitam entre a racionalidade e a subjetividade na criação de cenários, é a sua maior qualidade para concepção de novos contextos, operando, assim, em ambientes socioculturais, físicos e relacionais. Ele configura valor e sentido ao reavaliar o sistema

organizacional, por meio da criação de sistemas de representação que produzem conhecimento compartilhado, em processos de aprendizagem coletiva. “Além de atuar na reestruturação de problemas e desenho de problemas difusos, é possível dizer que ele também acentua o seu papel no campo da cultura e, portanto, da linguagem e do significado” (Manzini, 2017). Sua prática prevê o estímulo de transformações sociais, diretamente ligadas a uma nova visão de mundo.

Ao identificar sinais de representatividade para projetar cenários futuros e reinterpretar dinâmicas relacionais, o design estratégico destaca-se como uma abordagem qualificada para apoiar o estabelecimento e a manutenção de processos colaborativos. A capacidade articuladora de diálogos, presente no design, possui um papel fundamental para criação de sistemas de representação, linguagens, símbolos e valores compartilhados. Por meio de processos criativos, as propostas realizadas pelo design transitam entre as esferas de divergência e convergência transdisciplinar, local em que os conhecimentos heterogêneos se conectam para construção de capacidades que buscam entender os problemas e trabalhar uma nova percepção e visão.

Ao articular diversos atores e perspectivas para criação de propostas que façam sentido do ponto de vista das organizações, “torna-se necessário trabalhar com um paradigma que comporte um princípio dialógico e translógico” (Morin, 2015) que acolha as contradições, como parte integrante e essencial para evolução dos processos, principalmente do ponto de vista da colaboração, pois estes emergem das dinâmicas relacionais entre os indivíduos e não podem ser desvinculados delas. São criados e criadores que, pelos fluxos comunicacionais, se conectam uns aos outros. A este paradigma que compõe a base para o design estratégico atribui-se a designação de “complexidade”.

Por fim, faz-se necessário também um estudo mais aprofundado da relação entre processos colaborativos projetados por meio do design estratégico e seu potencial de redefinição cultural e subversão da ordem de sistemas sociais para promoção de microrrevoluções.

Referências

FRANZATO, C.; DEL GAUDIO, C.; BENTZ, I. M. G.; PARODE, F.; BORBA, G. S.; FREIRE, K. M. (2015). Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: K. M. FREIRE. (org.), *Design estratégico para a inovação cultural e social*. São Paulo: Kazuá, p. 157-182.

MANZINI, E. (2017). *Design. Quando todos fazem design: uma introdução ao design para inovação social*. São Leopoldo: Unisinos.

MAURI, F. (1996). *Progettare progettando strategia: il design del sistema prodotto*. Milano: Dunod.

MERONI, A. (2008). *Strategic design: where are we now: reflection around the foundations of a recent discipline*. Strategic Design Research Journal, **1**(1):31-38. <http://dx.doi.org/10.4013/sdrj.20081.05>

MORIN, E. (2005). *Introdução ao Pensamento Complexo*. 5ed. Porto Alegre: Sulina.

VERGANTI, F. (2015). Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: K. FREIRE, K. (org.), *Design estratégico para a inovação cultural e social*. São Paulo: Kazuá, p. 157-182.

ZURLO, F. (2004). Della relazione tra design e strategia: note critiche. In: P. BERTOLA.; E. MANZINI (a cura di), *Design multiverso*. Milano: Edizioni POLI.design, p. 75-84.

ZURLO, F. (2010). *Design strategico*, TRECCANI: Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti. Roma. Disponível em: <[http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_\(XXI-Secolo\)>](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_(XXI-Secolo)>).

Reflexões sobre o processo de projeto no Design Estratégico

Danielle Difante Pedrozo*

Resumo: O presente artigo faz uma reflexão crítica sobre os processos de design, incluindo os que interessam ao design estratégico. Inicia com uma proposta de conceito de processo e segue contextualizando com estudos já feitos na área, a partir da epistemologia dominante. O objetivo é reconhecer tais conceitos para entrar no âmbito do design estratégico e evidenciar uma outra perspectiva advinda da complexidade, para repensar os processos visando a inovação social.

Palavras-chaves: Processo. Design estratégico. Complexidade.

Introdução**

O design é uma área de pesquisa, enquadrada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) como campo de conhecimento das Ciências Sociais Aplicadas. Desde o seu surgimento, seus projetos foram fortemente influenciados pelas engenharias, arquitetura e artes. Com o passar do tempo e o avanço da pesquisa na área, os estudiosos viram a necessidade de agregar termos ao design para diferenciar os métodos que vinham sendo criados, diferenciação que deu origem, por exemplo, ao *design thinking*, design estratégico e design participativo, entre outros. Não é mérito dessa reflexão diferenciar esses tipos de design, mas, sim, pensar sobre o fator que os torna comuns ao Design, que é o processo de projeto, e explicitá-lo.

Essa investigação parte do entendimento de que toda a atividade de Design pressupõe um processo de projeto. Esse processo de que se ocupa o design é uma instância de operação de inteligência e de produção de conhecimento. Sua natureza é híbrida, pois ele perpassa reflexões teóricas indutivas, dedutivas, empíricas e abduativas. Além disso, propõe-se aqui que o processo seja entendido como percurso, palavra vinda do latim *'percurso'* que significa 'ação de percorrer'. O termo percurso parece adequado para designar processo, pois carrega consigo uma noção de mudança de estado, de movimento, o que caracteriza um processo de design.

O tipo de percurso a ser seguido vai depender da visão epistemológica adotada pelo pesquisador (designer), seja ela pragmática, estruturalista, fenomenológica, sistêmica etc., e cada uma delas indicará as possibilidades de decisões a serem tomadas (ou não) durante o processo de projeto. Na maioria das vezes, tal processo é guiado por uma metodologia, que indicará um método e suas ferramentas, conectada a essa visão epistemológica, podendo ser chamada e concebida de outras formas, conforme a orientação do pesquisador. Tem-se que cada processo de projeto é único e, geralmente, produz uma inovação. Essa inovação deve dar-se no próprio processo

e deve refletir no que for produzido a partir dele. Porém, o designer não faz o processo para inovar, mas, sim, é capaz de inovar por construir o seu próprio processo.

Nessa perspectiva, infere-se que um processo de design não só envolve metodologia, método e ferramentas, mas acima de tudo, inventividade nas formas de conexão dos saberes e na confiança dada ao pensamento abduativo (Peirce, 1978), ou pensamento criativo. Todo esse conjunto é que criará condições para que a inovação aconteça. No entanto, existe uma diferença significativa entre o pesquisador que age de forma crítica e reflexiva e cria o seu próprio percurso, e aquele "fazedor" que percorre um percurso já dado e estabelecido, simplesmente replicando um fazer. Tal atitude, ainda muito comum no meio profissional do Design, aponta para um excesso de segurança e conforto, por adotar percursos conhecidos, caracterizando aquele que deveria ser um projetista como um operário que não vivencia o que se entende por processo de design, neste texto.

O processo como percurso

A partir desses entendimentos iniciais e do estabelecimento da correspondência do processo como percurso, a primeira questão que surge é "de onde é que se parte?". Essa questão, de imediato, é seguida por outras duas: "Para onde é que se vai? E como é que se vai?". À primeira vista, seria simples responder o primeiro questionamento, pois o lugar de onde se parte, geralmente, é determinado por onde o indivíduo está. No entanto, quando tal questão é transportada para o processo, o ponto de partida por muito tempo foi chamado como problema de Design, ou seja, como uma necessidade específica a ser resolvida. Nessa primeira forma de atuar, através de uma concepção lógica do processo de design, era feita uma sistematização dos requisitos do problema e, a partir de dela, rapidamente se poderia responder às outras duas questões: para onde vou, minha solução, e como vou, minha metodologia.

Essa concepção lógica do processo, instaurou-se durante

* Doutoranda PPG Design UNISINOS. Orientadora: Doutora Ione M. G. Bentz.

** O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

o período industrial e perdurou ainda por muito tempo. Nela, os projetos de design deveriam atender a requisitos como a eficácia e a eficiência, resultando em soluções objetivas. Entretanto, com a transição para a pós-modernidade, os valores e princípios seguidos até então sofreram duras críticas, devido aos efeitos decepcionantes que causaram sobre a realidade da sociedade. Nesse sentido, as críticas lançadas foram principalmente em relação à ciência, ao progresso a qualquer custo e ao consumismo. Foi, então, que, no início da década de 1970, começaram a ser rejeitados os valores referentes às propostas racionalistas pelos seus próprios seguidores, como Horst Rittel, John Christopher Jones, Bruce Archer e Christopher Alexander, o que demarcou a crise e o posterior fim do modernismo.

Rittel e Webber (1973), em “Dilemas na teoria geral do planejamento”, reagem também ao momento histórico, e colocam em discussão a utilização de bases científicas para tratar os problemas de Design e de outras profissões sociais. Segundo eles, era inadequado provocar essa aproximação, já que tais problemas possuem uma natureza distinta dos estudados pelas Ciências. A partir de então, os autores propõem a concepção de *wicked problems* (traduzido como problemas perversos), que pertenceriam a uma classe de problemas sociais em sua essência mal definidos, nos quais coexistiam, na sua estrutura, a determinação e a indeterminação. Durante o processo de sua formulação como problema, as soluções emergiriam concomitantemente. Assim, toda definição desse tipo de problema seria também uma especificação do direcionamento que se tem em mente para resolvê-lo (Rittel e Webber, 1973).

Os autores ainda listam dez características atribuídas aos problemas perversos¹, aqui traduzidas como:

- 1) não tem formulação definitiva;
- 2) não há regras para parar o processo de resolução – esta é uma decisão circunstancial;
- 3) as soluções não são verdadeiras ou falsas, nem boas ou más;
- 4) não há testes definitivos para as soluções;
- 5) toda solução é uma operação de uma única tentativa;
- 6) não é possível enumerar as possíveis soluções que podem ser atingidas ou operações que podem ser utilizadas;
- 7) eles são essencialmente únicos;
- 8) podem sempre ser considerados sintomas de outros problemas de níveis superiores;
- 9) a escolha de uma explicação sobre o problema determina a natureza da solução;
- 10) o solucionador não tem direito de estar errado.

Buchanan (1992), em seu artigo *Wicked problems in Design thinking*, ajuda a fundamentar os problemas perversos. Diz ele que “Indeterminação implica que não existe uma condição definitiva ou limite para o problema de design (algo diferente de não ser determinado). Isso fica evidente nas dez propriedades dos problemas perversos (*wicked problems*) que Rittel inicialmente identificou, em 1972 (BUCHANAN, 1992, p.16). A proposta do autor, no que se refere ao *design thinking*, encoraja a ir além do projeto de produtos específicos e a mudar a cultura de projeto de dentro para fora, não apenas em suas manifestações exteriores. Assim, esses dois textos se mostram importantes para abrir o horizonte de entendimento dos problemas de design, pois, ao trazerem a noção de “problemas sociais”, os autores relembram que o design serve a uma entidade maior do que a Indústria, que é conhecida como Sociedade.

Depois de refletir sobre o ponto de partida, o próximo ponto de interesse é para a questão “como é que se vai”, que se refere ao método a ser utilizado para chegar à situação desejada. Nos textos revisados de Cross e Jones, os autores apresentam os seus métodos de design ainda baseados na lógica industrial. Dessa forma, os dois dividem o processo de projeto em três etapas: análise, síntese e avaliação (Cross, 2008); e divergência, convergência e avaliação (Jones, 1992). Cross (2008) apresenta seus dois modelos de design: o descritivo, definido por ele como processo convencional de design, no qual a atividade mais importante do processo é a descrição do artefato para a produção; e o prescritivo, que busca entender o problema na sua totalidade, considerando os *inputs* do mundo externo e utilizando como *output* a comunicação da solução alcançada.

Jones (1992), ao contrário de Cross (2008), traz uma visão mais aberta sobre os problemas e os processos de design. Começa a refletir sobre a consciência do designer em projetar num sistema complexo e no seu dever de estar ciente de todo o ciclo de vida do produto. Isso mostra uma preocupação com a responsabilidade social dos projetos, o que, na atualidade, se tornou tema central de discussão. Ainda no seu texto, ele compara o design com um explorador em busca do tesouro, o qual ilumina a real função do método que é, para ele, reduzir ao máximo a área de exploração do problema. Com isso, o que irá determinar o método é o grau de inovação e de imprevisibilidade do projeto, e, em seu processo, ele decompõe o método para depois reintegrá-lo ao nível de sistema.

Outra abordagem para processos, que surgiu mais ou menos na mesma época dos *wicked problems*, é o

1. 1) There is no definitive formulation of a wicked problem; 2) Wicked problems have no stopping rule; 3) Solutions to wicked problems are not true-or-false, but good-or-bad 4) There is no immediate and no ultimate test of a solution to a wicked problem 5) Every solution to a wicked problem is a “one-shot operation”; because there is no opportunity to learn by trial-and-error, every attempt counts significantly 6) Wicked problems do not have an enumerable (or an exhaustively describable) set of potential solutions, nor is there a well-described set of permissible operations that may be incorporated into the plan 7) Every wicked problem is essentially unique 8) Every wicked problem can be considered to be a symptom of another problem 9) The existence of a discrepancy representing a wicked problem can be explained in numerous ways. The choice of explanation determines the nature of the problem's resolution 10) The planner has no right to be wrong. (Rittel & Webber, 1973, p.161 -166).

co-design. Segundo Sanders (2008), o co-design teve duas correntes: uma europeia, conhecida como Design participativo e outra americana, norteadas pelo *User centered design*. A autora diferencia co-criação de co-design, pois a primeira diz respeito a qualquer criação coletiva e a segunda refere-se à criação coletiva em um processo de design. Nessa visão, todas as pessoas são consideradas criativas, em níveis diferentes, afirmação de que decorre que sua presença é fundamental tanto no início do processo, quanto na etapa final de tomada de decisões. Elas, as pessoas, passam a ter uma função ativa no processo, passam de usuário passivo à co-produtoras ou co-designers, mudança que trouxe significativas aportes para o entendimento de uma prática do design que ainda está em construção.

É notável que, com o passar dos anos, o design que nasceu industrial, vem-se transformando em um design social. Para isso, além da mudança de entendimento nos seus processos, está sendo preciso ir mais a fundo nas discussões, a fim de trazer uma mudança epistemológica de base mais coerente com a visão de mundo e a ideologia adotada pelo design contemporâneo. Nesse sentido, Findelli (2001), apresenta as origens positivistas do design que ainda se refletem na prática, no ensino e na pesquisa, e sugere outros caminhos de reflexão como a fenomenologia e a complexidade.

Os processos do design estratégico

As reflexões até aqui apresentadas denotam a preocupação com a necessidade de a pesquisa em Design acontecer também num sentido crítico e reflexivo, em um nível metaprojetual, como explicam Bentz e Franzato (2016). Pelo do “princípio do deslocamento”, é possível transitar pelos níveis de conhecimento em um movimento vertical, passando pelo nível epistemológico, metodológico, metalinguístico e língua-objeto, até chegar na realidade. Até então, a maioria dos pesquisadores não discutiam as bases e transitavam apenas em níveis horizontais nas práticas de design. Segundo os autores, somente através do contínuo movimento entre os níveis é que se pode permitir uma inovação no design como um todo. Além disso, para eles “essa perspectiva organiza a totalidade dos saberes humanos em níveis críticos de diferentes grandezas que exigem, para sua configuração, esforço teórico-metodológico maior” (Bentz e Franzato, 2016, p. 1417). Com isso, os processos projetuais estariam em um nível diferente daquele em que o designer age. Assim, os autores propõem uma ampliação do entendimento de processo, no qual todos os processos são críticos reflexivos e heurísticos, capazes de responder à complexidade do pensamento e da produção cultural humana.

Ainda nesse artigo citado, encontra-se referência ao design estratégico e a outro argumento de interesse para

esta reflexão que são os ecossistemas criativos:

O design estratégico se desenvolve na perspectiva ecossistêmica que a complexidade possibilita e concentra-se no estudo das estratégias de design para orientar a ação projetual e, sobretudo, a ação organizacional, em direção à inovação e à sustentabilidade. Essas estratégias são elaboradas por processo que envolve todo o seu ecossistema de atuação: o meio organizacional (escritórios de design, empresas e demais organizações), o mercado, a sociedade e o meio-ambiente. Assim, o processo de design é considerado e desenvolvido no âmbito das múltiplas relações instauradas na ação projetual, com implicações metodológicas relevantes. Essa metodologia desloca-se do processo de design em si para o conjunto de relações que os ecossistemas em si e entre si desenvolvem. (Bentz; Franzato, 2016, p.1420)

Essa passagem localiza o Design Estratégico na Complexidade (nível epistemológico), diferentemente da epistemologia dominante até então no design industrial (o Pragmatismo). Morin (2011), apresenta o pensamento complexo como uma alternativa para lidar com os limites e as carências do pensamento simplificador, oriundo da ciência clássica. A complexidade aspira a um conhecimento multidimensional, amplia a noção de realidade e faz emergir, ao mesmo tempo, o mundo e o sujeito. Tem uma outra maneira de lidar com o real e de organizar o conhecimento, que não mais de modo fragmentado. Segundo este autor, ela traz consigo a ordem, a desordem e a organização, operando com sistemas abertos, vivos. Dessa forma, o paradigma complexo pode ser entendido a partir de três princípios, apresentados como macroconceitos: o dialógico, que mantém a dualidade no seio da unidade e associa dois termos ao mesmo tempo complementares e antagônicos; o recursivo, pelo qual os produtos e os efeitos são ao mesmo tempo causas e produtores do que os produz; e o hologramático, segundo o qual a parte está no todo, mas o todo também está na parte.

Pensando no avanço do conceito de Design Estratégico, é possível encontrar em Morin (2011) um princípio de fundamentação epistemológica e em Manzini (2017) caminhos para a fundamentação metodológica. Embora Manzini não deixe claro exatamente sua filiação, traz uma noção diferenciada de design. Ele, bem como muitos outros designers, tem a preocupação de transformar a sociedade rumo à sustentabilidade, e coloca, no centro desse processo, os sujeitos (individuais ou coletivos). Os sujeitos possuem uma capacidade de fazer um design difuso, pois usam o seu senso crítico e sua criatividade e senso prático para desenvolver suas atividades. Para o autor, os sujeitos assumem um protagonismo nas transformações sociais, já que são capazes de colocar em prática o seu próprio projeto de vida. Esse comportamento predispõe a uma atitude colaborativa e é nesse ponto que o designer especialista pode contribuir.

Para Manzini (2017), o designer (especialista) expressa as suas habilidades através da resolução de problemas e da produção de sentido, estando nessa segunda instância sua contribuição mais original. Nesse design, o processo é descentralizado para os sujeitos reconhecidamente capazes de exercer um design difuso. O designer especialista tem o papel de apoiar e alimentar os processos de codesign e de, posteriormente, possibilitar que tais processos se desenvolvam autonomamente. Para entender a proposta de design de Manzini, é preciso esclarecer outras noções que para ele são fundamentais, como a sua noção de mundo, de sociedade, de colaboração e como tudo isso deveria articular-se rumo a uma sociedade sustentável. O mundo de Manzini (2017, p.44) “é o mundo onde construímos a nós mesmos e preenchemos com significado”. A sociedade é constituída de valores e sistemas de sentido. A colaboração deriva dos novos comportamentos, novas maneiras de viver e produzir por parte dos sujeitos. Muitas dessas noções parecem vir da antropologia e trazem um outro viés de compreensão para o design, qual seja, de não mais trabalhar com “usuários”, mas sim, com sujeitos imersos na complexidade.

Manzini ainda utiliza o termo “contexto” para descrever o ambiente desses sujeitos, conceito que, na busca de apuração de metalinguagem, sugere-se denominar de “ecossistema”. Já que a complexidade enraíza os fenômenos humanos no universo natural e o sujeito não pode ser entendido sem relacioná-lo com o meio ambiente (ecossistema), os ecossistemas, eles são um conjunto de coisas inter-relacionadas que compõem vários sistemas. Nessa perspectiva, a sociedade é considerada um organismo vivo. Esse ecossistema é autopoietico, ou seja, capaz de criar coisas novas dentro dele mesmo e que está em constante movimento. Para trabalhar com a noção ecossistemas, também é preciso operar com a noção de sistemas abertos. No entanto, a construção de um ecossistema é sempre metafórica, pois o designer deve utilizar dos princípios de pertinência e de relevância para fazer o seu recorte investigativo. Antes de propor artefatos ou processos, o designer precisa descobrir os sistemas que estão implicados e reconhecer as suas relações no ecossistema. Esse processo envolve ação, abertura, acaso, imprevisto, criação, imaginação, invenção, transformação, inovação, colaboração e mediação.

Considerações parciais

Os entendimentos aqui compartilhados ainda estão em construção, por isso a importância de buscar caminhos que consigam reorganizar o conhecimento em todos os seus níveis e propor novos processos e, por consequência, novas práticas. As grandes questões de reflexão até o momento, no que diz respeito ao design estratégico, giram em torno de uma tentativa de reflexão crítica das bases que o constituem e de como propor novos processos

a partir da noção de sistemas abertos, ecossistemas e sujeito, oriundos do pensamento complexo.

A possibilidade de abertura epistemológica proposta por Bentz e Franzato (2016) mostra-se como um potencial ponto de partida para repensar os processos e o design estratégico, já que pressupõem uma reflexão crítica sobre a coerência do pensamento de design em todos níveis de conhecimento. O entendimento de processo trazido por esses autores possibilita a reorganização do conhecimento, tão defendida pela complexidade e poderia fundamentar o design transformador proposto por Manzini. Que não aborda em profundidade o conceito de processos. Enfim, continuar a pensar nos processos possíveis de design parece ser a melhor maneira de produzir conhecimento para tentar responder às urgências da sociedade atual.

Referências

- BENTZ, I.; FRANZATO, C. (2016). O Metaprojeto nos níveis do design. *In: XII P&D Design*, 2016, Belo Horizonte. **Anais...** São Paulo: Blucher, 2016, p. 1416-1428. <http://dx.doi.org/10.5151/despro-ped2016-0120>
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design issues*, **8**(2), 5-21.
- CROSS, N. (2008). *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design*. 4ed, Chichester: John Wiley & Sons.
- FINDELI, Alain. (2001). Rethinking design education for the 21st century: Theoretical, methodological, and ethical discussion. *Design issues*, **17**(1):5-17. <http://dx.doi.org/10.1162/07479360152103796>
- JONES, J. C. (1992). *Design Methods*. 2ed, Chichester: John Wiley & Sons.
- MANZINI, E. (2017). *Design quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social*. São Leopoldo: Unisinos.
- MORIN, Edgar. (2011). *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina.
- PEIRCE, C. S. (1878). How to Make Our Ideas Clear. *Popular Science Monthly* **12**:286-302.
- Rittel, H. W., & Webber, M. M. (1973). Dilemmas in a general theory of planning. *Policy sciences*, **4**(2), 155-169.
- SANDERS, E. B. -N.; STAPPERS, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *Co-Design*, **4**(1):5-18. <http://dx.doi.org/10.1080/15710880701875068>

O ativismo de design por meio de organizações colaborativas de moda

Deise da Luz Santos*

Resumo: Este estudo apresenta uma reflexão sobre os processos de projeção de ativismo de design, acontecidos por meio de organizações colaborativas de moda. Trata-se de uma pesquisa inspirada na etnografia reflexiva porposta por Massimo Canevacci.

Palavras-chaves: Organizações Colaborativas. Ativismo de Design. Design Estratégico.

Introdução

Ao longo dos últimos anos, estamos acompanhando o desgaste ocorrido nas diferentes dimensões da vida em sociedade, envolvendo problemas sociais, ambientais, econômicos e políticos emergentes. Contudo, é possível também perceber novas organizações e sistemas que surgem com a intenção de driblar esses problemas, iniciados de “baixo para cima”, a partir de manifestações do tecido social, as quais promovem descontinuidades capazes de oferecer sistemas mais sustentáveis. Assim como vivenciado em outras épocas, é um período de transformações, caracterizado pela transição entre o “antigo” e o “novo” mundo (Manzini, 2017).

Essa transição rumo à sustentabilidade requer um processo de aprendizagem social que depende da abertura e flexibilidade, no que tange aos processos inerentes ao desenvolvimento de iniciativas e ações. Os movimentos sociais, que partem de comunidades criativas engajadas em descobrir formatos inovadores para solucionar problemas que não podem ser solucionados através dos padrões de organizações já existentes, podem ser chamados de organizações colaborativas (Manzini, 2008). Essas organizações apresentam características importantes para o processo de aprendizagem, conduzindo a descontinuidade sistêmica rumo à sustentabilidade.

Essa pesquisa observa os processos de projeção do ativismo de design na moda, a partir de organizações colaborativas que estão emergindo e que se tornam capazes de contribuir com a descontinuidade sistêmica. Ativismos que objetivam difundir a cultura da sustentabilidade na moda. A cultura da sustentabilidade está associada com o que Fletcher e Grose (2011) chamam de mentalidade lenta. Esse conceito diz respeito ao modo como todo o sistema da moda precisa operar para gerar transformações de modo consciente. Mas como iniciar um processo de transformação sociocultural em relação à moda, que esteja alinhado com as premissas de geração de valor para todo o ecossistema? Quais características de projeto podem ser relevantes a partir da compreensão do design? Seria o ativismo de design um possível promotor de diálogo e conscientização?

O ativismo de design é uma maneira de conectar problemas emergentes de design. Por meio da cultura de design, é possível projetar contra-narrativas capazes de gerar mudanças sociais, institucionais ambientais e econômicas (Fuad-Luke, 2009). Nesse sentido, pretendeu-se realizar um ensaio, inspirado na etnografia reflexiva apresentada por Canevacci (2009), com o intuito de contribuir para a descrição das características que abarcam o ativismo de design realizado a partir do Ecossistema da Moda Sustentável do RS.

Organizações Colaborativas

Para Manzini (2008), organizações colaborativas de base, que geram inovação social e bem-estar para as pessoas envolvidas, nascem a partir de comunidades criativas que englobam as seguintes características: os interesses individuais dos atores são vinculados aos interesses sociais e ambientais, gerando casos promissores; as comunidades são capazes de colaborar, inventar, aprimorar e gerenciar soluções inovadoras, respondendo perguntas que o sistema de produção e consumo dominante não consegue responder; a utilização de recursos sociais e culturais tradicionalmente conhecidos pela sociedade; a reinterpretação das tecnologias; a geração de empreendimentos sociais difusos, ou seja, a auto-organizam em busca dos objetivos pessoais e do empreendimento; e a contribuição para o conceito de economia do conhecimento.

O aprendizado social costuma acontecer, primeiro, de forma local, através de comunidades criativas que geram soluções voltadas ao bem-estar social. Unidas ao avanço tecnológico, essas iniciativas locais promissoras podem ser disseminadas e podem gerar novos comportamentos, relacionados ao modo como consumimos produtos e serviços. (Manzini, 2008; 2017).

Organizações colaborativas requerem estratégias que colaborem com a processualidade social em busca de inovação para os problemas existentes, e é, nesse âmbito, que opera o design estratégico, pois sua cultura de projeto é capaz de impulsionar a aprendizagem organizacional e orientar as estratégias em organizações

* Mestranda PPG Design Unisinos. Orientadora: Doutora Karine de Mello Freire.

públicas e sociais. Atuando em terreno coletivo, o papel do design estratégico é o de ativar o processo criativo nas organizações, alimentando novos conhecimentos capazes de gerar inovações, ao ativar a rede – atores de uma organização – para co-criarem o seu valor. Para Zurlo (*apud* Freire *et al.*, 2015), a co-criação de valor é atribuída aos efeitos de sentido que uma organização objetiva. As contra-narrativas propostas pelo ativismo de design podem causar estranhamento, e parecem ser uma forma de operar na geração de efeitos de sentido através do design, capazes de contribuir para a mudança sociocultural. Para tanto, faz-se necessário compreender, brevemente, o conceito de ativismo de design.

Ativismo de Design

Ativismo é, contemporaneamente, reconhecido como um termo relacionado às questões sociais, ambientais e políticas. Neste estudo, trataremos do ativismo de design que é constituído por características responsáveis por causar o bem para a sociedade e para o planeta. Pode ser assim descrito: “o ativismo de design é pensamento de design, imaginação e prática aplicada conscientemente ou inconscientemente para criar uma contra-narrativa destinada a gerar e equilibrar mudanças sociais, institucionais, ambientais e / ou econômicas positivas” (Fuad-Luke, 2009, p. 27).

Ativistas culturais, organizações colaborativas e ativistas de design trabalham com o propósito não de entregar respostas prontas, mas de gerar provocações e despertar o interesse das pessoas para problemas complexos (Manzini, 2017), como no caso da moda e sua emergente reinvenção, tanto de produção, quanto de consumo. Esses novos ativistas chamam a atenção para espaços públicos, áreas verdes, alimentação não violenta, moda sustentável e uma série de outras causas que necessitam da atenção da sociedade, e que são questões que exigem colaboração e pesquisa para serem resolvidas, ou seja, são questões complexas, que fogem da esfera apenas dos governos e passam a ser de responsabilidade de todos.

Nesse sentido, é possível entender a movimentação da sociedade por querer engajar-se e envolver-se com soluções para problemas emergentes. Essa movimentação pode ser tratada como um resgate aos hábitos de produção e desenvolvimento de habilidades humanas coletivas que ficaram perdidas nas últimas décadas, e que parecem estar ganhando forças impulsionadas pelas tecnologias disponíveis e acessíveis que estimulam a existência de organizações colaborativas (Manzini, 2017).

Observando as ativações e propondo pistas

Para o âmbito dessa pesquisa, que acredita que a visão sistêmica da cultura de design funciona como premissa para a transformação sociocultural, parece também coerente considerar essa visão sistêmica para desenhar

o método de pesquisa. Os designers contemporâneos trabalham com questões políticas, ambientais e sociais complexas, nas quais o foco necessita descolar-se do fazer e agir, para o pensamento sobre as ações e suas consequências. Questões que influenciam também as pesquisas na área, que acontecem, como na prática, através de um trabalho experimental, interrogativo e curioso, cuja auto-reflexão é crítica e criatividade, são componentes importantes de serem considerados (Muratovski, 2016). Nesse sentido, optou-se pela pesquisa inspirada na etnografia reflexiva, tendo como base os estudos de Massimo Canevacci.

O princípio da antropologia alternativa de Canevacci (2009) propõe um estudo etnográfico em relação às representações visuais contemporâneas, parecendo ser um ensaio metodológico apropriado para o estudo dos processos de ativismo de design na moda. Consideram-se os territórios de ativações utilizados pelo Ecossistema estudado, sendo eles territórios flutuantes, que misturam as realidades do mundo físico com o virtual, de tal forma que não é possível dissociar um do outro.

Para Canevacci (2009), os fetichismos mercadológicos que proliferam através das comunicações de alta tecnologia, carecem de um formato especial de observação: a observação observante. Esse formato, diferente da observação participante, potencializa a cognição do espectador (pesquisador) dentro do frame da observação, e também fora dele. O conceito de fazer-se ver torna-se importante para essa observação reflexiva, pois indica que o pesquisador não apenas vê, mas também sente enquanto observa, aceita o fluxo dos pensamentos derivados dos seus próprios sentidos e desenvolve habilidades que permitem a troca do ver para o fazer-se ver, um saltar do observar ao observar-se, chamado de metaobservação.

A partir dessa inspiração, foram observados os processos das ativações realizadas por meio do Ecossistema da Moda Sustentável do RS, e serão descritas pistas sobre as características do ativismo de design para a mudança sociocultural em relação à moda. Para a melhor compreensão, entendeu-se, primeiramente, como necessária a descrição do Ecossistema.

Ecossistema da Moda Sustentável do RS

As características de formação do Ecossistema parecem estar alinhadas com as definições de Manzini (2008) sobre comunidades criativas e organizações colaborativa. A iniciativa nasceu da necessidade ecossistêmica de gerar inovação e colaboração entre os atores da cadeia da moda gaúcha, sendo eles estilistas de marcas locais, comunidade, pesquisadores e institutos ligados à indústria da moda. Trata-se de um projeto em fase inicial de desenvolvimento que funciona com encontros fixos mensais e ativações oportunas espalhadas pela

cidade. As primeiras reuniões estratégicas cuidaram do desenvolvimento de cenários cujos ensaios serviram de base para a criação de um manifesto (Figura 1), mais abaixo apresentada. A projeção de cenários contou com a co-criação de diferentes atores do ecossistema e aconteceu de forma presencial, em diferentes encontros ao longo do ano de 2017.

A partir de então, o manifesto serve como base para as iniciativas do ecossistema. Iniciativas essas que são metaprojetadas a partir do ativismo de design e que acontecem em momentos e territórios estratégicos. O intuito das ativações é difundir a cultura da sustentabilidade na moda, por meio de diferentes pontos de contato, em territórios urbanos e virtuais. O processo aberto permite que as estratégias de ativação sejam co-criadas entre os diferentes atores do ecossistema, abraçando a dinamicidade e a transdisciplinaridade dos encontros colaborativos. As ativações ganharam força nos primeiros meses de 2018, tendo sido projetadas e realizadas em dois territórios principais, os eventos Virada Sustentável e Semana Fashion Revolution, ambos no mês de abril de 2018.

Figura 1 – Manifesto

MODA SÃO MODOS.

Modos de ser, de agir, de viver, de vestir e de sentir coletivos. Moda é cultura. Moda é intrinsecamente coletiva. E nosso modo coletivo de ser é colaborativo. A **TRANSPARÊNCIA** e o **RESPEITO** ao ser humano e a natureza, valorizando toda a sua **DIVERSIDADE**, são nossas bases. >>>>**CONFIANÇA** é o que nos conecta.<<< Queremos

TRANSFORMAR SOCIAIS, ECONÔMICAS E AMBIENTAIS, DIMINUINDO **REALIDADES**, AS DESIGUALDADES.

Acreditamos que **o todo é maior que a soma das partes**, que a multiplicidade é a potência das relações entre as partes. No ecossistema **>POTENCIALIZAMOS<** todos os atores envolvidos na cadeia de moda: pessoas, instituições, organizações. Nossas trocas são baseadas na **ABUNDÂNCIA** de recursos que podemos oferecer.

RESPONSABILIDADE, CRIATIVIDADE, CONHECIMENTO & CONSCIÊNCIA

temos de sobra. Pensamos fora do casulo e agimos fora da bolha. Contribuímos para o mundo pela potencialização e compartilhamento dos talentos humanos. >>>Fugimos das polaridades.<<< Geramos aprendizagem social. Pensamos políticas públicas. >>>Trabalhamos com amor, compartilhamos sonhos, vivemos os nossos talentos<<<<<< **VALORIZAMOS A VIDA PARA TORNAR O MUNDO MELHOR.**

#modamudamundo #agirforadabolha.

Fonte: Elaborado no Ecossistema da Moda Sustentável.

Territórios de Ativação

Foi na Virada Sustentável de 2018 que aconteceu a primeira ativação pública do ecossistema (Figura 2). A Virada Sustentável é um evento cultural que reúne atrações educativas, de música, teatro, dança, instalações e exposições, o qual tem a sustentabilidade como conteúdo principal. O projeto do Ecossistema foi inscrito como um debate-intervenção e teve como locação a Casa de Cultura Mário Quintana, sendo apropriada para o debate projetado. Atraiu não apenas o público da “bolha” da moda, mas também pessoas que são sensíveis às outras esferas da sustentabilidade, como a alimentação e

o cuidado com o meio ambiente, oferecendo para elas um contato com a sustentabilidade também na moda.

Figura 2 – Ativação na Virada Sustentável



Fonte: Cereça (2018a).

A segunda ativação aconteceu durante a Semana Fashion Revolution em Porto Alegre (Figura 3), dentro de um evento educativo sediado pela UNISINOS. O Movimento Fashion Revolution é um movimento global que incentiva maior transparência, sustentabilidade e ética na indústria da moda. Em 2018, no dia 26 de abril, aconteceram, entre outras ativações do movimento pela cidade, o Espaço Rede e o Talk sobre colaboração na UNISINOS, territórios que serviram também de ativação para o Ecossistema.

Figura 3 – Ativação na Semana Fashion Revolution



Fonte: Cereça (2018b).

Como dispositivo de ativação para a Virada Sustentável foram projetados e criados dois postais artísticos, idealizados por duas artistas mulheres de Porto Alegre, a Marcela de Bettio e a Renata Duarte, do Coletivo Amélia, que se inspiraram no manifesto para criar as artes dos postais. O postal da Marcela representou a colaboração, através de uma arte que simbolizou as as mulheres de mãos dadas, imersas em tecidos. A arte do Coletivo Amélia representou a conexão do corpo com a natureza, sugerindo para que as pessoas mudem seu “mood” para pensar a moda. Nesse dia, após a apresentação dos valores do ecossistema para o público de mais ou menos 40 pessoas, foram distribuídos os postais que, no verso, continham o pedido que cada um interpretasse o manifesto e publicasse uma foto nas redes sociais, utilizando a #modamudamundo. Na Semana Fashion Revolution, a estratégia dos postais se manteve, mas

agregou uma nova arte, agora criada pelo artista Augusto Lima, que representou as indagações sobre o universo da moda, com um olhar marcante e com corpos que se misturam com pontos de interrogação e exclamação. A concepção de novas ilustrações artísticas, ao longo do processo de difusão da cultura da sustentabilidade por meio do Ecosistema, é uma estratégia de manter o diálogo com a sociedade sempre aberto com a sociedade, de modo que quem tiver interesse pode criar uma arte a partir do manifesto, tornando ela um dispositivo de ativação cultural.

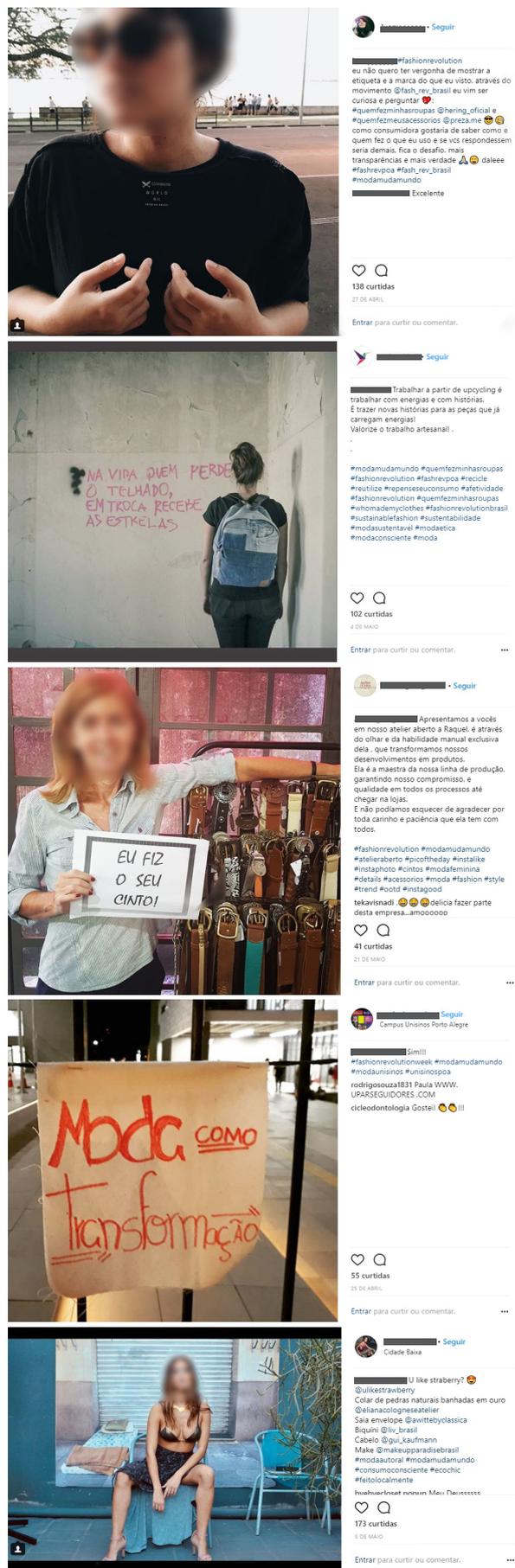
A observação observante proposta por Canevacci (2009) possibilitou a reflexão sobre a conexão da arte com o ativismo de design realizado por meio do Ecosistema, e teve o estupor como trilha para a descrição desse entendimento. O estupor é sugerido pelo autor como forma de deixar-se levar pelos espantos sentidos ao longo do percurso da pesquisa, espantos que, ao mesmo tempo, chocam e instigam. Nesse sentido, pistas sobre o vínculo da arte com o ativismo de design foram surgindo, conforme abaixo.

Uma dessas pistas é a de Arte, Pluralidade e Auto-representação.

A escolha da ilustração artística como representação do manifesto criado pelo Ecosistema é uma escolha estratégica. A arte é uma forma de sensibilizar seus apreciadores através dos sentidos, libertando cada pessoa para que tenha suas próprias interpretações, a partir do objeto observado. Por muito tempo, acompanhamos a comunicação pautada pela indústria de massa, que criava representações no intuito de persuadir o maior número de pessoas, a partir de uma mesma comunicação. Agora, estamos vivenciando uma nova era comunicacional que permite que os indivíduos se transformem em multivíduos que possam imprimir suas múltiplas identidades e subjetividades, de modo a que tornem plural uma representação visual (Canevacci, 2009).

No caso dos postais elaborados a partir de processos de design realizados com os atores do Ecosistema, pretendeu-se possibilitar a impressão da subjetividade de cada pessoa que tenha contato com a arte. É possível perceber as diferenças entre a interpretação e representação entre um multivíduo e outro, a partir da montagem abaixo (Figura 4), que teve como objetivo demonstrar o território de ativação virtual iniciado no Instagram, a partir da sugestão do uso da #modamudamundo no verso dos postais.

Figura 4 – Montagem de Representações a partir da hashtag #modamudamundo



Fonte: Instagram, montagem elaborada pela autora.

Ao total, até o final do mês de maio de 2018, somam-se 281 publicações espontâneas com o uso da hashtag. As postagens representam as diferentes formas de interpretação do manifesto através do uso da hashtag. Cada pessoa que se auto representou, após seu contato com as ativações do Ecossistema, imprimiu a sua leitura sobre a cultura da sustentabilidade na moda. Elas abriram um diálogo com outras tantas pessoas que por ali puderam transitar, e reinterpretaram e reimprimiram novas possibilidades de representação e leitura.

A desconstrução, ou estupor, propostos por Canevacci (2009), acontecem pelo tipo de representação criado em torno da ilustração artística estimulada pelo Ecossistema. Os três postais, sendo um diferente do outro, possibilitaram um novo contato com representações advindas do universo da moda. A partir do manifesto construído coletivamente pelos atores do Ecossistema, os valores sobre o que é moda são transformados esse materializam nas ilustrações. Normalmente, as campanhas de moda são recheadas de fetichismos mercadológicos, com insinuações sobre sensualidade e poder. Nesse caso, as ilustrações artísticas e a maior parte das suas reinterpretações, observadas na página da hashtag no Instagram e, também, em outros territórios percorridos pela autora, comunicam um espírito ativista, com indagações sobre a origem das roupas e suas matérias-primas. O conceito de colaboração também é observado como sendo um estupor provocado pelo ativismo de design. São conceitos que estão sendo inseridos no mundo da moda e que fazem com que grandes redes repensem seus modos de comunicar e projetar a moda.

Conclusão

A partir da reflexão apresentada nesse estudo, é possível observar algumas características do ativismo de design projetado por meio do Ecossistema da Moda Sustentável do RS, sendo a intervenção artística uma característica marcante. Observou-se que a conexão da arte com a moda pode causar desconstruções e reflexões através das ações geradas pelo ecossistema, que ativou a cultura da sustentabilidade ao longo dos primeiros meses de 2018. Trata-se de ativações que geraram engajamento, pluralidade e auto-representação das pessoas que puderam deixar suas contribuições nos territórios ativados, dentre eles, a hashtag #modamudamundo, no Instagram ¹.

É importante observar a relevância da continuidade dessa pesquisa para além do Ecossistema da Moda Sustentável do RS, observando também outras organizações colaborativas que já estão surgindo no país, como o Movimento Fashion Revolution, por exemplo. No momento, mantemos a pesquisa concentrada no Ecossistema como fase inicial do processo de descoberta.

Referências

- CANEVACCI, M. (2009). *Comunicação Visual*. São Paulo: Brasiliense.
- CEREÇA, Geo. (2018a). Ativação na Virada Sustentável. [S.l.]. Disponível no *Google Drive* do Ecossistema da Moda Sustentável do RS, compartilhado com todos os atores envolvidos.
- _____. (2018b). Ativação na Semana Fashion Revolution. [S.l.]. Disponível no *Google Drive* do Ecossistema da Mosa Sustentável do RS, compartilhado com todos os atores envolvidos.
- FLETCHER, K; GROSE, L. (2011). *Moda & Sustentabilidade: design para mudança*. São Paulo: Senac São Paulo.
- FREIRE, K. (2015). Design estratégico para a inovação social. In: K. M. FREIRE (org.), *Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural*. São Paulo: Kазuá, p.13-41.
- FUAD-LUKE, A. (2009). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world*. London: Earthscan.
- MANZINI, E. (2008). *Design para a inovação social e sustentabilidade. Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais Ltda.
- MANZINI, E. (2017). *Design quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social*. São Leopoldo: Unisinos.
- MURATOVSKI, G. (2016). *Research for Designers*. London: Sage Publications Ltd.

1. Disponível em <<https://www.instagram.com/explore/tags/modamudamundo>>.

Possíveis contribuições do Design Estratégico a uma possível comunidade criativa

Gustavo Berwanger Bittencourt*

Resumo: As pessoas com doenças raras, seus pais e cuidadores, enfrentam dificuldades diárias na busca por uma vida digna. Não recebendo apoio tanto do poder público quanto da iniciativa privada, reúnem-se em grupos para tentar resolver por si essas dificuldades. O artigo propõe uma série de perguntas sobre esse contexto a partir da lente do Design Estratégico, bem como sobre uma metodologia de investigação como um primeiro movimento de um projeto de pesquisa de mestrado que busca refinar sua proposta original. Como resultado desse primeiro movimento, já se apresentam algumas hipóteses, como a de que esses grupos não são comunidades criativas e a de que existe uma oportunidade fértil de pesquisar esse universo.

Palavras-chaves: Design Estratégico. Inovação Social. Doenças Raras.

Introdução

Este artigo parte da ideia central de um projeto de pesquisa apresentado no processo de seleção para o Mestrado em Design Estratégico e a submete às primeiras leituras sobre este campo realizadas no curso. Com isso, pretende abrir caminhos, em um primeiro movimento criativo, para geração de possibilidades para a depuração do projeto, tanto no que diz respeito ao objeto de pesquisa, quanto às suas perspectivas e metodologia.

Uma possível comunidade criativa

Existem, no Brasil, cerca de 13 milhões de pessoas com doenças raras - aquelas que afetam até 65 em cada 1000.000 indivíduos de uma dada população (Portaria nº 199, 30 de janeiro de 2014). Segundo o Ministério da Saúde, aproximadamente 80% dessas doenças são disfunções genéticas (Frasão, 2015) e, portanto, não têm cura. A maior parte das pessoas que tem uma dessas condições depende inteiramente de um tratamento contínuo, do nascimento até sua morte, para sobreviver, ou para levar uma vida com um mínimo de qualidade e dignidade. As dificuldades de quem tem uma doença rara, seus cuidadores e suas famílias multiplicam os desafios que pessoas sem doenças raras enfrentam no sistema de saúde brasileiro, seja privado ou público (Rusky, 2018). Além de tentar fazer valer os princípios de universalidade e integralidade do atendimento em saúde mais básicos, propostos pela Constituição, as pessoas envolvidas com doenças raras enfrentam ainda obstáculos como exclusão social associada à doença, falta de tempo e espaço para a vida privada e familiar, falta de apoio doméstico, psicológico e financeiro, além de falta de informação sobre como tratar e lidar com a doença e seus efeitos subjetivos e sociais (Santos Luz et al., 2016).

Esse contexto obriga as pessoas afetadas a buscar respostas de maneira fragmentada, mesclando orientações médicas esparsas com a troca de informações em grupos de apoio, formados por pares que estão na

mesma situação (Santos Luz et al., 2016). É comum que esses grupos surjam através da articulação direta de pais e cuidadores (Muotry, 2007), mesmo quando eles não têm nenhuma habilidade específica de saúde, de gestão ou de comunicação. São cidadãos que se deparam com obstáculos aparentemente intransponíveis e que, por amor aos seus ou à sua vida, ativam seu potencial criativo e se lançam na missão de projetar uma situação desejada, mesmo sem ter todos os recursos materiais e cognitivos para tanto.

Trata-se, talvez, segundo conceitos formulados por Meroni (2007) e Jégou e Manzini (2008), de Comunidades Criativas: grupos de pessoas impelidos a se formar por problemas cotidianos em comum e que conseguem, coletivamente, imaginar, criar e gerir soluções para esses problemas, graças a uma um olhar não-convencional do contexto que os cerca e a uma atitude prática, de “mão na massa”, que também é positiva no sentido de apostar, firmemente, no resultado de seus esforços. Assim, estruturam organizações civis, criam e gerenciam websites e fóruns em redes sociais, organizam e divulgam eventos, pressionam o legislativo para fazer evoluir as leis, além de, muitas vezes, se transformarem em embaixadores da inclusão (Grandelle, 2018).

E por que se propõe aqui que esses grupos apenas talvez sejam Comunidades Criativas? Por que não dizer de imediato que são? Em primeiro lugar, cabe esclarecer que considerá-los ou não Comunidades Criativas é um recurso de pesquisa, uma forma de olhar para esses grupos, a partir da pesquisa em design. De forma alguma, buscamos rotulá-los, classificá-los ou situá-los na sociedade a partir dessa perspectiva. Dito isto, apesar de reportagens jornalísticas encontradas em uma pesquisa exploratória inicial demonstrarem indícios que permitem fazer esse paralelo entre as comunidades raras e as comunidades criativas investigadas pelo design, não há pesquisas que investiguem o tema. Nossa hipótese é que essas comunidades têm, de fato,

* Mestrando PPG Design UNISINOS. Orientadora: Doutora Karine de Mello Freire.

forte potencial criativo mas ele está travado por uma trama de circunstâncias que merecem um olhar mais atento, aprofundado e sistemático. E, embora o tema das comunidades criativas venha sendo pesquisadas com certa intensidade no âmbito do Design Estratégico (Meroni (2007); Jegóu e Manzini (2008); De Oliveira (2016); Litvin (2017); Michelin (2017); Bueno (2018)), grupos formados por pais, cuidadores e pessoas com doenças raras não têm figurado nessas pesquisas. Se, como dizem Manzini (2016) e Meroni (2008), o design hoje é mais centrado nas comunidades e orientado a projetar soluções para situações sociais complexas e intrincadas, existe aqui uma oportunidade para a contribuição dessa prática e campo de conhecimento às comunidades raras.

As possíveis contribuições do Design Estratégico

Mas, exatamente, o que o design pode fazer pelas pessoas que se encontram na busca de soluções para as questões sociais, econômicas e cognitivas das doenças raras? Certamente, é preciso ir além do design que projeta logotipos e websites para associações, camisetas para caminhadas, folhetos para eventos beneficentes ou garrafinhas de brinde para congressos. Ainda é comum que se espere do design uma contribuição restrita à criação de produtos ou de comunicação visual, pois ele nasceu e se estruturou como prática vinculada ao desenvolvimento de projetos para a criação e manufatura de objetos materiais pela indústria (Manzini, 2016) e de sistemas de sinalização e identidade visual, nos primeiros grandes centros urbanos (Cardoso, 2008). Mas, ao longo do tempo, a prática e os estudos do design foram se ocupando de aspectos cada vez mais imateriais, chegando até a focar seus projetos em relações entre os atores dos contextos com os quais é chamado a colaborar (Freire, 2014).

Esse movimento de mudança de foco do material para o simbólico aprofundou-se ao longo desse início de século (Manzini, 2016), sofisticando o entendimento e a práxis do design, tirando-o do papel de coadjuvante da indústria e chegando a colocá-lo não só no centro das decisões organizacionais, como também abrindo novos campos de atuação e reflexão, fora do âmbito tradicional do sistema produtivo (Muratovski, 2015). Em outras palavras, o design, transcendeu a fábrica e vem-se envolvendo com, praticamente, todas as outras dimensões da sociedade, seja através da participação de especialistas em design em projetos fora do seu escopo histórico, seja com pessoas sem treinamento formal que aplicam a mentalidade do design a seus projetos cotidianos (Manzini, 2017). Nessa trajetória, uma abordagem específica de design passou a trabalhar com a projeção de estratégias de diferentes tipos de organizações que levam em consideração as ideias e as relações dos atores envolvidos, o impacto na sociedade e no meio ambiente, os aprendizados inerentes ao processo, a busca por inovação e a possibilidade de expressão dessa estratégia em formatos diversos que não

apenas produtos, ou comunicação visual (Meroni, 2008). Essa abordagem é chamada de Design Estratégico.

O Design Estratégico, conforme proposto pela matriz italiana de pensamento e prática, especialmente pelo *Master in Strategic Design* do Politecnico de Milão (Meroni, 2008), é uma abordagem de design, um jeito de fazer design, que representa muito bem esse novo momento do design que vem consolidando-se nas últimas décadas. Já há mais tempo, mas mais fortemente nesse período recente, designers e empresas de design são convocados ou “convocam-se” a atuar em processos de definição de estratégias de organizações das mais diversas naturezas - desde grandes corporações multinacionais a pequenos coletivos da sociedade civil (Brown, 2009; Muratovski, 2015). A contribuição do design nesse formato difere em muito da sua origem na revolução industrial e mesmo na sua atuação ao longo do século XX. Ele não vem para projetar ou embelezar objetos, ou sistematizar comunicação visual, mas para articular, de modo colaborativo, estratégias e sentidos que levam essas organizações a um nível superior de entendimento de si e de uso de suas potencialidades (Meroni, 2008). Ao mesmo tempo, certas competências originais do design, como a transdisciplinaridade, a sensibilidade estética e a própria disposição à ação projetual permanecem como a essência que liga o Design Estratégico com o design da revolução industrial.

Diante disso, a questão que propõe este artigo é: que contribuições o Design Estratégico, com todas essas particularidades, poderia oferecer a um ou mais grupos de pais e cuidadores de pessoas com doenças raras, de modo a ativar suas potencialidades criativas na busca por viver melhor? Pretende-se responder à pergunta não com soluções prontas às questões dos grupos, que vamos chamar aqui, arbitrariamente, de “comunidades raras”, mas com o uso de alguns dos pilares do Design Estratégico para formular outras perguntas que podem servir como vias de entrada no tema e, posteriormente, enriquecer a reflexão e o projeto de pesquisa ao qual esse artigo está vinculado.

Colaboração

O Design Estratégico entende que as comunidades a quem seus projetos se destinam devem ser envolvidas na concepção e implementação do que é criado, uma vez que essa participação enriquece, com múltiplas “bagagens disciplinares” (Franzato et al, 2015) e múltiplos pontos de vista, às vezes contraditórios, o processo de construção de um caminho consensual (Freire, 2015). A colaboração também promove “prazer e um senso de compartilhamento de objetivos” (Meroni, 2008, p. 36, tradução nossa) e sensações cujos benefícios são óbvios. Na verdade, a colaboração é vista pelo Design Estratégico não como uma ferramenta da qual se lança mão quando necessário, mas a considera condição para a construção de um futuro mais aberto e inclusivo.

Então, o primeiro conjunto de perguntas que podemos fazer às comunidades raras são: as pessoas, direta ou indiretamente afetadas pelas doenças raras, estão participando das iniciativas existentes? Em que nível? De que forma? Se estão, essa participação está aproveitando o potencial dos participantes? Qual seria o papel do Design Estratégico em comunidades que já tem um certo nível de organização e colaboração?

Estratégia

Historicamente, a formulação e o estudo de estratégias para organizações foi sempre da alçada da administração. Mas à medida em que a globalização e a cultura digital tornaram o ambiente competitivo global menos estável, previsível e linear, as competências do design passaram a ser vistas como úteis e desejáveis em instâncias superiores das organizações, indo muito além da área de produto e desenvolvimento na qual os designers foram sempre alocados (Muratovski, 2015). Por se pautar pela qualidade da experiência das pessoas servidas pela organização e por construir uma cultura interna de inovação (Buchanan, 2015) que aceita o erro como parte do processo e aborda os problemas de forma holística (Deserti e Rizzo, 2014), a estratégia formulada pelo design responde diretamente (e naturalmente) aos desafios contemporâneos impostos às organizações, sejam elas comerciais ou não.

O que leva o Design Estratégico a formular a seguinte pergunta ao olhar para as comunidades raras: que estratégias vem engendradas em suas iniciativas atuais e qual é sua qualidade, no que diz respeito a ativar o potencial do coletivo? São estratégias deliberadas ou orgânicas? Que resultados se poderia obter com a formulação de estratégias nos moldes do Design Estratégico?

Sistema Produto-Serviço-Comunicação

As estratégias do Design Estratégico não são materializadas por uma sequência de soluções lineares e separadas que começam em produtos ou serviços e dos quais derivam esforços de comunicação. Aqui, produtos, serviços e comunicação são projetados simultaneamente (Scaletsky *et al.*, 2016), pois só assim conseguem atender às necessidades das pessoas ou comunidades a quem se destinam, no ambiente complexo em que vivemos (Meroni, 2008).

Por isso, a pergunta que o Design Estratégico faz desse ponto de vista é: que ganhos a concepção de sistemas-produto-serviço-comunicação traria às comunidades raras? Que oportunidades existem nos pontos cegos deixados por produtos, serviços e comunicação desconectados, não sistêmicos, existentes hoje?

Inovação Social

O conceito da Inovação Social foi formalizado e vem sendo praticado como resultado de diferentes matrizes de pensamento, criando inclusive alguns entendimentos

superficiais ligados à filantropia (Federizzi e Borba, 2015). Manzini (2017, p. 25) subscreve a definição da Young Foundation que propõe a Inovação Social como a geração de “novas ideias que atendem a necessidades sociais e, ao mesmo tempo, criam novas relações ou colaborações sociais”. Logo, no Design Estratégico, a Inovação Social não é apenas resultado, mas também motivação e meio. Como motivação, surge da necessidade de as comunidades projetarem novas identidades e contextos de vida, para fazer frente a obstáculos históricos, ou para adaptar-se às transformações tecnológicas, econômicas e sócio-políticas (Manzini, 2017). Como meio, trata-se das novas formas com que as comunidades usam os recursos que estão à sua disposição, ou das novas perspectivas e sentidos que propõem (Manzini, 2003). Como resultado, é o estabelecimento de “práticas sustentáveis que criam valor coletivo acima dos interesses individuais” (Federizzi e Borba, 2015, p. 94).

Desse ângulo, o Design Estratégico poderia perguntar: que motivações das comunidades raras poderiam servir de gatilho para a prática de Inovação Social; que meios elas estão tentando utilizar para alcançar seus objetivos e se eles têm algum tipo de traço em comum com a Inovação Social; se não tem, qual é o gancho para sua introdução? Também é possível refletir sobre possíveis cenários de introdução de práticas que criassem e sustentassem uma cultura de Inovação Social nessas comunidades.

Uma possível metodologia

Levantadas essas quatro perspectivas de questionamento, buscamos um caminho de exploração do contexto das comunidades raras, uma metodologia que nos permita mergulhar nesse universo e emergir com observações, dados e insights os mais vivos possíveis, e que ofereçam um panorama fértil à reflexão e à projeção. Encontramos esse caminho no âmbito da antropologia, mais especificamente, da etnografia.

O uso de pesquisas de inspiração etnográfica, recurso cada vez mais comum no design, tem por função trazer ao processo projetual a perspectiva da alteridade. A presença de determinados métodos e técnicas oriundas da Antropologia em um projeto contribui para a leitura da situação e das pessoas a quem ele se destina, por permitir “compreender a experiência do outro à luz da experiência do outro” (Tonetto, 2016 p. 123). Mesmo que configure mais uma contribuição da etnografia ao design do que “uma articulação completa entre as áreas” (Tonetto, 2016, p. 124), o uso de pesquisas de inspiração etnográfica impede que o designer tome sua experiência e parâmetros como regras universais, evitando distorções que costumam reduzir o escopo de possibilidades do projeto (Brown, 2009).

Por isso, propõe-se, aqui, dar continuidade à colaboração entre o design e a antropologia, ao trazer para esse projeto de pesquisa as abordagens e conceitos do

antropólogo Massimo Canevacci. Proponente de um Design Vagante, que “cruza a experiência criativa do antropólogo e do designer” em um movimento de “vagar”, de forma a perder-se em sua pesquisa sem buscar o que já está classificado e determinado (Canevacci, 2016), ele destaca a necessidade de o observador construir-se deliberadamente como observador, tendo plena consciência de sua posição. Tal atitude evitaria ilusões de objetividade, ao mesmo tempo em que aguça as sensibilidades. Em suas palavras:

Fazer-se ver: não no sentido de aparecer, mas nos variados sentidos de desenvolver qualidades sensitivas fundadas nas percepções do olhar, na sensibilidade do ver, do transformar-se além do sujeito-em-visão, do mudar-se em ver, em coisa-que-vê [...] Fazer-se ver significa treinar a observação enquanto se observa (Canevacci, 2009, p. 26)

Essa proposta de Canevacci insere-se no que chama de Estupor Metodológico, uma disposição do pesquisador para encontrar e lidar com o que é desconhecido, estranho e indesejado e preparar-se para identificar o que é único, mesmo em situações familiares (Canevacci, 2017). Em época de saturação de informação, na qual tudo é rapidamente dado como conhecido, na qual o chocante se torna facilmente familiar, podendo inclusive sensibilizar-nos, ou induzir-nos a abraçar clichês, Canevacci incentiva a treinar e a manter um frescor de olhar que é quase revolucionário.

Respondem bem a essa necessidade, um conjunto de conceitos de Canevacci que ele apresenta como uma metodologia. O Fetichismo Metodológico, por exemplo, busca interpretar fenômenos visuais contemporâneos, com o objetivo de compreender a relação que eles tem com as pessoas, especialmente a disposição de mesclarem seu entendimento de mundo a eles (Canevacci, 2009); o Design Fisionômico é uma “configuração visual que absorve o caráter ‘psico-cultural’ de qualquer objeto em relação a um consumidor ou usuário” (Canevacci, 2017, p. 9, tradução nossa); e a Biografia Cultural das Mercadorias sugere que construir a biografia de “coisas transformadas em sujeitos singulares” (Canevacci, 2009, p. 34) nos permite compreender, assim como acontece na biografia de pessoas, sua origem, suas relações, seu lugar na sociedade e assim por diante.

Estes são apenas alguns exemplos da quase uma dezena de conceitos operativos oferecidos por Canevacci. Nota-se uma certa inclinação de trazer a este projeto conceitos que lidam com fenômenos comunicacionais e visuais, o que se justifica. Conforme o dito, mas também algo a ser melhor investigado, há indícios de que websites, aplicativos e redes sociais desempenham um papel protagonista na construção e manutenção das comunidades raras. Essa possível metodologia de Canevacci buscaria entender, entre outras questões, se, de fato, é assim.

De qualquer forma, parece-nos que, com essa

metodologia, entraríamos na pesquisa melhor preparados para identificar fenômenos que estão além de uma primeira cortina de clichês e lugares-comuns culturais que, naturalmente, envolvem toda e qualquer comunidade. A possibilidade do estupor também nos interessa por nosso envolvimento particular com as comunidades raras. O pesquisador, neste caso, tem um filho com uma síndrome rara e técnicas e métodos que o desloquem do lugar de pai são bem-vindos.

Considerações Iniciais

Nesse artigo, identificou-se um grupo de pessoas reunidas pela necessidade de resolver problemas sociais, não abordados de forma eficiente pela iniciativa privada, ou pelo poder público. E, olhando para esse grupo, levantaram-se duas hipóteses: a de que ele talvez constitua uma comunidade criativa, na forma como o Design Estratégico entende esse conceito; e a de que o Design Estratégico tem algo a contribuir com esse grupo, no mínimo na forma de uma pesquisa de mestrado, o que já vem sendo feito há alguns anos com outras comunidades.

Partindo de algumas características centrais do Design Estratégico, organizadas de forma arbitrária para efeito de geração de possibilidades, foram propostas quatro vias de investigação e reflexão que não tem a pretensão de serem usadas isoladamente, nem de esgotar as alternativas. Estamos no início de um percurso de pesquisa e, ao realizar uma primeira consolidação sobre o problema de pesquisa e alguns referenciais teóricos, buscou-se apenas poder olhar um pouco de fora o projeto, bem como receber contribuições externas.

Porém, já é possível fazer pelo menos duas afirmações preliminares, mesmo com tão poucos dados e materiais teóricos reunidos: 1) Assim como muitos outros grupos, as comunidades raras vem tentando solucionar seus problemas unindo-se, de alguma forma, e lançando mão dos recursos que são alguns deles ligados a práticas sociais e tecnológicas recentes; 2) Esses indícios sugerem alguns paralelos com outras investigações e projetos do Design Estratégico, realizados em nível local e internacional. Entende-se, então, que há elementos suficientes para, considerado o devido processo, ir em frente com essa pesquisa.

Referências

BRASIL. Ministério da Saúde. *Portaria nº 199, 30 de janeiro de 2014*. Institui a Política Nacional de Atenção Integral às Pessoas com Doenças Raras, aprova as Diretrizes para Atenção Integral às Pessoas com Doenças Raras no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS) e institui incentivos financeiros de custeio. Disponível em: <http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2014/prt0199_30_01_2014.htm>. Acesso em 29 maio 2018.

BROWN, T. (2009). *Change by design: how design thinking*

- transforms organizations and inspires innovation. New York: Harper Business.
- BUCHANAN, R. (2015). Worlds in the making: design, management, and the reform of organizational culture. *She Ji: The Journal of Design, Economics and Innovation*, 1:5-21. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2015.09.003>
- BUENO, A.C.P. (2018). *Uma coalizão de design para a transformação social : propondo diálogos estratégicos entre ecossistemas criativos*. Porto Alegre, RS. Dissertação de Mestrado (Design), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 165 f.
- CANEVACCI, M. (2009). *Comunicação Visual*. São Paulo: Brasiliense.
- _____. (2016). *Design Vagante*. Mountain View: Google. (01 min 40 s). Disponível em: <<https://youtu.be/36ec1pNI-ts>>. Acesso em 29 maio 2018.
- _____. (2017). Ubiquitous design: ethnographic glances towards syncretisms, polyphonie, metafetichism. *The Design Journal*, 20(sup 1):S4600-S4610. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352957>
- CARDOSO, R. (2008). *Uma história do design*. São Paulo: Blucher.
- DESERTI, A.; RIZZO, F. (2014). Design and the Cultures of Enterprises. *Design Issues*, 30(1):36-56. https://dx.doi.org/10.1162/DESI_a_00247
- FEDERIZZI, C. L.; BORBA, G. S. (2015). Design para inovação social no âmbito da cidade: da teoria a práticas no Estado de São Paulo. In: K. M. FREIRE (org.), *Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural*. São Paulo: Kazuá, p. 83-116.
- FRANZATO, C.; DEL GAUDIO, C.; BENTZ, I.; PARODE, F.; BORBA, G. S.; FREIRE, K. M. (2015). Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: K. M. FREIRE (org.), *Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural*. São Paulo: Kazuá, p. 157-182.
- FRASÃO, G. (2015). Ministério da Saúde lança protocolos para 12 doenças raras. Ministério da Saúde, Brasília, 18 jun. Disponível em: <<http://portalms.saude.gov.br/noticias/sas/18133-ministerio-da-saude-lanca-protocolos-clinicos-para-12-doencas-raras>>. Acesso em 23 set. 2018.
- FREIRE, K. M. (2014). Design estratégico: origens e desdobramentos. In: 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2014, Gramado. **Anais...** São Paulo: Blucher, 2014, p. 1187-1196. <http://dx.doi.org/10.5151/designpro-ped-01074>
- _____. (2015). Design Estratégico para Inovação Social. In: _____. (org.), *Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural*. São Paulo: Kazuá, p. 13-41.
- GRANDELLE, R. (2018). *Mães conquistam espaço e atenção para síndromes raras, por causa de seus filhos*. Rio de Janeiro, 07 mai. Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/to-dentro/post/maes-conquistam-espaco-e-atencao-para-sindromes-raras-por-causa-de-seus-filhos.html>>. Acesso em 23 set. 2018. Blog: Tô dentro!.
- JÉGOU, F.; MANZINI, E. (2008). *Collaborative services: social innovation and design for sustainability*. Milano: POLI.Design. Disponível em: <<https://www.strategicdesignscenarios.net/publications/>>. Acesso em 24 maio 2018.
- LITVIN, A. K. (2017). *A construção colaborativa de um processo de design estratégico junto com a rede das casas colaborativas de Porto Alegre*. Porto Alegre, RS. Dissertação de Mestrado (Design), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 131 f.
- MANZINI, E. (2003). Strategic design for sustainability: instruments for radically oriented innovation. In: F. JÉGOU; E. MANZINI. *Sustainably everyday: scenarios of urban life*. Milano: Edizioni Ambiente, p. 231-234.
- _____. (2016). Design culture and dialogic design. *Design Issues*, 32(1):52-59. http://dx.doi.org/10.1162/DESI_a_00364
- _____. (2017). *Design: quanto todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social*. São Leopoldo: Editora Unisinos.
- MAURI, F. (1996). *Progettare progettando strategia*. Milano: Masson S.p.A.
- MERONI, A. (2008). Strategic design: where are we now: reflection around the foundations of a recent discipline. *Strategic Design Research Journal*, 1(1):31-38. <http://dx.doi.org/10.4013/sdrj.20081.05>
- _____. (2017). Creative communities: people inventing sustainable ways of living. Milano: POLI.Design. Disponível em: <https://www.academia.edu/877752/Creative_Communities_People_inventing_sustainable_ways_of_living>. Acesso em 24 maio 2018.
- MICHELIN, C. (2017). *Seeding de casa colaborativa na perspectiva do design*. Porto Alegre, RS. Dissertação de Mestrado (Design), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 190 f.
- MUOTRY, A. (2007). Associações de Pais e Pacientes. *G1 Espiral*, São Paulo, 07 set. Disponível em: <<http://g1.globo.com/platb/espisal/2007/09/07/associacoes-de-pais-e-pacientes/>>. Acesso em 29 maio 2018.
- MURATOVSKI, G. (2015). Paradigm Shift: Report on the New Role of Design in Business and Society. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 1(2):118-139. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2015.11.002>

OLIVEIRA, C. M. M. (2016). *Soluções habilitantes como estímulo à formação de uma comunidade criativa*. Porto Alegre, RS. Dissertação de Mestrado (Design), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 132 f.

RUSKY, R. (2018). Como conviver com doenças raras: pacientes revelam suas lutas. *Correio Braziliense*, Brasília, 29 abril. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/revista/2018/04/29/interna_revista_correio,676791/como-conviver-com-doencas-raras-pacientes-revelam-suas-lutas.shtml>. Acesso em 29 maio 2018.

SANTOS LUZ, G.; SILVA, M. R. S.; DEMONTIGNY, F. (2016). Priority needs referred by families of rare disease patients. *Texto Contexto – Enferm [on-line]*, 25(4):e0590015. <http://dx.doi.org/10.1590/0104-07072016000590015>

SCALETSKY, C. C.; DA COSTA, F. C. X.; BITTENCOURT, P. (2016). Reflexões sobre Design Estratégico. In: C. C. SCALETSKY (org.), *O design estratégico em ação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, p. 14-22.

TONETTO, L. M. (2016). Pesquisa de Inspiração Etnográfica. In: C. C. SCALETSKY (org.), *O design estratégico em ação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, p. 122-137.

ZURLO, F. (2010). Design strategico, TRECCANI: *Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti*. Roma. Disponível em: <[http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_\(XXI-Secolo\)](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_(XXI-Secolo))>.

O Design Estratégico como abordagem projetual para o mundo da Internet das Coisas

Marcia Regina Diehl*

Resumo: A mudança de paradigma que se percebe a partir da consolidação da *Internet of Things* requer um processo projetual fortemente conectado ao ecossistema sócio-técnico, pois além de focar no ser humano, será necessário também olhar os objetos com inteligência que atuarão no ecossistema de modo autônomo, independente da ação humana.

Palavras-chaves: Processo projetual. Internet das coisas. Design estratégico.

Introdução**

A relação do homem com seus objetos é estudada e analisada em áreas tais como antropologia, design, administração, marketing e, inclusive, na literatura, por exemplo, em poemas de Pablo Neruda, como a *Oda a las cosas*, dedicado aos objetos, às coisas ordinárias (Neruda, 2011). Apesar de serem carregados de significados e permitirem que se compreenda a cultura de grupos sociais, os objetos, até o momento, eram inanimados. As tecnologias de informação e comunicação, ao serem agregadas a alguns objetos como telefones, aparelhos de TV, relógios, entre outros, lhes trazem uma certa vida mas ainda assim de modo incipiente. Mesmo objetos tecnológicos, tais como computadores, *tablets*, *smartphones*, que aparentemente se comunicam com os homens, ainda o fazem sem independência. Ou seja, todos os objetos que estão disponíveis para uso e que possuem algum tipo de tecnologia de informação e comunicação dependem do homem para funcionarem. Ainda não lhes foi dada autonomia para estabelecer relações com os homens e outros objetos, a partir de seus próprios entendimentos.

Uma nova tecnologia, composta por sensores digitais aliados à internet e impulsionada por sistemas de análise de dados, conhecida como *Internet of Things - IoT*, deixa entrever uma mudança de paradigma em nosso ecossistema, abrangendo subsistemas como a vida social, o meio-ambiente, a produção de objetos, o bem-estar e saúde, entre outros. É, através desta tecnologia que a interação autônoma entre o homem e objetos começa a tornar-se realidade.

Muito embora exista tecnologia de *IoT* à disposição para ser testada, comprada e produzida, é importante ressaltar que ainda há muito o que discutir, refletir, testar e construir. E, nesse sentido, entende-se que o design estratégico seja o espaço adequado para realizar tais atividades pelas suas características projetuais. No entanto, sendo a *IoT* um paradigma emergente, que promete uma mudança em nosso ecossistema, questiona-se se também o design estratégico não necessitaria de novas propostas para realizar o enfrentamento desta tecnologia.

O design estratégico tem uma abordagem projetual diferente daquela praticada no campo das tecnologias - engenharia, eletrônica, informação, redes computacionais - que privilegiam a tecnologia em si a despeito do usuário. A abordagem do design estratégico considera o homem como ponto central em processos projetuais, sem perder de vista todo o ecossistema no qual ele está inserido, consolidando assim a sua visão holística.

No entanto, vislumbra-se um ecossistema onde objetos poderão estabelecer relações em nível de igualdade com os homens, os quais trarão uma nova inteligência ao sistema como um todo. Entende-se, portanto, que o processo projetual deva olhar para os objetos da mesma forma que olha para os humanos. Por tal motivo, pretende-se trazer para o centro do processo projetual tanto o homem, quanto seus objetos de modo a construir concepts que não sejam percebidos numa abordagem puramente centrada no homem. Ou seja, objetiva-se trazer para o design estratégico insumos metodológicos da abordagem *thing-centered design*.

Desta forma, tem-se como objetivo propor novas dimensões para a abordagem do design estratégico que levem em consideração o paradigma emergente da *Internet of Things - IoT*. E, para alcançá-lo, entende-se que seja necessário mapear o ecossistema da *Internet of Things*; aprofundar a compreensão da abordagem *thing-centered design*; propor estratégias projetuais para um processo de desenvolvimento de Sistemas Produto-Serviço baseados em *Internet of Things - IoT*; analisar o processo projetual a partir de suas dinâmicas, validando as estratégias propostas; e discutir sobre novas possibilidades para o design estratégico.

Das coisas, ou dos objetos, das pessoas e suas relações

Ao pesquisar em livros, artigos e em sites especializados na internet a respeito de tecnologias de futuro, encontrou-se farto material sobre novos objetos que estão sendo construídos e sobre pesquisas que estão sendo realizadas. Além de objetos, ou coisas, encontraram-se, também, sistemas a serem utilizados em diversas áreas, bem como

* Doutoranda PPG Design UNISINOS. Orientador: Doutor Carlo Franzato.

**O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

discussões a respeito dos impactos gerados, tanto no presente, em pesquisas, quanto no futuro, quando os objetos e sistemas estiverem inseridos em nosso ecossistema.

Para compreender o quanto os temas objetos, ou coisas, pessoas e relações entre pessoas e objetos são alvo de estudo e observação, recorre-se a John Thackara. Este autor, em seu livro “How to Thrive in the Next Economy” (2015), traz um apanhado de informações sobre matéria (*matter*) que remonta aos filósofos gregos, mais especificadamente à Thales e o hilozoísmo. Desde a ideia de que a matéria é viva (*matter is alive*) até a percepção de que tudo está interligado, passamos por Lucretius, poeta romano, “argumentando que todas as coisas estão conectadas, profundamente, num mundo de matéria e energia” (Thackara, 2015). Também encontramos filósofos chineses que explicam o Tao - tudo o que compõe o universo está interligado e se realiza por trocas através de um fluxo contínuo -, e budistas - que entendem o universo como um estado de impermanência, de um movimento incessante. Os autores Simms e Potts (2012) apresentam Baruch Spinoza, filósofo holandês, que entende o mundo como uma complexa rede de relacionamentos e interações na qual “todo o corpo não-humano compartilha com cada corpo humano, uma natureza cognitiva”.

Na sequência da linha do tempo, Werner Heisenberger, um dos gigantes da física moderna, contribuiu fortemente para a mudança de paradigma no campo da física quando então se deixa a visão mecanicista e se muda para uma visão de mundo holística e ecológica. Segundo Capra (2016), “no centro desta mudança de paradigma reside uma mudança fundamental de metáfora onde deixamos de ver o mundo como uma máquina para entendê-lo como uma rede.” Ainda de acordo com o autor supracitado, Heisenberg diz que: “o mundo aparece como uma complicada tessitura de eventos, nos quais conexões de diferentes tipos se alternam, se sobrepõem ou se combinam e assim determinam a textura do todo”.

Atualmente, no manifesto *The New Materialism* (SIMMS; POTTS, 2012), os autores propõem que “nossa relação com o mundo seria mais respeitosa e alegre, se entendêssemos que fizemos parte do mundo das coisas, e que não estamos separadas delas.”

Na eletrônica e nos sistemas de informações, há um termo que vem sendo amplamente difundido: *Internet of Things - IoT*. Tal termo se refere a uma rede computacional na qual sensores eletrônicos coletam dados incessantemente e os enviam para serem armazenados em data *warehouse*¹. Tais dados, depois de passarem por processos de qualidade e de normalização², são analisados e tornam-se insumos para sistemas de tomada de decisão que, se necessário, ordenam tarefas a serem realizadas pelos sensores que fizeram a coleta, por outros sensores, ou ainda por outros sistemas. Além de dados coletados por

sensores, pode-se dizer que quase todas as atividades que se realizam em nossos dias, tais como caminhar, viajar, atuar nas redes sociais digitais, “deixam um rastro em forma de dados que podem ser coletados, medidos e compartilhados, como entradas para formatar interações individuais e sociais” (Schellekens; Giaccardi, 2015).

Diante desta profusão de sensores e dados coletados, muitas pesquisas tem sido realizadas ao redor do mundo. Em Delft/The Netherlands, o *Connected Every Day Lab* “explora as oportunidades sociais, o impacto sistêmico e as implicações éticas de paradigmas tecnológicos emergentes, tais como *IoT*, robôs sociais e materiais inteligentes” (Giaccardi, 2017). O *Social Body Lab*, em Toronto/Canadá, “utiliza o corpo humano como um ponto de partida a partir do qual considerar suas relações de troca com o mundo à sua volta”, focando em interações e questionando a relação entre homens e tecnologia (Hartman, 2016). Temos ainda o *MIT Media Lab*, internacionalmente reconhecido pelos estudos realizados através de grupos de pesquisa, tais como: *Fluid Interface*, *Living Mobile*, *Tangible Media*, *Personal Robots*, *Computer Science and Artificial Intelligence Laboratory*, *Mediated Matter* e outros (Ryan, 2017).

De um modo geral, pode-se dizer que laboratórios, pesquisadores e pensadores focam seu olhar na criação de um novo ambiente no qual a tecnologia estabeleça algum tipo de comunicação com o homem e seus objetos, de modo a estabelecer um novo tipo de relação e a criar um novo ecossistema. Assim sendo, pode-se dizer que, na atualidade, se está prototipando uma comunicação entre diferentes tipos de matérias vivas ou não, pois “o atual estágio de desenvolvimento das tecnologias de informação estão criando oportunidades para uma nova geração de objetos conectados, intimamente integrados ao nosso dia-a-dia” (Schellekens; Giaccardi, 2015). Ou seja, está no início a criação de uma comunicação entre nós, os humanos, e objetos inteligentes espalhados em nosso ecossistema. Uma amostra de objetos inteligentes projetados para um futuro próximo pode ser vista no site *Nanosupermarket*, que simula um supermercado do futuro. Tal site é uma iniciativa da Next Nature Network, uma organização sem fins lucrativos, ligada ao departamento de *Design Industrial da Eindhoven University of Technology* (Guy; Andreotti, 2017).

Sobre a relação do homem com os objetos dotados de inteligência, encontram-se diferentes pontos de vista entre os autores que tratam do assunto, tanto no âmbito do design, quanto no da tecnologia. Uma visão mais preocupada com o novo ecossistema que se vislumbra aponta possíveis problemas de comunicação que podem desequilibrar a relação de poder entre homem e máquina. Em busca de soluções para evitar tal desequilíbrio, encontrou-se uma pesquisa que está sendo financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São

1. Tipo de banco de dados onde são armazenadas grandes quantidades de dados que não serão modificados, sendo utilizados para em processos conhecidos como mineração de dados.

2. Processos que verificam a qualidade dos dados em relação ao conteúdo de seus campos e organiza-os de acordo com algum padrão pré-estabelecido no Sistema de Gerenciamento de Banco de Dados – SGBD.

Paulo – FAPESP, órgão de fomento à pesquisa científica. (Toledo, 2016). Segundo Frank Allgöwer, diretor do Instituto de Teoria de Sistemas e Controle Automática da Universidade de Stuttgart, na Alemanha, em entrevista à Agência FAPESP, “nesse grande mundo interconectado que se avizinha, os humanos tendem a se tornar meros usuários desses sistemas dinâmicos complexos – não mais a força que os controla.” (Toledo, 2016). Outro exemplo desta preocupação com o futuro pode ser vista nesta notícia, recentemente publicada no site do *MIT Media Lab*, que apresenta um projeto que recebeu um aporte US\$ 27 milhões para discutir as questões de ética no mundo das coisas (Mit Media Lab, 2017).

A *Internet of Things*, traz novos desafios tecnológicos, pois ainda é incipiente no que se refere à configuração, à segurança das informações, às permissões de acesso aos dispositivos, ao fluxo e armazenamento dos dados, ao tempo de vida do dispositivo eletrônico e do objeto em si, à necessidade de bateria de longuíssima duração e às formas de comunicação, entre outros desafios (Mcewen; Cassimally, 2013). Para tratar de alguns destes desafios, conta-se com a Internet Engineering Task Force – IETF³ (Isoc, 2017) que, através de seus grupos de trabalho, tem como objetivo estabelecer padrões técnicos e políticas voltados à internet.

Por outro lado, há visões mais otimistas, como a de Koert van Mensvoort que é mestre em ciência da computação pela *Eindhoven University of Technology*, em 1997, e doutor em design industrial pela mesma universidade, em 2009, e como a de Neri Oxman, arquiteta e designer, professora de *Media Arts and Sciences* no *MIT Media Lab*, que fundou e dirige o grupo de pesquisa *Mediated Matter*. Ambos descrevem cenários de futuro e objetos inseridos em tais cenários. Koert, por exemplo, apresenta um livro com receitas à base de carne produzida em laboratório. Com este livro, Koert pretende demonstrar que a alimentação no futuro será completamente diferente da que temos nos dias atuais. Em outro conjunto de livros, em 472 páginas, Koert apresenta suas propostas de futuro em que tecnologia e natureza “parecem se fundir ou até mesmo trocar de lugar” (Van Mensvoort, 2017). Neri Oxman apresenta pesquisas como roupas feitas com material impresso em impressoras 3D e um apiário sintético. Com o apiário, pretende explorar “a coabitação de seres humanos e outras espécies através da criação de uma atmosfera controlada e paradigmas comportamentais associados” (*Mediated Matter*, 2017).

No âmbito do design, também existem preocupações em relação ao futuro. A potencialidade da *IoT* pode trazer resultados desastrosos, caso o homem não seja colocado no centro do processo, pois a tecnologia por si só não gera valor em nosso dia-a-dia (Thackara, 2006).

Diante das informações apresentadas, entende-se que existe um longo caminho a ser percorrido até que objetos com inteligência estejam naturalmente inseridos em nosso ecossistema. Faz parte deste caminho pesquisar, discutir, analisar e construir novas concepções de comunicação, de ética, de sistemas produto-serviço, de organizações sociais e, principalmente, de relações. Entende-se, portanto, que é no design estratégico que existe o espaço necessário para projetar o futuro, sem focar no homem ou no objeto inteligente, mas, sim, na complexidade do ecossistema sócio-técnico, na sociedade onde homens e objetos se comunicarão em nível de igualdade.

Do design

Entende-se que o design estratégico seja fundamental na concepção de soluções para o futuro, pois “permite a configuração da forma, função, valor e sentido de propostas integrais de ações configurantes das sociedades e organizações protagonizadas pelas pessoas” (Franzato et al., 2015). Partindo do pressuposto de que na sociedade do futuro homens e objetos inteligentes interagirão de forma igualitária, pretende-se trazer insumos metodológicos do design sistêmico e do *thing-centered design* e propor uma atualização da abordagem do design estratégico.

Para Meroni (2008), “Design estratégico trata de Sistemas Produto-Serviço (SPS)”. Nesse sentido, um sistema produto-serviço é uma solução ofertada aos usuários, composta de produto, serviço, comunicação e pessoas e concebida a partir da abordagem do design estratégico (Meroni, 2008). Ainda de acordo com a mesma autora, a diferença desta abordagem é que a relação entre os elementos (produto, serviço, comunicação e pessoa) não é casual, mas, sim, pensada, discutida e projetada desde o início de um processo projetual.

Ao projetar um sistema produto-serviço, o design estratégico deve levar em consideração aspectos tais como inovação, impacto ambiental, design colaborativo, cenários, solução de problemas, diálogo, evolução e construção de capacidades (Meroni, 2008). No que se refere ao impacto ambiental, o usuário, quando adquire um sistema produto-serviço, está na verdade adquirindo uma solução focada em serviço que o atenda, mas que cause o mínimo impacto ambiental. Para aqueles que produzem e provêm os serviços, um sistema produto-serviço exige muita responsabilidade no ciclo de vida completo dos produtos e o envolvimento dos clientes, no início do processo projetual (Mont, 2000). Thackara (2006) afirma que 80% do impacto ambiental causado tanto pelo uso, quanto pelo descarte dos antigos e novos produtos, serviços e infraestrutura, é determinado durante o processo projetual. Assim, de acordo com esta visão, o designer tem grande responsabilidade sobre o

3. IETF é uma atividade organizada no âmbito da Internet Society – ISOC, uma organização mundial fundada em 1992 para liderar o estabelecimento de padrões, educação e políticas no que se refere a internet. Fonte: <<http://ietf.org/>>

impacto ambiental de suas criações.

Sobre a inovação social, o design estratégico entende que comportamentos sociais podem conduzir a inovações tecnológicas e produtivas. O designer pode criar visões de futuro e projetar inovações tecnológicas, ao observar a forma como as pessoas isoladas ou em grupos resolvem suas questões no dia-a-dia (Meroni, 2008), porque, “atualmente, o que importa numa perspectiva evolucionária é o poder de uma ideia: a partir disso, o designer estratégico faz uma aposta, uma hipótese, de que esta visão pode se tornar parte do futuro” (Meroni, 2008).

Os cenários, outro pilar do design estratégico apresentado por Meroni (2008) e (Zurlo, 2010), são construídos durante o processo projetual como uma forma de compartilhar e gerar conhecimento conjunto entre os participantes. Pode ser também entendido como uma forma de diálogo no qual é gerada uma visão de futuro que seja comum a todos. E quando se fala em participantes de um processo projetual de design estratégico, fala-se de um grupo heterogêneo de pessoas que, de alguma forma, estejam envolvidas no processo. Além da riqueza de conhecimentos que são aportados em um processo projetual composto por participantes com distintos backgrounds e visões de mundo, conta-se com a presença de especialistas nas áreas de conhecimento necessárias à construção do sistema produto-serviço (Diehl, 2014).

A abordagem do design sistêmico é utilizada, entre outros, por pesquisadores da *Systemic Design Research Network – SDRN* (Systemic Design Association, 2017). Esta rede de pesquisa é composta pela *Oslo School of Architectural and Design – AHO*, pela OCAD University, de Toronto e pelo *Politecnico di Torino*. De acordo com pesquisadores da SDRN, a abordagem do design sistêmico distingue-se das demais “em termos de escala, complexidade social e integração”, procurando manter a visão dos sistemas tanto no nível macro, quanto no micro (Systemic Design Association, 2017). Tal abordagem pretende mapear todos os sistemas envolvidos na instância que está sendo trabalhada em determinado processo projetual, para propor novos caminhos para tais sistemas.

De acordo com (Jones, 2015), o design sistêmico distingue-se de outras abordagens do design em questões importantes, tais como: as negociações necessárias para estabelecer os limites do sistema de forma a enquadrá-lo na instância projetual, a aceitação da complexidade sócio-técnica e as estratégias de integração sistêmica, ao invés da diferenciação do mercado. Para este mesmo autor, o design sistêmico, ao integrar o pensamento dos sistemas e seus métodos, consegue operar o *user-centered design* da mesma forma que sistemas complexos e de múltiplos *stakeholders*, como encontrado na indústria, transporte e medicina. Ao se valer de competências tradicionais do design, tais como raciocínio, métodos de pesquisa e

práticas de visualização e prototipação, o design sistêmico se propõe a descrever, mapear, propor e reconfigurar serviços e sistemas complexos (Jones, 2015).

Considerando a *Internet of Things – IoT* como um paradigma em desenvolvimento, com grande potencial para modificar nosso ecossistema, pretende-se trazer a abordagem do *thing-centered design* para o processo projetual. De acordo com alguns pesquisadores da *Delft University of Technology – TU-Delft* e de outras universidades, as “*things*” devem ser colocadas no centro do processo projetual, não por desconsiderarem o homem, mas por considerarem que “a oportunidade de refletir sobre nós [humanos] vem de refletir sobre as coisas” (Cila *et al.*, 2015). Sobre o processo projetual (Slingerland, 2017), questiona: “se todos os produtos que estão à nossa volta passam a estar conectados e trabalham em sistemas para melhorar nossas vidas, como isso influencia nossa abordagem de projetar produtos para as pessoas?” A interação contínua entre objetos e pessoas, intensificada pelo paradigma da *IoT*, requer do design métodos que permitam vê-los, homem e coisas, da mesma forma (Cila *et al.*, 2015).

A abordagem do *thing-centered design*, proposta por (Cila *et al.*, 2015), apresenta-se como um método que dá “voz aos produtos e explora um novo espaço de possibilidades ao design”. A autora acredita que tal abordagem, num processo projetual, pode gerar *concepts* que não seriam percebidos numa abordagem puramente centrada no humano. E acrescenta, ainda, a possibilidade de explorar novos espaços para o design na interface entre pessoas, ambientes e materiais.

O Método

Para discutir sobre a possibilidade de trazer novas abordagens ao design estratégico, a presente proposta pretende valer-se da realização de um processo projetual voltado ao desenvolvimento de um sistema produto-serviço, e baseado em dispositivo sócio-técnico que componha a *Internet of Things - IoT*. Para tanto, trará para o design estratégico, insumos metodológicos do design sistêmico e do *thing-centered design*.

Como objeto de pesquisa, tem-se a intenção de realizar o processo projetual na área de *smart places* e considera, como futuros usuários do dispositivo sócio-técnico, um grupo social com necessidades especiais que possa ser rapidamente beneficiado pela utilização de tal dispositivo. Este processo projetual será conduzido no formato de rede projetual, envolvendo pessoas oriundas de diferentes organizações (Diehl, 2014). Portanto, além dos usuários, o processo deverá contar com pessoas que tenham conhecimentos aprofundados em áreas tais como tecnologia (eletrônica, desenvolvimento de sistemas, análise de dados), humanas (ética, antropologia, sociologia), comunicação e design (moda e/ou produto).

Sendo o cerne do sistema produto-serviço um dispositivo sócio-técnico baseado em *IoT*, estima-se que a presença de pessoas com os conhecimentos tecnológicos apontados possam atender à capacidade funcional do design estratégico, conhecida como ‘fazer ver, pois “as novas ideias são visualizadas em diversos níveis de abstração: de uma imagem metafórica a um protótipo de trabalho, ao modelo que funciona” (Zurlo, 2010).

A estrutura do processo projetual a ser utilizado como objeto de pesquisa ainda não está definida, pois depende de uma análise crítica da abordagem do thing-centered design. Somente após tal análise, será possível estruturar o processo e elencar as ferramentas projetuais a serem utilizadas. No entanto, baseado numa pesquisa preliminar a estudos da área que estão publicados na internet em anais de eventos científicos, vislumbra-se o uso do *GIGA-mapping*.

A proposta da ferramenta *GIGA-mapping* é de dar visibilidade ao complexo sistema que envolve a relação entre homens, tecnologia e coisas. Tal ferramenta trata de um extenso mapa que apresenta múltiplas camadas e escalas, além das relações entre categorias que aparentemente não se relacionam entre si. Ao visibilizar os sistemas que fazem parte do contexto projetual, é possível implementar seus limites (Sevaldson, 2011). A escolha de tal ferramenta foi baseada em pesquisa realizada para comparar a compreensão de um sistema, a partir de um *GIGA-mapping* e de outra ferramenta de mapeamento de sistemas. O resultado demonstrou que se compreende melhor um sistema a partir de um mapa de múltiplas camadas que represente a complexidade de um sistema em um só local (Holmen; Jun, 2015). Como coleta de dados, pretende-se utilizar as técnicas de entrevista, a observação participante, os registros imagéticos em vídeo e fotografia, e os sistemas produtos-serviço derivados do processo projetual. Como amostra, consideram-se os designers participantes do processo projetual, pois são eles que poderão discorrer sobre o uso dos insumos metodológicos do design sistêmico e do *thing-centered design* no processo projetual do design estratégico, uma vez que já conhecem e/ou praticam o design estratégico. É possível que se utilizem, também, os demais participantes do processo projetual como amostra, para que validem as atividades propostas como impulsionadoras da criatividade. A análise dos dados será feita a partir do referencial teórico para reflexão sobre os dados encontrados e para entender se a abordagem proposta para o processo projetual facilitou e/ou foi positiva como apoio ao processo criativo. Por fim, serão discutidos os resultados encontrados, com o objetivo de entender se é possível, ou não, trazer novos insumos metodológicos para a abordagem do design estratégico, tendo em vista o paradigma tecnológico que se apresenta.

Referências

- CAPRA, F. *Werner Heisenberg*. Disponível em: <<http://www.fritjofcapra.net/>>. Acesso em: 8 jun. 2017.
- Cila, N., Giaccardi, E., Tynan–O’Mahony, F., Speed, C., & Caldwell, M. (2015). Thing-Centered Narratives: A Study of Object Personas. In *Proceedings of the 3rd Seminar International Research Network for Design Anthropology*.
- DIEHL, M. R. (2014) *Redes de projeto: Análise de Rede Social em uma Experiência de Codesign*. Porto Alegre, RS. Dissertação de Mestrado (Design), Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 143 f.
- Franzato, C., Del Gaudio, C., Bentz, I. M. G., Parode, F., Borba, G. S., & Freire, K. M. (2015). Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: DE MELLO FREIRE, K. (Ed.). *Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social*. 1. ed. São Paulo, SP: Kuzuá. p. 157–182.
- GIACCARDI, E. (2017). *Connected Everyday Lab Delft - The Netherlands*. Disponível em: <<http://studiolab.ide.tudelft.nl/connectedeverydaylab/>>.
- GUY, A.; ANDREOTTI, A. (2017). *Nanosupermarket* (P. de Man, Ed.) Nanosupermarket. Amsterdam, The Netherlands. Disponível em: <<http://www.nanosupermarket.org/>>.
- HARTMAN, K. *Social Body Lab*. Toronto, Ontario, Canada: OCAD University, 20 jul. 2016. Disponível em: <<https://www2.ocadu.ca/research/socialbody/home>>.
- HOLMEN, A. C.; JUN, G. T. *How do we present complex systems to outside stakeholders? A study on the usability of complex interactive diagrams*. **Anais... In: Proceedings Of Rsd3, Third Symposium of Relating System Thinking to Design**. Oslo, Norway: Oslo School of Architecture and Design, 15-17 out. 2014. Disponível em: <<https://systemic-design.net/wp-content/uploads/2015/03/Working-Paper.pdf>>. Acesso em 20 dez. 2017.
- ISOC. *Internet Engeneering Tasks Force*. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://ietf.org/>>.
- JONES, P. Design Research Methods in Systemic Design. *Proceedings of RSD Symposium*, p. 1–7, 1 abr. 2015.
- MCEWEN, A.; CASSIMALLY, H (2013). *Designing the Internet of Things*. [s.l.] John Wiley & Sons Ltd. p. 1–338.
- MEDIATED MATTER – MIT Media Lab. Disponível em: <<https://www.media.mit.edu/people/neri/overview/>>. Acesso em 20 dez. 2017.
- MERONI, A. (2008). *Strategic design: where are we now: reflection around the foundations of a recent discipline*. *Strategic Design Research Journal*, 1(1):31-38. <http://dx.doi.org/10.4013/sdrj.20081.05>

- MONT, O. *Product-Service Systems*. Swedish Environmental Protection Agency, 2000. Stockholm. Disponível em: <<https://naturvardsverket.se/Documents/publikationer/afr-r-288-se.pdf>>. Acesso em 20 dez. 2017.
- NERUDA, P. (2011). *Selected Odes of Pablo Nerudas*. Vol. 4. Editora Universidade da California.
- RYAN, A. (2017). *MIT Media Lab*. Cambridge, Massachusetts: MIT Media. Disponível em: <<https://www.media.mit.edu/about/mission-history/>>.
- SCHELLEKENS, K.; GIACCARDI, E (2015). *Impact of Connected Objects on Social Encounters*. (R. Valkenburg, C. Dekkers, J. Sluijs, Eds.) **Anais... In: PARTICIPATORY INNOVATION CONFERENCE**. Action Research for Democracy: New Ideas and ...
- SEVALDSON, B. (2011). GIGA-Mapping. *Helsinki: Nordic Design Research Conference*, p. 20.
- SIMMS, A.; POTTS, R. (2012). *The New Materialism*. [s.l.] The Real Press, p. 1–36.
- SLINGERLAND, G. *Object persona: should designers let go of the user?* **Anais... In: SIDER**. Delft: 1 abr. 2017. Disponível em: <<http://id.tudelft.nl/sider/2017/>>.
- SYSTEMIC DESIGN ASSOCIATION. *Systemic Design: Systemic Design Research – SDR*. Disponível em: <<http://systemic-design.net/sdrn>>. Acesso em 20 dez. 2017.
- MIT MEDIA LAB. *MIT Media Lab to participate in new \$27 million initiative on ethics and governance in AI*. 10 jan. 2017. Disponível em: <http://news.mit.edu/2017/mit-media-lab-to-participate-in-ai-ethics-and-governance-initiative-0110>. Acesso em 20 mar. 2018.
- THACKARA, J. (2006). *In the Bubble*. 1. ed. [s.l.] MIT Press.
- THACKARA, J. (2015). *How to Thrive in the Next Economy*. London: Thames and Hudson Ltd.
- TOLEDO, K. *Pesquisa básica pode evitar que a humanidade seja subjugada por máquinas*. Disponível em: <http://agencia.fapesp.br/pesquisa_basica_pode_evitar_que_a_humanidade_seja_subjugada_por_maquinas/24445/>. Acesso em: 9 dez. 2016.
- VAN MENSVOORT, K. *Mensvoort*. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://www.mensvoort.com/>>. Acesso em 15 dez. 2017.
- ZURLO, F. (2010). *Design strategico*, TRECCANI: Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti. Roma. Disponível em: <[http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_\(XXI-Secolo\)](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_(XXI-Secolo))>. Acesso em 3 mar. 2014.

Considerações sobre alguns temas de Design Estratégico

Doutora Ione M. G. Bentz*

Resumo: O conjunto de textos presente neste espaço específico do Caderno (II Jornada de Estudos Avançados em Design) é motivador de considerações desenvolvidas neste artigo, sobre temas como design estratégico, ecossistemas, inovação, sustentabilidade, dispositivos e estratégias, sob um ponto de vista que transita das proposições do neo-estruturalismo dominante no século XX, para aquelas da teoria da complexidade no século XXI, em busca de novos estímulos intelectuais e científicos. Trata-se de uma breve sistematização conceitual que, pelo atravessamento das dinâmicas sistêmicas e autopoieticas, pode estimular a criatividade e responder à ação prospectiva transformadora que caracteriza os projetos de design.

Palavras-chaves: Dispositivos. Ecossistemas. Estratégias. Inovação. Sustentabilidade.

Inicialmente, alguns dados de contexto situam o desenvolvimento deste texto.

O Grupo de Pesquisa Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social, do Programa de Pós-Graduação em Design da Unisinos, vem desenvolvendo pesquisas de Mestrado e Doutorado, sobre temas centrais e correlatos em relação a design, inovação cultura e sociedade, sob a perspectiva crítica do design socio-humanista. As *Jornadas I e II* (2017 e 2018) têm sido o espaço por excelência para apresentação e discussão dos trabalhos desenvolvidos por mestres e doutores nessas temáticas, sob a perspectiva do Design Estratégico (DE). Os diversos pontos de vista, temáticas variadas em diferentes níveis de desenvolvimento, veem recebendo atenção da comunidade acadêmica em sessões públicas de discussão promovidas pelas *Jornadas*.

Assim se apresentam reflexões sobre: o espaço de relação entre o ponto de vista fenomenológico e o design como fenômeno criativo, abduutivo, vivenciado em experiências gastronômicas; os processos colaborativos para redefinição de cultura, com potencial de promover micro-revoluções em espaços organizacionais; a crítica sobre os processos de design, pelo viés advindo da complexidade, de modo a, pela revisão dos processos, promover a inovação; os processos de projeto de organizações colaborativas de moda, para estimular o ativismo transformador em sistemas sustentáveis; a necessidade de repensar os movimentos de apoio a grupos minoritários que possam, pelo DE, inspirar uma metodologia para projetar organizações de apoio, inspiradas em comunidades criativas; a consolidação da internet das coisas a requerer um processo projetuais conectado ao ecossistema socio-técnico, em direção aos interesses humanitários da sociedade; e o corpo humano e a criação de moda, formativos de um elo indissociável para projetar caminhos inovadores em que se pense na criação de artefatos vestíveis como expressão da cultura e da sociedade.

Este conjunto de textos presente neste espaço específico do *Caderno*, é motivador de considerações sobre temas como design estratégico, ecossistemas, inovação, sustentabilidade, dispositivos e estratégias, sob um ponto de vista que transita do neo-estruturalismo dominante no século XX para a teoria da complexidade (XXI), em busca de novos estímulos intelectuais e científicos. Trata-se de uma breve sistematização que, pelo atravessamento das dinâmicas sistêmicas e autopoieticas, pode estimular a criatividade e responder à ação prospectiva que caracteriza o design.

Sobre **inovação**, a polissemia que cerca o termo que exige que seu sentido seja precisado; e o uso generalizado do termo que, ao designar tudo, se enfraquece como significado específico. Inovar é produzir o novo pela ressignificação criativa, que seja capaz de ser reconhecido como diferente pelo valor simbólico ou financeiro que agrega, ou utópico pela visão futura que anuncia. A metodologia do **design estratégico** propõe que compreender a realidade como ecossistemas potencializa que os processos projetuais criativos operem na produção de dispositivos capazes de transformar o mundo (Franzato *et al.*, 2015).

Considerado o binômio problema/solução, sempre mencionado pelo design como parâmetros projetuais para atendimento às necessidades do usuário, esses termos precisam ser retomados criticamente. A necessidades acrescenta-se desejos; substitua-se usuário por actante ou ator dos processos de ação/interação; e compreenda-se a necessidade de “problematizar” o problema. Daí poderão surgir novos problemas resultantes de mudanças socio-tecnológicas, ou simplesmente imaginados pelas pessoas, os quais pedem soluções ou ressignificações. Assim, parafraseando Manzini (2008), haveria um deslocamento da ideia de projetar para algo mais amplo e habilitante, qual seja, projetar para capacitar pessoas para atingirem o ideal de uma sociedade de bem-estar e de sustentabilidade. No quadro dessas mudanças

* Professora Titular PPG Design Unisinos.

produzidas natural ou culturalmente, encontra-se uma certa inércia social só impactada quando grandes problemas surgem ou se agravam, de tal sorte que há um impositivo de soluções inovadoras mais expressivas ou diferenciadas. Nesse sentido, estão as formulações do autor diretamente acima referido, direcionadas para mudanças de comportamento, em especial, ou mudanças de mercado e de tecnologia, não obrigatoriamente fora do enquadramento de inovação social. Nas perspectivas de sustentabilidade e de promoção do bem-estar social, é oportuno referir as ecologias de Guattari (2013) – o meio-ambiente, as relações sociais e a subjetividade humana – em articulação ético-política sem a qual fica em perigo a forma de viver no planeta.

O design estratégico (Celaschi e Deserti, 2007; Meroni, 2008; Verganti, 2008; Zurlo, 2010) é uma metodologia em construção, cuja proposta é a de um modelo organizacional efetivo e colaborativo, criação cooperativa de uma base comum de conhecimento que contempla a proposição de estratégias organizacionais. É o reconhecimento de novas formas de organização em rede em que um grande número de pessoas se reúne para construir uma visão comum. Designers ou não designers podem projetar para a inovação, conceito que amplia o leque de actantes e a possibilidade de proposições criativas. Essa perspectiva requer uma série de qualidades que estariam comportadas na aprendizagem por mudança de comportamento, baseada em confiabilidade, responsabilidade e troca, e que habilitam as pessoas para buscar suas próprias soluções. Segundo Manzini (2008), no campo das organizações, as pessoas participam de processos colaborativos não apenas pelas formas presenciais, mas através de aplicativos via internet, o que favorece a participação de todos na formulação e apoio às ações colaborativas, em contexto de “economia produtiva”, pela redução de tempo e apagamento de distâncias.

Enfim, Zurlo (2010) destaca que a abordagem do design estratégico promove a inovação, a partir do raciocínio estratégico contínuo, sinalizando caminhos para futuros possíveis, interpretando os sinais que a sociedade emite, construindo significados e conferindo identidade às organizações, aos produtos e aos serviços. Para que tais prognósticos se confirmem, Celaschi e Deserti (2007) destacam que as organizações devem incorporar a cultura do design, de tal modo que ela passe a orientar a totalidade de suas ações, o que favorecerá o desenvolvimento da inovação. A incorporação de processos inovadores de design nas organizações encontra respaldo nesses autores, na afirmação que a inovação deveria ser uma atividade regular nas organizações, o que garantiria atualização permanente de processos e de estratégias, e não apenas ações emergenciais para fazer frente a dificuldades ou catástrofes.

Se o que se disse até aqui responde ao paradigma vigente, a interpretação dada por Morin (2005) à teoria da complexidade lança novas luzes sobre o conceito de **ecossistema** e a compreensão de sustentabilidade. Nesse sentido, os ecossistemas são compreendidos como conjuntos de espécies materiais, naturais ou sociais, cujos padrões de organização são de natureza complexa e dinâmica, e cujos elementos estão em constante interação (conexão). Esses sistemas relacionais têm capacidade de adaptação e assumem importante papel na construção e manutenção da sustentabilidade natural e social. Assim, considerados os princípios ecossistêmicos pelo autor acima referido, os ecossistemas são criativos pela própria dinâmica e pela surpresa decorrente das relações que os elementos dos ecossistemas entre si estabelecem ou venham a estabelecer. Os processos ecossistêmicos são autopoieticos e, por isso, criativos.

Na perspectiva de movimento e multiplicidade, os processos projetuais, que atuam sobre determinadas realidades para problematizá-las ou orientar soluções, precisam definir uma dada ordem de reconhecimento sistêmico. É uma atividade metaprojetual que permite operar metodologicamente. O que se propõe é que haja o desenho de relações ecossistêmicas regulares, sem, contudo, ignorar a possibilidade de que algum imprevisto (fricção no ecossistema) exija a adesão de sistemas até então estranhos ao ecossistema desenhado. No sistema complexo podem surgir, portanto, novos estados que determinam um nível de organização diferente do anterior, por decorrência não de forças externas, mas pela dinâmica das propriedades sistêmicas. Nesse sentido, esta formulação considera todos os elementos como internos ao ecossistema que se manifesta em permanente mudança relacional, essa só interrompida por um corte formal de uma “paisagem”, durável porque recortada, mas mutável na sua condição original. De todas as qualidades de um sistema no paradigma da complexidade (Morin, 2003) ressaltam-se os princípios que fundam os processos integrativo, recursivo, dialógico, poliscópico, autônomo e de reintrodução do conhecimento. Em termos de princípios, as dimensões físicas, biológicas espirituais, culturais e históricas do que é humano se comunicam por processos polioculares ou poliscópicos que respondem ao princípio das inter-conexões (das redes). Por outro lado, a adaptabilidade que garante a manutenção e o ajuste a mudanças na mesma temporalidade, corresponde ao princípio da autonomia (da auto-regulação, da dependência, da adaptação e da evolução), na dinâmica do sistema. Já o princípio da reintrodução do conhecimento reconhece que todo o conhecimento é reconstrução/tradução da mente e sofre a interferência do sujeito (sem a dissociação sujeito/objeto); e o princípio da recursão corresponde à percepção de que as causas agem sobre os efeitos e vice-versa, do que resulta um equilíbrio dinâmico feito de continuidades e de rupturas. O diálogo com o real fica assim estabelecido.

Por outro lado, a **sustentabilidade**, conceito também abrangente e versátil em termos econômicos, sociais e ambientais, pode ser potencial atribuível aos ecossistemas (como equilíbrio/preservação) que garantem sua duração e mutações pelos próprios princípios que os organizam e que, por todas essas condições, mantêm-se sustentáveis. Em termos mais específicos, sustentabilidade pressupõe a satisfação das necessidades essenciais das populações, sem desigualdades que excluam pessoas. Trata-se, portanto, de um ideal a ser alcançado por ações ético-políticas, de promoção ou intervenção, tanto mais necessárias, quanto mais fortalecidas as práticas capitalistas globalizadas. Embora se reconheça como impossível a realização da utopia (Foucault; 2011) da igualdade social, o empenho deve ser na construção de uma distopia de equilíbrio e sustentabilidade.

Nesse sentido, Manzini (2008) reconhece que a transição para a sustentabilidade requer que se altere a forma de vida e de produção da sociedade e aponta a necessidade de que se promova o aprendizado social. As mudanças necessárias atingem formas de conhecimento e capacidades organizacionais a serem desenvolvidas de modo participativo, em espaços de co-criação abertos e flexíveis. Segundo Murray *et al.* (2010), para alcançar uma sociedade mais igualitária e sustentável, em crescimento progressivo ascendente, é necessário que haja uma mudança sistêmica. É neste ponto que a visão ecossistêmica se alinha à de sustentabilidade, na perspectiva da teoria da complexidade. Segundo esse paradigma, os sistemas são complexos, estão orientados por princípios indissociáveis e em permanente interação e, dentre outras consequências, todos os movimentos que ocorrem no ecossistema atingem o sistema como um todo.

Nesse universo de relações ecossistêmicas em rede, os processos de design são tematizados em seus modos de produzir sentidos afetos à interação entre sujeitos/usuários, às condições de produção e comunicação, ao exercício do poder simbólico e às práticas projetuais. Essa produção de sentidos opera por **dispositivos** capazes de produzir inovação, observáveis como ecossistemas de cujo equilíbrio pode resultar a sustentabilidade. Dispositivos são operadores de inovação e são compreendidos a partir de Foucault (1990; 1996), que os reconhece como discursos (Benveniste, 1988; 1989).

Os ecossistemas vivem da correlação de forças que ocorre entre os elementos que os integram. No sentido dado por Foucault (1990), dispositivos são construções discursivas socializadas, de qualquer natureza, material ou simbólica, textos ou instituições, sistemas filosóficos, éticos ou pragmáticos, enfim, todo o corpo sistemático das construções culturais que regem a vida da sociedade. Esse corpo funciona sistematicamente pela voz de autoridade que determinados agentes acionam, com maior ou

menor intensidade, para o exercício do poder simbólico de dominação. Como constituintes intrínsecos da esfera cultural que é hábitat do homem, o poder transita de modo quase imperceptível no entrelaçamento das forças que organizam a sociedade.

As **estratégias** trabalham os dispositivos, de modo que se alcancem os objetivos dos projetos de design na solução de problemas, quer pelo apagamento relativo, quer pelo reforço da força dos dispositivos. Para Morin (2014), a complexidade faz apelo à estratégia que é oposta à noção de programa, pois a estratégia leva em conta os imprevistos e as diversidades. Sua característica é a maleabilidade e o incerto e aleatório em suas condições. Para o autor,

A estratégia é a arte de utilizar as informações que surgem durante a ação, integrá-las, formular subitamente esquemas de ação e ser capaz de reunir o máximo de certezas para confrontar o incerto (Morin, 2014, p. 149).

São as estratégias que permitem estabelecer um cálculo de relação de forças presentes nos dispositivos ecossistêmicos que favorecem a identificação ou proposição de poder de um sistema sobre o outro, ou de um feixe de relações sobre outros feixes, em sua relação de exteriorização distinta. Uma dada estratégia impediria o caráter fágico das relações sistêmicas e possibilitaria que a astúcia e o logro inventivos preparassem um cenário de jogo. Portanto, estratégia como dispositivo são operadores em processos projetuais.

Em síntese, propõe-se que a realidade seja compreendida como uma teia complexa em que se identificam ou se apresentam aspectos que ensejem reflexões, problemas ou anseios que podem motivar/exigir projetos de design. Os projetos de design são resultado de ações metaprojetuais formuladas pela metodologia do design, cujos processos são dinâmicos e autopoieticos, orientados por princípios dialógicos, recursivos, integrativos e políscópicos. Nesse contexto metodológico, organizam-se estratégias que operam dispositivos com vistas à inovação e à sustentabilidade.

Referências

- BENVENISTE, E. (1988). *Problemas de Linguística Geral I*. Campinas: Pontes.
- _____. (1989). *Problemas de Linguística Geral II*. Campinas: Pontes.
- CELASCHI, F.; DESERTI, A. (2007) *Design e Innovazione. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata*. Roma: Carocci.
- MERONI, A. (2008). *Strategic design: where are we now: reflection around the foundations of a recent discipline*. Strategic Design Research Journal, 1(1):31-38. <http://dx.doi.org/10.4013/sdrj.20081.05>

- GUATTARI, F. (2013). *Líneas de fuga: Por otro mundo de posibles*. Buenos Aires: Cactus
- FOUCAULT, M. (1990). *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola.
- _____. (1996). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro : Graal.
- _____. (2011). *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes.
- FRANZATO, C.; DEL GAUDIO, C.; BENTZ, I.; PARODE, F.; BORBA, G. S.; FREIRE, K. M. (2015). *Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos*. In: K. M. FREIRE (org.), *Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural*. São Paulo: Kazuá.
- MANZINI, E. (2008). *Design para a inovação social e sustentabilidade*. Rio de Janeiro: E-Papers.
- MORIN, E. (2003). *O método 1: a natureza da natureza*. Porto Alegre: Sulina.
- _____. (2005). *Introdução ao Pensamento Complexo*. Porto Alegre: Sulina.
- _____. (2014). *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. Grã Bretanha: NESTA & The Young Foundation.
- VERGANTI, R. (2008). *Design driven innovation*. Boston: Harvard Business School Press.
- ZURLO, F. (2010). *Design strategico*, TRECCANI: Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti. Roma. Disponível em: <[http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_\(XXI-Secolo\)>](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_(XXI-Secolo)>).

A II Jornada de Estudos Avançados em Design Estratégico
ocorreu nos dias 12 e 13 de junho 2018.

Para maiores informações acesse:

<https://unisinis.br/seedinglab/jornada>



Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional. Para ver uma cópia desta licença, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.