Grupo de Pesquisa em Design Estratégico para Inovação Cultural e Social

seedingLAB

SEMIÓTICA, ESTÉTICA E DESIGN

Fábio Parode e Ione Bentz (orgs.)

62

φ

O conjunto de artigos apresentados neste volume corresponde aos trabalhos realizados durante os seminários de Estética e Cultura Contemporânea e Processos de Significação e Comunicação, oferecidas para os alunos de Mestrado em Design da Unisinos, em 2015. Ambos os seminários, ainda que com metodologias diferentes, têm como proposta a qualificação das discussões e produções de design estratégico. Em Estética e Cultura Contemporânea, busca-se apresentar e discutir temas ligados à produção da arte e de design, com foco nas relações entre produção de artefatos e cultura e nas sensações produzidas no corpo pelos sentidos simbólicos. Busca, sobretudo, elementos para a construção de pensamento crítico sobre a relação entre o design e o contexto no qual ele se insere, identificando a estruturação de poder dos agentes discursivos. Design, nesta perspectiva, é entendido como agente cultural, dispositivo capaz de agenciar, promover ou alienar os sujeitos, seja de seu papel social, seja de sua própria percepção de si mesmo. O substrato teórico, trabalhado ao longo do seminário de Estética, busca corroborar o pensamento sobre o design, sobre as práticas de projetação na perspectiva do design estratégico, especialmente naquilo que diz respeito à produção das condições do convívio coletivo e de projeto de futuro. É a produção de sentidos simbólicos o que une os dois seminários, sendo que Processos de Significação e Comunicação parte das perspectivas semióticas para a compreensão dos significados produzidos e postos em circulação pelos meios de comunicação, em seus vários suportes tecnológicos. Trabalha-se os textos como discursos, o que confere relevância aos sujeitos na produção da intersubjetividade. A relação entre texto, imagem e discurso aparece como fundamento para a compreensão dos agenciamentos através das formações maquínicas, nos movimentos de territorialização, desterritorialização e reterritorialização. A identificação de diferentes regimes de signos, de linguagens e de processos de comunicação leva à discussão de métodos de análise que, correlatos à compreensão de design como linguagem, agrega valor à formação do design como agente transformador da sociedade pela produção de dispositivos de sentidos simbólicos agregados.

9 788556 960986

editora fi
www.editorafi.org

CC BY SA

SEMIÓTICA
ESTÉTICA
E DESIGN

Série Filosofia & Interdisciplinaridade

Comitê Editorial da

- **Agnaldo Cuoco Portugal**, UNB, Brasil
- **Alexandre Franco Sá**, Universidade de Coimbra, Portugal
- **Christian Iber**, Alemanha
- **Claudio Goncalves de Almeida**, PUCRS, Brasil
- **Cleide Calgaro**, UCS, Brasil
- **Danilo Marcondes Souza Filho**, PUCRJ, Brasil
- **Danilo Vaz C. R. M. Costa**, UNICAP/PE, Brasil
- **Delamar José Volpato Dutra**, UFSC, Brasil
- **Draiton Gonzaga de Souza**, PUCRS, Brasil
- **Eduardo Luft**, PUCRS, Brasil
- **Ernildo Jacob Stein**, PUCRS, Brasil
- **Felipe de Matos Muller**, PUCRS, Brasil
- **Jean-François Kervégan**, Université Paris I, França
- **João F. Hobuss**, UFPEL, Brasil
- **José Pinheiro Pertille**, UFRGS, Brasil
- **Karl Heinz Efken**, UNICAP/PE, Brasil
- **Konrad Utz**, UFC, Brasil
- **Lauro Valentim Stoll Nardi**, UFRGS, Brasil
- **Marcia Andrea Bühring**, PUCRS, Brasil
- **Michael Quante**, Westfälische Wilhelms-Universität, Alemanha
- **Migule Giusti**, PUC Lima, Peru
- **Norman Roland Madarasz**, PUCRS, Brasil
- **Nythamar H. F. de Oliveira Jr.**, PUCRS, Brasil
- **Reynner Franco**, Universidade de Salamanca, Espanha
- **Ricardo Timm de Souza**, PUCRS, Brasil
- **Robert Brandom**, University of Pittsburgh, EUA
- **Roberto Hofmeister Pich**, PUCRS, Brasil
- **Tarcílio Ciotta**, UNIOESTE, Brasil
- **Thadeu Weber**, PUCRS, Brasil

SEMIÓTICA, ESTÉTICA E DESIGN

Fabio Parode
Ione Bentz
(Orgs.)

editora fi

Direção editorial: Agemir Bavaresco
Diagramação: Lucas Fontella Margoni
Capa: Coral Michelin

A regra ortográfica usada foi prerrogativa de cada autor.

Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da Creative Commons 4.0

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR

Série Filosofia e Interdisciplinaridade - 62

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
PARODE, Fabio; BENTZ, Ione (Orgs.).

Semiótica, estética e design - [recurso eletrônico] / Fabio Parode; Ione Bentz (Orgs.). - Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2016.

166 p.

ISBN - 978-85-5696-098-6

Disponível em: http://www.editorafi.org

1. Semiótica; 2. Estética; 3. Cultura; 4. Design; I. Título; II. Série

CDD-701

Índices para catálogo sistemático:
1. Estética 701

APRESENTAÇÃO

O conjunto de artigos apresentados neste volume corresponde aos trabalhos realizados durante os seminários de Estética e Cultura Contemporânea e Processos de Significação e Comunicação, oferecidos para os alunos de Mestrado em Design da Unisinos, em 2015. Ambos os seminários, ainda que com metodologias diferentes, têm como proposta a qualificação das discussões e produções de design estratégico.

Em Estética e Cultura Contemporânea, busca-se apresentar e discutir temas ligados à produção da arte e do design, com foco nas relações entre produção de artefatos e cultura e nas sensações produzidas no corpo pelos sentidos simbólicos. Busca, sobretudo, elementos para a construção de pensamento crítico sobre a relação entre o design e o contexto no qual ele se insere, identificando a estruturação de poder dos agentes discursivos. Design, nesta perspectiva, é entendido como agente cultural, dispositivo capaz de agenciar, promover ou alienar os sujeitos, seja de seu papel social, seja de sua própria percepção de si. O substrato teórico, trabalhado ao longo do seminário de Estética, busca corroborar o pensamento sobre o design, sobre as práticas de projetação na perspectiva do design estratégico, especialmente naquilo que diz respeito à produção das condições do convívio coletivo e de projeto de futuro.

É a produção de sentidos simbólicos o que une os dois seminários, sendo que Processos de Significação e Comunicação parte das perspectivas semióticas para a compreensão dos significados produzidos e postos em circulação pelos meios de comunicação, em seus vários suportes tecnológicos. Trabalha-se os textos como discursos, o que confere relevância aos sujeitos na produção da intersubjetividade. A relação entre texto, imagem e discurso aparece como fundamento para a

compreensão dos agenciamentos através das formações maquínicas, nos movimentos de territorialização, desterritorialização e reterritorialização. A identificação de diferentes regimes de signos, de linguagens e de processos de comunicação leva à discussão de métodos de análise que, correlatos à compreensão de design como linguagem, agrega valor à formação do design como agente transformador da sociedade pela produção de dispositivos de sentidos simbólicos agregados.

Assim, ambos os seminários se complementam e, neste espaço de visibilidade de sua produção, publicam os resultados de suas experiências.

As expressões de estética e semiótica fazem eco ao esforço de construção e manutenção de um espaço de livre e diversificado pensar, representado pela universidade democrática. A busca permanente de bem estar social, de uma sociedade mais justa, do direito de acesso aos bens culturais e da preservação do meio ambiente está na base da formação da pessoa humana em suas múltiplas dimensões, atualizadas em diferentes ecossistemas. A atividade de pesquisa avançada, pautada pelo pensamento crítico-reflexivo sobre a realidade e sobre as teorias que a analisam, aqui materializada pelos nossos trabalhos, objetiva a oferta de contribuições relevantes para o percurso formativo de pessoas-cidadãs.

O conjunto de textos que dão forma a esta publicação foram produzidos nas disciplinas de Processos de Significação e Comunicação (2015) e Estética e Cultura Contemporânea, como esforço de organização dos temas trabalhados. Os paradigmas se expressam pelas fontes bibliográficas variadas e os autores diferenciam-se pelas formas de subjetivação. As temáticas contemplam: a contraposição entre arte e design ou designer e artista; produção de inovação e arte, na interface entre criatividade e técnica; a promoção da cultura e da sustentabilidade; a abertura do design estratégico para novas possibilidades de incorporação dos modos mais criativos e reflexivos de

pensar, planejar e agir nas organizações; a proposta de ecossistemas criativos em configuração única, transdisciplinar e heterogênea a produzir criatividade e inovação; a compreensão da narrativa e da ludologia pelos jogos que contam da tomada de decisões e da experiência individual; a retórica da significação e da cultura de projeto na cultura popular, pela semiose feita de rizomas e de caosmose; a possibilidade de inovação projetada frente à complexidade da vida cotidiana, pela interrelação entre relações sociais e colaborações, práticas ecológicas do meio ambiente e relações sociais e subjetividades humanas; a centralidade em intuição, interpretação, criatividade e jogo como elementos da representação do lúdico.

Porto Alegre, 28 de novembro de 2016.

SUMÁRIO

FRAGMENTOS DE TRAJETÓRIAS INTERSUBJETIVAS: MODOS DE VER E DE CONSTRUIR A SIGNIFICAÇÃO
Ione Bentz 13

ESTÉTICA E CULTURA NA RESISTÊNCIA E LUTA
Fabio Parode 21

DISCUSSÃO SOBRE O DESIGNER/ARTISTA
Ângela Bortolozo da Silva 36

DESIGN ESTRATÉGICO E A TRANSFORMAÇÃO DA CULTURA ORGANIZACIONAL: UMA ARTICULAÇÃO DIALÓGICA TRANSDISCIPLINAR
Claudia Caldas Silber 43

CARTOGRAFIA DE PROCESSOS CRIATIVOS ECOSSISTÊMICOS DE DESIGN
Felipe Brunel Kanarek 57

PERSPECTIVA DE DISSEMINAÇÃO DA CULTURA DE PROJETO: CASO BATIMÁ FEIRA DA FRUTA
Leandro Malósi Doro 91

RELAÇÕES ENTRE CO-DESIGN E PROCESSOS DE INTERSUBJETIVAÇÃO
Aron Krause Litvin 106

DESIGN: INTUIÇÃO, INTERPRETAÇÃO E JOGO
Rodrigo Najar 118

ARTE COMO DRIVER DE INOVAÇÃO SOCIAL: UMA PROPOSTA PARA O DISTRITO CRIATIVO DE PORTO ALEGRE
Coral Michelin 132
Fabio Pezzi Parode

CULTURA CONTEMPORÂNEA E SUSTENTABILIDADE: REFLEXÃO SOBRE O PAPEL DO DESIGNER E O SISTEMA DE MODA
Roberto Zimmer Araujo 151

CONTATO DOS AUTORES 166

FRAGMENTOS DE TRAJETÓRIAS INTERSUBJETIVAS: MODOS DE VER E DE CONSTRUIR A SIGNIFICAÇÃO

Ione Bentz

Introdução

Este texto ganha particular relevância se contextualizado no âmbito dos estudos avançados de processos de significação e comunicação, em sua relação direta com os processos projetuais criativos propostos pelo Design Estratégico. Essa metodologia prevê atenção para os efeitos de sentido simbólicos produzidos pelas linguagens, nas relações ecossistêmicas que organizam o espaço projetual. Nessa perspectiva, destacam-se temas como significação como processo, contextos de cultura, comunicação e tecnologias, práticas significativas e matrizes interpretativas, condições de produção do discurso, entre outros relevantes. Insinua-se, inclusive, a relação entre filosofia e design, pela apropriação das teorias deleuzeanas, objeto de recente publicação por pesquisadores da área de design.

A organização deste texto inspira-se no trabalho de Barthes intitulado "Fragmentos de um discurso amoroso" (2003), não em sua totalidade, mas naquilo que sugere como base de suas digressões 'amorosas', quais sejam: os enquadramentos em Referências, Discursos e Figuras que logo se percebem complementares entre si, sem que sejam lugares de tempo e de espaço definidos. Dialogam e mesclam-se na flutuação dos significantes como formas simples de falar sobre o ser do homem na linguagem e na

experiência. Esses enquadramentos são assim definidos: Referências são os lugares da experiência; Discursos são os lugares do eu e Figuras são os lugares de leitura.

Esses enquadramentos foram ressignificados e renomeados para os fins propostos neste texto. Assim, TEXTOS são lugares, espaços de experiência reflexiva (espaço formal de expressão das práticas reflexivas acadêmicas); DISCURSOS são inscrições subjetivas materializadas pelos textos (o autor, suas idiossincrasias e seus olhares interpretativos); e FIGURAS são molduras epistemológicas que referem os paradigmas (as teorias) que participam, pela operação dos sujeitos, do processo de construção dos significados, portanto de um dado viés de conhecimento.

Cabem aqui algumas considerações sobre a condição teórica e explicativa dos termos que designam os enquadramentos, ou seja, textos, discursos e figuras. Embora discussões referentes aos conceitos de texto discurso sejam feitas em profundidade pela área de linguística (MAINGUENEAU, D. (2008); CHARAUDEAU, P. (2008); VAN DIJK, T. A. (2012); BAKHTIN, M. (2003)), a utilização desses termos como enquadramentos mantém alguma proximidade com seu significado de origem, sem ortodoxia distintiva ou conjuntiva. Assim, textos, embora não compreendidos no paradigma estrito da gramaticalidade, caracteriza-se pelo zelo à coerência semântica e à coesão sintática, na expressão de saberes pela racionalidade das argumentações. Ele está referenciado a determinados modelos textuais. Nessa perspectiva, há de um lado os que falam ou escrevem e, de outro, os que leem, ou seja, os leitores empíricos. O sujeito está na origem da organização textual. Essa organização respeita o campo em que o texto é proposto ou circula, inclusive parâmetros de gênero. Destacam-se as competências demonstradas pelos escritores ou leitores para manter uma base interacional

informativa. Formam-se entre os textos ou intra-textos relações interativas, de certo grau de redundância, a que se pode chamar de intertextualidade.

No que se refere a discurso, o agente principal é intrínseco a ele, não é uma entidade externa, mas um enunciador, um agente discursivo que se inscreve institucionalmente, ou seja, em cenários sociopolíticos. São as formações discursivas, as práticas discursivas ou as condições de produção do discurso que repercutem memórias, interpretações. Os sujeitos ocupam posições previstas pelo discurso e são efeitos e não origem. Formam-se entre os discursos e nos discursos relações a interdiscursividade que se realiza graças à polifonia, ou seja, a relação que se dá entre mais de um posicionamento ideológico expresso no texto.

As figuras são de natureza híbrida em que se fundem traços da textualidade e da discursividade. No que concerne a paradigmas epistemológicos, a presença dos agentes de produção e de leitura estão comprometidos com as dimensões textual e discursiva expressas.

Em síntese, as correspondências de enquadramento equivaleriam a: DOS TEXTOS – espaços de registro das experiências; DOS DISCURSOS - espaços das inscrições subjetivas; e DAS FIGURAS – espaços das lentes paradigmáticas. A visão é de textos em conversação que trazem à tona o nosso modo de significar as materialidades socioculturais pela ótica dos sujeitos implicados na enunciação.

Desdobramentos

O ser humano interroga-se o tempo todo sobre tudo que o cerca. Mas são particularmente estimulantes as produções culturais, pois elas são interrogadas e interrogantes, simultaneamente, entre si como materialidades e sobre si, como lógicas constituintes. Os

processos criativos configuram-se como rupturas que abrem espaços para o campo dos mundos possíveis, desejados ou imaginados. Essa poética está em relação triangular com as gramáticas lógicas e com os dispositivos éticos que devem pautar a produção de significados reais ou simbólicos.

Dos textos

São espaços de natureza estrutural que oferecem para leitura uma determinada ordem de encadeamento às experiências. São lugares da experiência, são "pedaços de origem diversa" (BARTHES, 2003, p. 3) que não deixam de integrar contextos sempre suscetíveis de serem surpreendidos por eventuais circunstâncias. São recortes de vida e de experiência que trabalhados pelas instâncias do real, do imaginário e do simbólico suportam os demais enquadramentos, ou seja, o dos discursos e o das figuras.

Como a leitura (CHARTIER, 1996) é sempre apropriação, invenção, produção de significados ela sempre pressupõe liberdade nas limitações textuais. Convenções e hábitos articulam as operações significativas derivadas da cultura; tempos e lugares fundam os relatos das diferentes experiências relatadas. Associada ao conhecimento e às práticas de vida é um acervo sempre em aberto que permite reconhecimento e rememoração. Esse conjunto de conhecimentos teóricos e práticas é quem suporta a produção dos significados. Cultura é memória, ação e criação, é um sistema de símbolos compartilhados que interpreta a realidade humana. Ser na cultura é fator de identidade, subjetivação e pertencimento.

Dos discursos

Discursividade são frações de discurso que se configuram pela memória, conforme se possa nele

reconhecer algo que tenha sido ouvido ou vivenciado. Nessa ordem de produção de leitura e de sentidos está o sujeito. Ele está presente nos enunciados, resultantes dos processos de enunciação. Discursos são lugares do eu, pessoa fundamental operada pelo processo de enunciação (BENVENISTE, 2008). São as linguagens que dão aos indivíduos o status de sujeito, pois é assim que o homem é um ser no mundo. Embora o autor acima citado não tenha pretendido fazer uma teoria do sujeito, a subjetividade ganhou relevância pelo seu papel na compreensão dos processos de significação. O que se faz neste texto é ressignificar o conceito de subjetividade, entendendo, contudo, que o sujeito encontra lugar de expressão nos textos e nas figuras. Ele se funda na relação discursiva com o outro, seja esse real ou imaginário, individual ou coletivo, ou seja, há sempre um endereçamento a outro sujeito presumido, de que nada se sabe e tudo seja possível prever. O importante é que esses eventuais parceiros sejam percebidos também como parte dos outros enquadramentos, reconhecimento esse responsável pela relação intersubjetiva presente nos enunciados.

Das figuras

Linguagens e subjetivações produzem efeitos de sentido de diferentes naturezas. Enquanto as primeiras remetem a paradigmas relativamente estáveis e a regras identificáveis, as segundas correspondem a extratos menos inteligíveis e tangíveis. A esse respeito, ocorre lembrar de Deleuze e Guattari (2010) quando afirmam que as sensações, as percepções e os afetos são seres que tem existência própria manifestada nas expressões transitivas e nas afecções. Esses elementos não significam tangibilidade, mas sombras, dobras ou bordas, em esferas de intangibilidade. Assim, percepções são independentes da experiência dos sujeitos e sensações e afecções não

pertencem aos sujeitos. Esses processos pertencem apenas ao sujeito que se subjetiva na linguagem, ou seja, no sujeito da enunciação e não no indivíduo 'real'.

Agamben (2005) fala de diferenças entre experiências, portanto entre textos, ou na intertextualidade. Um tipo de experiência como a científica corresponde à construção de uma via, de uma dada lente cujos métodos correspondentes organizam a produção do conhecimento. Assim compreendido, esse tipo de experiência assume, pela possibilidade de apresentar evidências, um dado sentido para os dados do real pesquisado. A experiência da leitura nele se enquadra, pela natureza referencial dessas operações. As figuras reconhecem a existência de vários paradigmas que orientam a experiência racional possível. Nesse sentido, as operações do sujeito e das experiências definem restrições que se manifestam no processo final dessa transversalidade. Nessa questão, diferentes relevâncias se põem: o relato textual atravessado pela intersubjetividade enunciativa na construção de uma visão cujos filtros cognitivos os enquadram como uma totalidade.

Finalização

Como forma de finalização, opta-se por retomar a questão do sujeito pela relevância que foi dada à presença do eu discursivo no processo de subjetivação. A subjetividade é virtual; a emoção criadora vem completar o conjunto das coerções sociais ou das reações individuais libertárias. Ela inscreve o sujeito como aquele que é responsável pela passagem do texto ao discurso: subverte qualquer ordem de circularidade e de continuidade, de modo a produzir a síntese das diferenças. Trata-se de um paradigma que organiza a maior parte dos processos plurais do discurso, quais sejam polifonia, dialogismo, intertextualidade, sincretismo e polissensorialidade. Enfim, a significação é emergente do próprio movimento da

enunciação como produto da resolução das heterogeneidades.

Esses três lugares – dos Textos, dos Discursos e das Figuras são espaços virtuais de linguagem que representam as realidades socioculturais somente apreensíveis em sua pluralidade por esse tipo de mediação. Nessa perspectiva, estaria a sociedade condenada a vivenciar a realidade somente pela mediação das linguagens, portanto, como uma poderosa metalinguagem traditiva.

Referências

AGAMBEN. G. **Infância e história.** Belo Horizonte: UFMG, 2005.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARTHES, R. **Fragmentos de um discurso amoroso.** Rio de Janeiro: Martins Fontes, 2003.

BENVENISTE, E. **Problemas de linguística geral I.** Campinas: Pontes, 2008.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso:** modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARTIER, R. **Práticas de leitura.** São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F**. O que é a filosofia?** São Paulo: Editora 34, 2010.

MAINGUEANEAU, D. **Gênero dos discursos.** São Paulo: Parábola, 2008.

VAN DIJK, T. A. **Discurso e contexto:** uma abordagem sociocognitiva. São Paulo: Contexto, 2012.

ESTÉTICA E CULTURA NA RESISTÊNCIA E LUTA

Fabio Parode

Introdução

O ano de 2016 está marcado por transformações dramáticas no cenário socioeconômico do Brasil. Um golpe parlamentar seguido de medidas antipopulares instaurou um novo regime que traz no seu bojo, um projeto de futuro que pretende construir um Estado mínimo, caracterizado pelos princípios do neoliberalismo. O processo de implantação desse modelo está marcado por violências, injustiças e arbitrariedades por parte, especialmente dos juízes e congressistas brasileiros. Como diz Leonardo Boff, "Entre o golpe de 1964 e o golpe de 2016 há uma conaturalidade estrutural. Ambos são golpe de classe, dos donos do dinheiro e do poder: o primeiro usa os militares, o outro o parlamento. Os meios são diferentes, mas o resultado é o mesmo: um golpe com a ruptura democrática e violação da soberania popular."[1]

A ruptura com as prerrogativas constitucionais de 1988, tanto no processo do *impeachment* quanto nos movimentos repressivos contra a reação da sociedade, nos leva à percepção de que já não estamos mais em um Estado de Direito democrático, mas sim em um Estado de Exceção. Nesse sentido, todas as ações, envolvendo teorias ou práticas, estão envoltas por esse contexto estrutural. Assim, pensar produção de conhecimento, ciência e tecnologia, assim como, liberdade de expressão, ética e

[1] <https://leonardoboff.wordpress.com/2016/09/05/golpe-de-1964-e-golpe-de-2016-a-mesma-natureza-de-classe/ > acessado dia 11.11.2016

justiça, nos leva a ponderar as implicações do nosso fazer neste cenário. O que pode o design frente a esta onda fascista e desconstrutiva dos movimentos sociais, democráticos e civilizatórios? Um caminho inicial, dentro de um projeto de devir para o design, será a retomada de sua relação com os princípios éticos que se colocam ao lado da vida em sua diversidade, ao lado das políticas republicanas que buscam a liberdade, a igualdade e a fraternidade para todos na sociedade. Logo, este projeto se opõe às práticas neoliberais em curso no Brasil e no mundo.

O seminário de Estética e Cultura contemporânea, desde sua implantação em 2008 vem atuando como um espaço de reflexão e crítica aos modelos pautados pelo reducionismo e carência de substrato humanístico. Nos eixos que orientam este seminário, dentre eles, estética, ética e politica, buscamos identificar os valores e ideologias nos diferentes discursos da arte e do design. Arte e design como discurso, como texto, sistema de representação e apresentação, acontecimento, cuja linguagem simbólica nos permite identificar quais postulados emprega, defende, e busca imprimir na realidade. A dimensão pragmática do design é questionada por nós desde sua produção projetual. Afinal, que tipo de enquadramento, esquadrinhamento da realidade estaria propondo um referido design? Quais suas implicações éticas, sociais e políticas frente as escolhas estéticas e pragmáticas realizadas? Design enquanto agente de transformação da realidade, significa design como dispositivo, como agente politico no campo social. Quais os valores simbólicos (e campos de forças) que, a partir da estética, são agenciados, acionados ou desligados, com um dado design? Estamos falando de muitos designs, um campo múltiplo de práticas sendo que cada uma delas remete a um dado enunciado, um dado discurso, e cabe-nos, dentro do que nos propomos, identificar os substratos deste discurso, mesmo os mais sutis e improváveis. Na

mesma linha de Foucault (2013), buscamos uma arqueologia dos saberes constituídos através do design.

Em termos de cultura contemporânea, vive-se de forma mais ampla o espectro da globalização e, no seu horizonte, os efeitos de suas crises que ciclicamente fragilizam diferentes territórios globais. Essas crises, em muitos casos, são de ordem econômica, mas não apenas, pois também se caracterizam por crises ambientais, políticas, sociais e também culturais, tendo em vista a fragilização das culturas locais em favor de uma cultura transnacional pautada pelos Estados Unidos. No plano mais estratégico, o campo global é um espaço de disputas de mercados e matérias-primas e exige dos diferentes governos relações multilaterais, envolvendo acordos e tratados, enfim, políticas e organismos que possam regular os processos que definem os fluxos de mercadorias e consumo. Entretanto, um lado perverso também tem se destacado no campo da globalização: a precarização do trabalho e a implementação de medidas que subtraem o poder do Estado, principalmente no que diz respeito a sua ação social. A longa cadeia produtiva no espaço globalizado tem permitido a inúmeras industrias deslocar seu capital de produção para territórios onde as leis de proteção social e ambiental são mais frágeis. Evidentemente que a cultura reflete esse estado de crise e confronto de interesses. De um lado, as populações crescendo e ampliando sua demanda, o que exigiria políticas adequadas para a construção de condições de vida com qualidade, e por outro, o interesse financeiro e ampliado do lucro, a ganância explicitada numa dinâmica de concentração de riqueza e processos corruptos de enriquecimento ilícito. Esta situação reflete o aumento do individualismo e a fragilização de princípios éticos no que diz respeito ao poder público e empresarial. O campo ético assim como o estético, são fundamentais à reflexão sobre design. O distanciamento entre ética e ciência, ética e arte e ética e

pensamento, ao longo da modernidade, trouxe-nos como horizonte a precariedade moral, o processo de decomposição da sociedade. Para Tourraine (2011) as forças individualistas engendradas pela globalização tem potencializado a decomposição da sociedade. Uma evidência clara e atual com relação a essa observação é a eleição de Donald Trump para presidente dos EUA, representando a extrema direita global, com tudo o que ela reivindica: racismo, sexismo, misogenia, homofobia, xenofobia etc.

Esta perspectiva, aqui no Brasil, explicita-se através da exacerbação de um confronto de classes, violência política e simbólica por parte do poder instituído após o golpe de 2016. O governo, ilegítimo do ponto de vista de sua representatividade democrática, tem instaurado medidas de repressão contra os movimentos sociais, assim como, tem protagonizado a construção de novos dispositivos com a conivência do parlamento e do judiciário, cujo propósito é restringir a atuação do Estado brasileiro, especialmente no que diz respeito a sua abordagem social e de desenvolvimento das condições de produção intelectual do país, tornando-o a médio e longo prazo subserviente e suscetível às políticas do capital internacional. Além disso, o referido governo vem corroborando com a construção de um quadro de retrocesso, estimulando e acelerando um amplo processo de privatizações de empresas estatais estratégicas em matéria de energia e recursos naturais, tais como petróleo, minérios e água doce. Qual seria o propósito de tais medidas? Não estariam tais medidas, enfraquecendo a autonomia do Brasil frente a um cenário futuro de rarefação desses recursos? Sim, esta politica inscreve-se na mesma lógica de estruturação de um território precarizado e aberto a exploração especulativa. No limite, é o patrimônio da juventude brasileira e seu futuro que estão sendo ameaçados. Particularmente, os cortes nos

investimentos em educação, ciência e tecnologia afetarão o projeto de desenvolvimento da nação. Note-se que o lançamento de projetos e medidas de transformação dos currículos do ensino médio, respondem a uma arquitetura perversa de colocação dos jovens brasileiros em uma perspectiva de futura mão de obra barata, meramente funcional, com baixas condições intelectuais e críticas, portanto, com um fraco poder de negociação em um cenário de flexibilização e terceirização do trabalho. A proposta de reforma do ensino médio, inscrita na MP 746-16, busca esvaziar de sentido o papel das artes, da filosofia, sociologia e educação física, levando-nos ao confronto com um paradigma redutor e funcionalista pautado exclusivamente pela ideologia de mercado. No que diz respeito a produção das condições de reflexão crítica e percepção da realidade, tornar secundário ou até mesmo inexistente o papel das ciências humanas no currículo formativo dos sujeitos, representa a construção de subjetividades limitadas no que diz respeito ao plano intelectual e cidadão. Este projeto tem fundamento mais político do que educacional, pois busca construir, a médio e longo prazo, um modelo de trabalhador servil e submisso, pois não estimula sua inteligência e liberdade de expressão, impedindo que ocorram significativos avanços em nível de cidadania e processo civilizatório. Em uma atitude maquiavélica, o atual governo brasileiro, tenta fragilizar e criar as condições de uma permanente submissão de seus sujeitos, dessa forma, ele tem a garantia de sua continuidade como poder. Guardadas as devidas proporções, a título de ilustração, esta também seria a lógica intrínseca do *reality show Big Brother*. As regras desse jogo são claras: eliminam-se os mais fortes primeiro, e assim sucessivamente, instaurando um espaço pouco competitivo e de fácil dominação, impondo um padrão geral pelos mais fracos. Entretanto, no âmbito social e econômico, o mais fraco pode significar apenas alienado, intelectualmente

fragilizado, porém, suficientemente habilitado para exercer trabalho e gerar riqueza. Depreende-se da teoria de poder foucautiana que, quem tem menos saber é, em tese, mais facilmente manipulável, submetido, explorado. Como ressaltou Foucault em Vigiar e Punir (1975), *saber é poder*. Foucault (1975) com relação ao corpo e os mecanismos de controle, diz que é fundamentalmente de sua força e submissão de que se trata, mesmo se os métodos são suaves e sutis. Diga-se, de um corpo docilizado, articulado nos engendramentos da representação e da sublimação.

Assim, o design estratégico para inovação social e cultural neste momento de crise da democracia brasileira, sente-se convocado a ressaltar sua dimensão estética, ética e política, tendo em vista a defesa dos princípios garantes do equilíbrio social e das condições de humanidade no coletivo. Duas grandes questões emergem como princípios e axiomas no fazer estratégico do design voltado para questões sociais e culturais: de que precisa uma sociedade para garantir a qualidade de vida de seus cidadãos? O que pode o design para contribuir na construção de um futuro melhor para a humanidade? Tentaremos, de forma exploratória, ponderar sobre estas questões ao longo deste ensaio.

Design como agente transformador: dispositivo

O design não é apenas um construto material carregado de significados, mas é também um agenciador de realidades, experiências, no limite, um dispositivo capaz de dispor ou, ao contrário, interromper fluxos, criar espaços que podem significar acolhimento, prazer e conforto, ou estruturação de distanciamentos, marcas de identidade, representações. E nesse sentido, portanto, design atua como ator politico, social e cultural. Para Foucault, dispositivo tem um significado ligado à estratégia em relação a articulação de linhas de forças que podem dispor

ou interromper acontecimentos. Segundo ele, « o dispositivo está sempre inscrito em um jogo de poder, estando sempre, no entanto, ligado a uma ou a configurações de saber que dele nascem mas que igualmente o condicionam. É isto, o dispositivo: estratégias de relações de força sustentando tipos de saber e sendo sustentadas por eles. » (FOUCAULT, 1979, p. 246).

Os dispositivos contemporâneos, tais como as redes sociais, tanto podem articular ideias grandiosas e importantes para a sociedade e para o aumento da qualidade de vida coletiva, quanto fazer exatamente o contrário, ou seja, propalar discursos odiosos, racistas, cheios de preconceitos e rancores, estimulando práticas violentas que em muitas ocasiões extrapolam o mero jogo de palavras e ganham materialidade no cotidiano social. Certamente o problema não está no dispositivo em si, mas na cultura que lhe é subjacente definindo o modo como ele está sendo operado.

No campo midiático, tal como o das redes sociais, a expressão da passionalidade em oposição a razão, ganha um amplo espaço de difusão e amplificação, tendo em vista que pode encontrar ressonância, e de forma viral, vir a constituir um discurso que transborda os limites da rede, assumindo no plano coletivo funções ideológicas e de formação de consenso. Os movimentos ocorridos no Brasil, seja o Passe-livre em 2013 ou o recente movimento social que levou ao Golpe de 2016, foram articulados pelas redes sociais e parte deles postularam ideais fascistas, chegando ao extremo de alguns setores reivindicar o retorno da Ditadura Militar, instaurada no golpe de 1964. Esse processo de afirmação de valores de direita e de extrema-direita nas redes sociais nos leva a questionar os processos maquínicos acelerados e ampliados, sendo capazes de suplantar de forma violenta e radical os movimentos socioculturais estruturados e cultivados em plataformas tradicionais. A dinâmica identificada por Levy

(2003) como *inteligência coletiva*, enquanto conceito, mostra seu desgaste e superação. Ao contrário do suposto avanço da inteligência pela proliferação das informações e conhecimento possível através das redes sociais, há na atualidade uma fratura no processo, cuja brecha permitiu a emersão de programas fascistas que se utilizam das redes para expandir sua atuação: uma caixa de Pandora se abriu. Desta forma, o ano de 2016 marca o retrocesso no esforço de anos de produção em diferentes setores da sociedade e da cultura. Vê-se hoje um processo de regressão no que diz respeito aos valores que estimulam o sentimento de *philia*, pertencimento e fraternidade. A perseguição de pessoas inocentes e a utilização pelo Judiciário brasileiro, da força das grandes cadeias comunicacionais para a construção ou desconstrução da imagem, da mesma forma como ocorreu durante o nazismo alemão através das estratégias de Goebbels[2], é capaz de forjar uma realidade estimulando ações coletivas movidas pela manipulação da mente, produzindo um consenso reacionário, de extrema direita, tomando de assalto vidas inteiras, organizações políticas, projetos de sociedade, a democracia. Como diz Deleuze, a propósito da Justiça na obra de Franz Kafka, « onde acreditávamos que havia lei, há de fato desejo, somente desejo, e não lei. » (DELEUZE, 1975, p. 90)[3].

O movimento do design, ao longo das últimas décadas, foi o de acompanhar o processo de abertura e potencialização dos valores éticos e sociais. Houve uma desmaterialização no design. Migrou-se para princípios mais imateriais e coletivos. Inovação Social e Cultural enquadram-se exatamente nessa perspectiva, quando o design deixa de ser meramente desenho industrial e passa a

[2] Joseph Goebbels foi Ministro das comunicações na Alemanha nazista de 1933-1945.

[3] Original francês: là où l'on croyait qu'il y avait loi, il y a en fait désir et seulement désir. La justice est désir, et non pas loi.

ser também projeto implicado com o social e o cultural em uma perspectiva sistêmica. Esse fenômeno deu-se com maior vigor depois dos anos 80, pós crise do petróleo. Passou-se a considerar a crise dos recursos naturais e a necessidade de se projetar mudanças nos hábitos de consumo. Hoje, em plena globalização percebemos que quanto maior a crise social e econômica, mais o design vê-se confrontado com seus princípios: inovar, transformar, projetar, solucionar etc. Porém, fazer design com que propósito e em que direção? A definição desses questionamentos é fundamental para a qualificação do fazer design. E é especialmente na dimensão metaprojetual, antecedendo a fase operacional do projeto, que essas definições conceituais são efetivadas. Há que se considerar no espaço de reflexão do design estratégico, particularmente em sua abordagem pela inovação social e cultural ou ecossistêmica, os princípios garantes da qualificação da sociedade atual e das gerações futuras. Design é sempre propositivo e nesse sentido, atua como ator social, podendo engendrar espaços e ambientes, objetos ou temporalidades para a estimulação de experiências e potencialidades. Assim, no sentido politico do design, estimula-se, nos espaços formativos, o estudo que possa levar às práticas éticas, humanitárias e responsáveis com a vida. Um mundo melhor, mais justo e ambientalmente protegido, sim, é possível que este seja o horizonte criativo do design, um motor que impulsiona o imaginário. Design no enfrentamento dos problemas da realidade mas também na construção de novas realidades. Para além de um design idealizado nas suas potencialidades, postulamos um design capaz de articular as necessidades de realização subjetiva dos indivíduos e também capaz de se colocar como vetor na sociedade e cultura de valores capazes de promover o avanço da humanidade.

Em que medida a estética pode contribuir para a formulação e materialização de artefatos de design que

possam confrontar os problemas contemporâneos ensejando a qualificação dos territórios existenciais em uma perspectiva democrática e ética?

Da Estética

A estética é uma disciplina filosófica que se ocupa especialmente da arte e da beleza, mas não apenas isso. Ocupa-se também dos processos de sensação, dos efeitos de sentido dos objetos e artefatos sobre o corpo, no nível de sua sensibilidade e no nível de sua subjetividade. Essas sensações podem ser de prazer ou desprazer, dependendo do estimulo e das reações provocadas no corpo. Da filosofia grega antiga herdamos a percepção da estética que tem em suas bases de investigação não apenas as noções de equilíbrio e harmonia, mas também sobre a condição trágica, a percepção da finitude da vida. Aristóteles, na Poética, descreveu o fenômeno da catarse[4] (purificação), como o efeito sobre os corpos em nível de suas sensações. Efeitos de intensidade a partir de objetos e ações culturais, tais como as tragédias teatrais. Tais efeitos podem afetar os corpos em grau e intensidade sendo potencialmente capazes de produzir rupturas na sua subjetividade. Rupturas possíveis produzidas pela experiência radicalizada, potencializada pela violência da forma e das combinações possíveis entre sujeito e objeto, liberando sensações e gerando novas camadas de sentido.

Estamos diante de um referencial estético que abre as vias da forma para além da medida, uma forma em desarmonia com os princípios reguladores do equilíbrio,

[4] A tragédia é a imitação de uma ação elevada e completa, dotada de extensão, numa linguagem embelezada por formas diferentes em cada uma das suas partes, que se serve da ação e não da narração e que, por meio da compaixão e do temor, provoca a purificação de tais paixões. (Aristoteles, 1449b, 24-26)

uma forma hibrida, sublime. Neste campo de experimentação abre-se como horizonte a crueldade e a violência como matrizes potencialmente criadoras. Para o artista, a experiência de produzir formas que fogem do padrão dominante de conforto, permite-lhe investigar novas possibilidades de interação com a matéria, livre de juízos morais e distante dos padrões hegemônicos impostos pela sociedade do consumo. Cria-se espaço para a produção de diferenças, inovações estéticas e rupturas com os padrões dominantes. Para o público em geral, com o contato com as obras carregadas de violência estética, instaura-se uma ordem de confronto, desmobilizando barreiras e padrões cristalizados. Ao público abre-se a possibilidade de deslocar sua percepção, mobilizar sensações e formar novas subjetividades. Aos princípios de desagrado e desconforto, segue-se uma reação pela experiência e pelo vivido do inesperado. E é justamente nesse nível, nessa temporalidade entre o confronto e a reação, que é possível creditar a transformação. Como diz Deleuze "do corpo à obra de arte, da obra de arte às Ideias, há toda uma ascensão que se faz à base de chicotadas". (DELEUZE, 2009, p. 24).

Design e Arte

Sustentabilidade social, econômica e ambiental forma o tripé dos principais problemas da modernidade tardia. O impacto do sistema industrial no planeta vem atingindo índices alarmantes afetando a perspectiva de desenvolvimento de gerações futuras. Os limites do sistema industrial, pautado na extração de recursos naturais, alguns deles, inclusive, não renováveis, como o petróleo, tornam visíveis cenários de incertezas quanto ao futuro da humanidade. O atual modelo americano e europeu de consumo, tendo em vista a dinâmica do capital na perspectiva da globalização e massificação, em particular

com o surgimento de potências econômicas tais como a China, revela-nos o grande risco desse modelo ao equilíbrio ambiental do planeta. A questão da resiliencia do planeta torna-se fundamental para a elaboração dos projetos. Nesse horizonte, uma nova ordem de desenvolvimento e organização se faz necessária: um desenvolvimento durável, sustentável, com um novo sistema de produtividade, consumo e relações sociais que dêem conta dos interesses das populações e empresas e que não apresentem riscos para o meio ambiente e a qualidade de vida das gerações futuras. Esse novo modelo precisa ser desenvolvido tecnológica e cientificamente, trazendo aporte dos estudos culturais e sociais para o questionamento do fazer design contemporâneo e amadurecimento dos valores fundamentais à cultura do designer do futuro. É nesse sentido que se faz fundamental pesquisas sobre o papel do designer como agente produtor de conhecimento e formação de valores. A compreensão dos mecanismos de produção de sentido e de linguagens do design em relação a arte, se revela como possibilidade de afetar a cultura de projeto até então proposta. A cultura de projeto afetada pela concepção de design voltado para arte, tende a ser compreendida de forma mais sistêmica, incorporando objetivos e metodologias que dêem conta dos problemas da sociedade contemporânea. Pesquisar e resgatar as relações entre design e arte, tendo em vista a sustentabilidade pode ampliar a consciência dos designers em relação às suas produções, seus projetos, implicando-os em um conjunto de relações que envolve os bens de uso, os usuários, os sistemas, o contexto e o meio ambiente.

Como já obsevado por Adorno (1988), em sua Teoria Estética, a obra de arte é resistência. Resistência a todo processo de massificação e homogeinização promovidos pela sociedade de massa, mais ainda, promovidos pela cultura industrial. Se arte é resistência segundo Adorno, por analogia, corpo também pode ser

percebido por sua resistência a todo processo de desconstrução e aniquilamento. O corpo vivo reage de forma intensiva, luta na existência – conatus – como diria Espinoza (2002) em seu Tratado Politico. *Conatus*, segundo Espinoza é o esforço que cada um faz para sobreviver.

Já para Bergson, trata-se de elan vital, e a arte, nesse processo, é percebida como espaço de atualização vital, de um corpo em duração. (BERGSON, 2006) Nessa relação entre arte e corpo, não importa as condições de sua produção ou quais foram os materiais ou formas utilizadas, o que conta de fato, é sua existência, sua presença e singularidade. Subjetivação e materialidade seriam as linhas que explicitam um devir em forma de arte ou design.

Considerações finais

As cidades impactadas pela globalização se apresentam hoje com uma complexidade cada vez maior de sistemas que precisam ser repensados em sua eficiência, cujas soluções possam talvez ser projetadas a partir do design em uma perspectiva de desenvolvimento sustentável. Há setores da sociedade global que reconhecem os processos e movimentos de reação contra a degração social e ambiental engendradas pela expanção dos efeitos negativos da globalização ou ainda pela crescente onda neoliberal e de extrema direita internacional. O design vem se questionando desde seus espaços formativos buscando resgatar principios éticos, estéticos e politicos ampliando seu campo de atuação e de forma sistemática, projetando em relação aos movimentos de qualificação da sociedade e de preservação da vida. Acredita-se que uma nova cultura de consumo possa ser gerada através de estimulos. Nesse sentido, o design pode atuar como gerador de estimulos e na medida em que este design possa ser potencializado pela arte, acredita-se que estes estimulos possam ser mais efetivos quanto as necessidades da

sociedade contemporânea em relação a sustentabilidade e as reconfigurações socioeconomicas promovidas pela globalização. No horizonte do projeto ecossistemas criativos, há arte e design – estética e cultura, há a ideação de um futuro mais justo e com qualidade de vida para as populações planetárias, com mais justiça social, economica e ambiental, incluindo a preservação dos animais e de seus ecossistemas. O ensaio desenvolvido relevou as questões contemporâneas sobre o crescimento da extrema-direita no planeta, cujo efeito, de criminalização da probreza e desmantelamento do Estado Social, no Brasil mas também em outros territórios, nos revela o projeto perverso de uma elite global detentora de recursos e sedenta por mais poder. Qual o papel e a responsabilidade do design frente a este quadro?

Referências bibliográficas

ADORNO, T. A dialética do esclarecimento. Rio de Janeiro: zahar Editor, 1985.

ARISTÓTELES. Poética. Tradução e notas de Ana Maria Valente. Lisboa: Fundação Caluste Gulbenkian, 2008.

BERGSON, E. Matière et mémoire. Quadrillage/Presses Universitaire de France, Paris, 1999.

DELEUZE, G. Francis Bacon, Logique de la sensation. Tome I, Paris: Éditions de la différence, 1981.

DELEUZE, G. Sacher-masoch : o frio e o cruel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009.

ESPINOZA, B. Traité politique. Paris: Librairie générale française, 2002.

FOUCAULT, M. A ordem do discurso. São Paulo : Edições Loyola, 1996.

FOUCAULT, M. Microfisica do poder. Rio de Janeiro : Graal, 1979.

FREUD, S. Trois essais sur la théorie sexuelle. Paris: Gallimard, 1987.

GUATTARI. F. Caosmose: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

GUATTARI, F. ROLNIK, S. Micropolitica: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1996.

LÉVY, P. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

PARODE, F.; BENTZ, I.; ZAPATA. M. Imanência e devir-animal na obra de Alexander Mcqueen. Dobras, vol. 8, n17, p. 74-90, maio 2015.

DISCUSSÃO SOBRE O DESIGNER/ARTISTA

Ângela Bortolozo da Silva

Introdução

Quando Eco (2004) coloca em sua obra "os limites da interpretação" que um "sistema nasce de uma hipótese interpretativa" e que "decidir a respeito do que está falando é uma aposta interpretativa" suas referências são textuais, mas permite-se a possibilidade de levar estas ideias para dentro dos projetos. No caso deste artigo, para projetos de design de produtos, para discutir como os chamados designers/artistas interpretam a diferença entre um produto e uma obra em seus trabalhos.

É clara a ideia de que esta diferença não está apenas na afirmação do designer, mas ela também depende do entendimento do usuário. Assim como é colocado por Bakhtine (apud GUATTARI, 2006), ele observa que "a forma estética só chega a esse resultado por intermédio de uma função de isolamento ou de separação, de tal modo que a matéria de expressão se torna formalmente criadora". Nessa colocação, o autor traz a subjetivação que existe na interpretação de cada objeto pelo autor e por seu "consumidor", o que torna todos os "interpretantes" responsáveis pelo sucesso do produto ou da obra.

Nessa perspectiva de interpretar os projetos de designers/artistas, possivelmente seja necessário tentar entender a diferença entre o que é considerado produto e o que é obra. Essa decisão, porém, pode cair na tentação de querer definir o design para afastá-lo da arte. No entanto, de acordo com Brasset e Marenko (2010 – tradução nossa), isso seria um "desserviço, pois sempre falta ou sobra algo", ou seja, não parece uma estratégia promissora começar por

uma ponta tão complexa deste sistema. Segundo Belchior e Ribeiro (2014), "o design não se constitui como uma forma de cultura, mas como expressão cultural que se vem mesclando aos nossos comportamentos e modos de ver o mundo". Considera-se, contudo, que é pertinente, sim, deixar claro o papel do designer no projeto, pois, segundo Verganti, eles são os mediadores da interpretação, comunicação e geração de significado (VERGANTI, 2009). Como consequência, dá-se o acesso a múltiplas áreas.

Produto e Obra

Para que exista uma discussão coerente sobre uma possível diferença entre um produto de design e uma obra de arte, torna-se importante o desenvolvimento de alguns conceitos. Deforge (1990, apud FALZON 2007) acredita que a obra se caracteriza pelo raro, até mesmo pelo único, enquanto o produto seria algo viável pela sua capacidade de multiplicação, ou até de produção em série pela indústria.

Como é comum no design, esta não é uma definição que tenha unanimidade, pois o designer se vê como designer e não como artista. Preocupa-se em enxergar "utilidade" ou "funcionalidade" em seus projetos, por mais exclusivos e complexos que possam parecer. Esta preocupação os artistas não possuem. A obra totalmente contemplativa e abstrata será tão completa para o artista, quanto qualquer outra. Segundo o designer Ron Arad, esta associação com a arte só lhe cabe, quando seu projeto desperta interesse de galerias para exposição. Em decorrência, o valor de venda se elevaria, ou seja, "o valor do produto de design se dá pela sua produção na indústria ou pelo valor que alcança nos leilões" (Entrevista Ron Arad a série Minimum Design, 2011). Caso contrário, ele continua se vendo apenas como um designer de produtos diferenciados.

Ao contrário de Ron Arad, os irmãos Campana parecem muito mais identificados com esta relação designer/artista, pois muitos de seus projetos demostram, claramente, a despreocupação com a possibilidade de multiplicar o produto. São objetos onde o estimulo sensorial precede sempre o interesse funcional. Alguns dos projetos desenvolvidos pelos irmãos Campana possuem apenas um exemplar, às vezes, são apenas o protótipo que é vendido como peça única. É o caso da cadeira Favela (figura 1) desenvolvida em 1991, pois era uma peça única que, posteriormente, seria reproduzida pela Edra. Ainda, em outras situações, as peças são multiplicadas em quantidades mínimas, numeradas como se fossem itens para colecionadores. Um exemplo é a cadeira Banquete (figura 2) da qual foram confeccionados apenas 35 exemplares que possuem numeração.

Figura 1
Cadeira Favela (1991)

Fonte: Site Casa e Jardim

Figura 2
Cadeira Banquete (2002)

Fonte: Site Istoé

Esta diferença de como enxergar o produto em desenvolvimento também pode ser uma estratégia de produção e de geração de valor agregado, pois peças customizadas e de pouca oferta causam grande interesse, ainda mais quando projetadas por designers de alto

reconhecimento. No entanto, de acordo com Belchior e Ribeiro (2014), "o design, no século XXI, abrange novos aspectos e anseia por outras linguagens. Ele deixará de lado aspectos de indústria e trilhará novos caminhos. Como arte é, ao mesmo tempo, competência técnica, "as possibilidades de atuação nos dois campos são imensas e imprevisíveis".

Assim como exposto por Ron Arad, no ambiente das artes, os preços elevam-se por produtos diferenciados e é, possivelmente, por esta razão que os designers citados estejam mais próximos deste universo, embora não necessariamente afastados do design. Estão apenas favorecendo-se das liberdades e vantagens que o universo das artes possui, em relação as áreas técnicas como engenharia e arquitetura, que também fazem parte da realidade do design. Seria, conforme Munari (2008), a ideia de considerar o design "como um modo de projectar, sendo livre como a fantasia e exacto como a invenção; compreende todos os aspectos de um problema, não só a imagem, como a fantasia, não só a função, como a invenção, mas também os aspectos psicológico, social, econômico e humano".

Designer/artista

Tanto o designer quanto o artista possuem capacidade interpretativa da sociedade a seu redor. O que pode diferenciá-los é a maneira como expressam essa visão. Por esta razão, eles podem transitar de uma área a outra, conforme a maneira com que se colocam na estrutura. Quando falamos em estrutura, falamos de "lugares" e "posições", o que remete às ideias de Deleuze (2010).

> "Os elementos de uma estrutura não têm nem designação extrínseca nem significação intrínseca. O que resta? Como lembra com rigor Lévi-Strauss,

> eles têm tão-somente um sentido: um sentido que é necessária e unicamente de "posição". Não se trata de um local numa extensão real, nem lugares em extensões imaginárias, mas de locais e de lugares num espaço propriamente estrutural, isto é, topológico[1]". (DELEUZE, 2010. p. 255).

O autor traz a ideia de que as posições da estrutura transcendem o real e o imaginário. O lugar existe, mas a dúvida é de como será preenchido ou ocupado, neste caso pelo autor, que é, como a sociedade, um ser simultâneo e transversal. Baudrillard (1990) defende esta transversalidade, pois tudo já foi feito e estamos apenas a repetir, mas para Deleuze (2010), o designer tem a oportunidade de diferenciar-se através de suas relações, o que inclui arriscar-se na permissividade das artes, sem perder a funcionalidade das origens industriais do design.

Considerações finais

Quando estamos diante de discussões relacionadas ao design, fica a impressão de que elas são mais breves do que deveriam, possivelmente, porque os assuntos que envolvem design possuem muitos desdobramentos e costumam ser de difícil consenso. Sendo assim, este artigo não tinha um intuito de definir ou estabelecer as diferenças entre obra e produto, ou um limite entre designer e artista.

---

[1] Topologia é uma expressão para referir-se a representação de posições e lugares em várias áreas. Formalmente Topologia significa: ***Mat*** Ramo da Geometria que se baseia na noção de um espaço não quantitativo e em que apenas se consideram as relações de posição dos elementos das figuras. **3** ***Gram*** Teoria da colocação ou disposição das palavras na oração. **4** ***Inform*** Modo pelo qual os vários elementos de uma rede são interconectados. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=topologia>. Acesso em 12 de nov. de 015.

O objetivo era ampliar a visão sobre estes universos e trazê-los para uma discussão, com exemplos reais.

Os exemplos escolhidos neste artigo (irmãos Campana e Ron Arad) são objetos de estudo da autora, não sendo, obviamente, as únicas opções que se enquadrariam nesta visão de um designer próximo da arte. No entanto, possivelmente, eles sejam os mais representativos atualmente. Eles obtiveram reconhecimento e apoio suficiente da indústria e da imprensa especializada a ponto de terem seus nomes antecedendo suas criações e garantindo-lhes o destaque esperado.

Enfim, entende-se que nem todos os designers se identificarão com o trânsito entre design e arte de modo fácil, mas, certamente, ao se trabalhar com objetos de consumo, tem-se a ideia de que esta relação é realmente estreita. Sendo assim, em uma proposta para estudos futuros seria interessante aprofundar a relação de designers/artistas com o mercado consumidor, pois o entendimento de como os usuários 'consomem' estes objetos que podem ser hora de design, hora de art. Essa condição pode justificar o sucesso de alguns profissionais diferenciados, na mescla entre o campo do design e da arte.

Referências

BAUDRILLARD, J. A Transparência do mal: ensaios sobre fenômenos extremos. São Paulo: Papirus, 1990.

BRASSET, J. MARENKO, B. Deleuze and Design. Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 2015.

DELEUZE, G. A Ilha Deserta. São Paulo: Iluminuras, 2010.

ECO, U. Os Limites da Interpretação. São Paulo: Perspectiva, 2004.

FALZON, P. Ergonomia. Porto Alegre: Blucher, 2007.

GUATTARI, F. Caosmose: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Edições 34, 2006.

MINIMUM DESIGN. Ron Arad. Milão: 24 ORE Cultu

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. Martins Edit

VERGANTI, R. Design-Driven Innovation - Mudando As Regras da Competição. Canal Certo, 2012.

REVISTA CASA E JARDIM. A trajetória dos irmãos Campana. Disponível em: <http://www.revistacasaejardim.globo.com/Revista/Common/0,,ERT92407-16930,00.html>. Acesso em 05 de jan. 2015.

REVISTA ISTOÉ. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/183872_TUDO+SOBRE+O+ATO+DE+SENTAR>. Acesso em 08 de jan. 2016.

DESIGN ESTRATÉGICO E A TRANSFORMAÇÃO DA CULTURA ORGANIZACIONAL: UMA ARTICULAÇÃO DIALÓGICA TRANSDISCIPLINAR

Claudia Caldas Silber

Introdução

O mundo está em constante processo de transformação e,, para estarem à frente das mudanças, as organizações contemporâneas necessitam desenvolver capacidades de aprendizagem, de modo a tornarem-se resilientes e abertas à inovação. Tal pretensão requer uma visão organizacional compartilhada, voltada para a inovação processual que permita a compreensão da complexidade dos contextos de atuação e que favoreça o estímulo ao diálogo reflexivo.

O desafio está em encontrar caminhos para resolver problemas em um mundo aberto, dinâmico, conectado e complexo, contrário à ideia fixa de que a cultura organizacional deve ser imutável por representar os valores da organização. O design estratégico é uma abordagem metodológica voltada para o desenvolvimento de estratégias organizacionais o que requer mudança de paradigmas. Para que isso ocorra, é necessário que haja, no ambiente organizacional, um estímulo à reflexão e ao aprendizado, e que estes sejam percebidos por todos como um bem comum para a sustentabilidade da organização. Incorporar a cultura do design ao modelo de negócio é um processo de transformação da cultura organizacional que envolve aprendizado e disseminação do pensamento estratégico nos diversos níveis

da organização, são as capacidade de ver, prever e fazer ver (SENGE, 2014; DORST, 2015; ZURLO, 1999,2010; FRANZATO, 2011; OUDEN, 2012; CROSS, 1995; LOCKWOOD, 2010; MANAKO, 2007).

> "O design estratégico é um fenômeno complexo que acolhe a riqueza de expressões, com a capacidade de habilitar, com as suas próprias capacidades, um processo de diálogo entre vários atores com a exigência em satisfazer necessidades diferentes obtendo reconhecidos de valor". (ZURLO, 2010)

Segundo Cautela (2015), apesar de partirem de áreas epistemológicas distintas, o design e a gestão encontram-se em um terreno comum ligado à inovação. A relação entre design e inovação tem sido vista como fonte de geração de vantagem competitiva para as organizações. A inovação não est necessariamente relacionada a melhorias ou novos conceitos de produtos e serviços, mas também relacionada a processos (MANZINI, 2016; FELDMAN AND BOLT, 2005).

Para Manzini (2016), o design é parte do processo de aprendizado e fatores como limitações do planeta e crescimento da conectividade, apontam para o surgimento de uma nova forma de interpretar e projetar o design. Definido pelo autor (idem) como *emerging design*, trata-se de *uma* abordagem centrada no ser humano, de natureza dialógica, em que vários interlocutores, incluindo *design experts*, interagem de modo original e responsável.

> "The focus of design has shifted away from objects (meaning products, services, and systems) and toward "Ways of thinking and doing" (meaning methods, tools, approaches, and, as we will see, design cultures)". (MANZINI, 2016)

Segundo Desserti (2007), toda a literatura relativa à gestão da empresa e a organização da produção afirma que a estrutura organizativa influi de maneira significativa sobre a sua capacidade de fazer e de responder às exigências de cenários competitivos, descrevendo a estrutura da empresa como uma hierarquia de ordens. Definida como "O conjunto das atividades, dos procedimentos e de homens capazes de gerir da melhor forma uma determinada organização", essa definição, o autor (idem) apresenta três elementos que constituem a identidade das organizações: o sistema organizativo, que representa a organização hierárquica; os mecanismos operativos, que são o conjunto dos procedimentos e dos instrumentos empregados nas diversas atividades, que evidencia o grau de formalidade da empresa; e as pessoas com a responsabilidade de transmissão dos valores da organização (RUMI APUD DESSERTI, 2007; KLEINSMANN, 2008; BOHM, 2011).

A especialização é percebida como valor e elemento de diferenciação no contexto organizacional contemporâneo, porém, a hiperespecialidade impulsiona a fragmentação da empresa. De indivíduo unitário à órgão composto por diversas funções empresariais, na qual a tendência dominante consiste na subdivisão do organismo empresarial em uma série de funções e lógicas de gestão totalmente dessemelhantes, ocorre a departamentalização de áreas de finanças, marketing, gerência de operações, P&D, recursos humanos, logística, etc., e, em tal âmbito, perdeu-se a ideia de unidade de gestão do todo (BUCHANAN,1992; SENGE, 2014; NORMANN, REMIREZ,1993 apud CAUTELA, 2015).

A inviabilidade de ter recursos humanos próprios dotados de conhecimentos especializados em todas as áreas estratégicas demanda que recursos humanos externos sejam agregados às estruturas organizacionais com vista à inovação, entretanto, a necessidade de adoção de novos parâmetros de atuação poderá enfrentar barreiras e resistências, com a intenção de fazer valer o modo antigo de operar na tentativa

de preservar o modelo mental e operacional existente (KLEINSMANN, 2008; SENGE, 2014).

O engajamento de atores externos para a articulação do processo de transformação da cultura organizacional pode ser considerado um diferencial, pois agrega conhecimentos distintos aos existentes na organização. Constitui-se, assim, um time de trabalho transdisciplinar, equilibrando os desejos de continuidade e de mudanças e transformando o ambiente organizacional em um campo criativo e de integração de conhecimentos (DORST, 2015; KLEINSMANN, 2008; LOCKWOOD, 2010; CUREDALE, 2013; FELDMAN AND BOLT, 2005, TENNITY, 2003).

Nesse sentido, como ator externo ao processo, *expert* em design, está inserido o consultor. Essencialmente, trata-se da prestação de serviços que agregam *expertise* às operações das organizações, com a responsabilidade de auxiliar os executivos e profissionais na tomada de decisão. Eles não têm o poder de decisão direto da situação, mas de orientação e influência, configurando um processo de aprendizado mútuo e *networking* (DORST, 2015; KLEINSMANN, 2008; TENNITY, 2003). Essa diversidade é relevante, pois a impossibilidade de discussão de visões distintas, inseguranças e medos de errar, reforçam os padrões da racionalidade auto-limitante ocasionando bloqueios à novas formas de pensar (DORST, 2015; SENGE, 2014). Espera-se um estímulo para que possam ir além dos limites já conhecidos, estabelecendo um processo rizomático de transformação, um sistema aberto através de fluxos ininterruptos de criação, invenção e atualização incessante do devir (DELEUZE E GUATTARI, 1995).

Conforme Dorst (2015), a tendência de ambientes organizacionais inflexíveis é reprimir movimentos que possibilitem a "autopoiese organizacional", para o autor (idem) autopoiese, quer dizer autoprodução; para Maturana e Varela (1980) "A autopoiese é uma relação de autonomia e

dependência entre sistemas que produzem continuamente a si mesmas".

Segundo Senge (2014), as unidades de aprendizagem fundamentais numa organização são os grupos de trabalho, que se tornam microcosmos para a aprendizagem em toda a organização baseada no princípio da visão compartilhada, acompanhada das demais capacidades centrais de aprendizado em grupo de que resulta o entendimento da complexidade e o desenvolvimento de conversas reflexivas.

A complexidade e a inseparabilidade do ambiente interno e externo

Na construção da identidade organizacional, existe o aspecto de coerência, relacionado a inseparabilidade entre a imagem e a autoimagem. A primeira refere-se aos sinais emitidos pela organização para o mercado, enquanto a autoimagem é como os atores internos, como recursos humanos da própria estrutura, percebem a organização. Estabelecer uma relação entre a projeção interna e externa da organização é um processo de alinhamento que passa pela aprendizagem coletiva, fundamental da identidade da organização, resultado da soma de todas as características que a tornam singular e inconfundível, formando a cultura da organização (BONSIEPE, 2010; DORST 2015).

Conforme Morin (1998), a cultura, a identidade e a reputação são bens da organização, considerados como patrimônios que carregam significados e valores institucionais e que não operam separados do contexto organizacional. Como conjuntos organizados de um sistema, ao serem separados, resultarão em um conhecimento mutilado e insuficiente. Morin (1998) explica o princípio da interação como um paradoxo, pois conforme justifica, as noções de ordem e desordem repudiam-se mutuamente, porém, no encontro de ambos se produzem organizações. A relação entre a ordem e a desordem, a questão da separabilidade ou

distinção e da inseparabilidade ou da não separação e o problema da lógica, são os desafios de onde podemos extrair os três vetores do pensamento complexo.

Conforme Morin (1998), para se ter os meios intelectuais e conceituais para entrar no universo da complexidade é necessário compreender as três teorias que surgiram nos anos cinquenta: a teoria da cibernética, a teoria dos sistemas e a teoria da informação. Elas contemplam a ideia de cadeia retroativa, elemento regulador e outro destruidor, e o o feedback positivo. Tal afirmação significa que sempre que um sistema se desregula ou um desvio se amplifica, tratando-se de sistemas complexos - sociais ou humanos-, em vez de embalar, pode transformar-se. (WIENER, PASCAL, MARUYAMA APUD MORIN, 1998).

Os instrumentos de design e a facilitação das capacidades centrais de aprendizagem em grupo

Ao abordar este tema, pretende-se explorar o papel dos instrumentos de design para a construção de sentidos coletivos, ao serem usados pelas consultorias de design como método de interação e facilitação do diálogo entre atores internos e externos, em atividades colaborativas. Os instrumentos do design estratégico não operam somente sob perspectivas técnicas para a produção mecânica de respostas previsíveis, mas desempenham funções sociais ao promoverem interações e processos cognitivos. (MANZINI, 2016; CUREDALE, 2013).

> "Design methodology, particularly in the engineering domain, has tended to treat the design process as a technical process - as a sequence of activities based on a rationalized approach to a purely technical problem. More recently, and more particularly in the architecture, product design and software design domains, attention has also been directed to designing as a cognitive process - to the cognitive skills and

> limitations of the individual designer. Just a few studies have begun to suggest that designing is also a social process to point out how designers interact with others such as their clients or their professional colleagues, and to observe the social interactions that influence the activities of teamwork in design. Design methodology now has to address the design process as an integration of all three of these: as a technical process, as a cognitive process and as a social process ". (CROSS, 1995)

Como caminho teórico, possibilitando a compreensão do papel do design estratégico como um processo cognitivo e articulador do processo de transformação organizacional, é necessário aprofundar a compreensão a respeito da construção de significados, e de como este processo pode ser conduzido para a construção de sentidos coletivos.

De acordo com o pensamento de Krippendorff (2003) em relação às questões de significado, "todas as questões relativas a significados ocorrem na linguagem, não fora disso" (tradução própria), assumindo que existe uma compreensão do que é articulado verbalmente, baseado em um conhecimento com senso comum. A segunda consideração é sobre a conversação ou diálogo, e a necessidade de haver a experiência interativa entre pessoas reais para que isso ocorra. A terceira, segundo o autor (idem), diz respeito à negação, e, para ele, "enquanto há a negação de um pressuposto, a pressuposição permanece incólume. São artefatos de linguagem e não testáveis contra evidencias empíricas" (tradução própria. Conforme Krippendorff (2003), a relação entre significados e diálogo, passa por uma compreensão mais ampla, em que não basta compreender o outro, mas é necessário entender a compreensão dos outros como uma manifestação entre o que é dito e feito.

> "Meaning is our linguist effort to make sense of seeing something from two or more perspectives: one

> obvious, unproblematic, seemingly given, and often sensorily present, the other perhaps less obvious, hoped for, or feared, leading to unobserved phenomena, always relative to a context, but especially in the context of others". (KRIPPENDORFF ,2003)

Como resultado do processo interativo e compreensão de propósitos comuns, o diálogo opera no âmbito organizacional de forma "comunicativa mais que informativa", e, portanto, subjetiva, em que as atribuições de individualidade e suas distribuições manifestam-se no discurso coletivo (DELEUZE E GUATTARI, 1995).

Nas pesquisas práticas clinicas de Nardone e Salvini (2007), desenvolvidas no Centro de Terapia Estratégica de Arezzo, identifica-se o diálogo estratégico como um método avançado de condução de sessões de terapia e de indução de mudanças radicais em pacientes. Para os autores "O diálogo estratégico é uma estratégia sofisticada através da qual se consegue atingir o máximo de resultados com o mínimo esforço" (tradução própria). O método do diálogo estratégico foi aplicado por Nardone e Salvini em projetos de consultorias de gestão e *coaching,* abrindo novas perspectivas para investigações no que diz respeito ao poder deste método em promover mudanças, com aplicabilidade em diferentes contextos. Sob o ponto de vista de Nardone e Salvini (2007), o diálogo estratégico não é um método de indução de mudanças, tampouco um produto desenvolvido por especialistas para pessoas inexperientes, mas o resultado de uma descoberta compartilhada entre indivíduos. O compartilhamento dá-se através de um diálogo propositalmente estruturado e que preenche os objetivos aos quais se propõe, transformando limites em recursos, anulando naturais resistências presentes em sistemas humanos individuais e coletivos. O termo "coletivo" pode ser compreendido pela definição de Guattari (1992) como "uma multiplicidade que se desenvolve para além do indivíduo, junto ao *socius*".

Deleuze (2015) afirma que estamos testemunhando um momento de profunda transformação do design, baseado não mais no que é design, mas no que está se transformando e no que pode fazer. Sugere uma mudança da definição de design como um processo de solução de problemas (*problem solving*) para encontrar problemas (*problem finding*), onde design é pensado como um ato de encontrar soluções para problemas (*finding solutions to problems*). Proposto por Deleuze (2015), o encontro entre filosofia e design indica caminhos para este desafio, ao abordar o design repensado como um processo social, não somente para a criação e materialização de mundos possíveis, mas para uma reflexão crítica e para a elaboração de respostas às questões atuais que afetam vidas e comportamentos. Articula, portanto, conceitos de criatividade, tangibilidade e construção de significados.

O encontro entre filosofia e design é uma forma de redesenhar a relação entre pensar e fazer, por meios não lineares e com perspectivas abertas. Analisar o estado das coisas, observar o que está entre as coisas, entender relações de cruzamentos, intersecções e inflexões, onde ocorrem as múltiplas dobras de voltas, é onde a filosofia pode fazer as interconexões com novos conceitos, considerando que a forma da de promover esta interrelação é a filosofia relacionada ao design (DELEUZE APUD BASSET E MARENKO, 2015).

O uso dos instrumentos do design como ferramentas facilitadoras do diálogo tem como fim possibilitar interações criativas mais fluidas, que contribuam para a geração de empatia e compreensão coletiva, em contextos transdisciplinares. Esses contextos são veículos para a construção do diálogo estratégico, que possibilitam conexões e aprendizados. Porém, a empatia individual não é suficiente; é necessário atingir um nível emocional de compreensão das interações sociais das pessoas no grupo, bem como a interação entre grupos, de modo a influenciar, positivamente o engajamento coletivo em propósitos comuns, e a reduzir a

possibilidade de barreiras e conflitos em processos de trocas de conhecimentos (OUDEN, 2012; CROSS, 1995).

Considerações finais

A articulação no ambiente interno e externo das organizações com as práticas dos negócios, conhecimento e cultura organizacional, transformam equipes multidisciplinares em transdisciplinares pelo envolvimento e comprometimento de todos sentindo-se responsáveis pelos processos de transformação (SENGE, 2014; BROWN, 2010). Para Manzini (2014), a definição de Simon (1969) "Everybody can be a designer" apresenta a natural habilidade humana de transformar situações existentes em situações desejadas, evidenciando a capacidade humana de ação intencional, através do pensamento e atuação pelo design. No caso de situações que necessitam de mudanças que visam à sustentabilidade, sugere-se que qualquer pessoa pode ser agente de transformação, ao desenvolver habilidades e capacidades reflexivas; podem usar o conhecimento e a intuição como direcionadores para a descoberta de algo novo. A experiência que se manifesta pelo conhecimento, intuição, habilidade, capacidade analítica e criativa, fará a diferença na articulação do processo em que a intuição e a subjetividade influenciam a qualidade interpretativa do que é produzido, e, consequentemente, o resultado (MANZINI, 2014; SIMON, 1969; SCHÖN, 2000).

Em cenários complexos e voláteis, as empresas de consultoria tonam-se importantes reforços estratégicos para as organizações, que necessitam inovar em processos e repertórios pela estimulação da capacidade de geração de soluções. A capacidade de gerar resultados pode ser afetada em contextos que passam por transformações que alteram os resultados até então alcançados. Fortalece-se a necessidade de trocas de conhecimentos que possam influenciar positivamente o processo de aprendizado organizacional, pois

em um novo contexto é necessário aprender a fazer diferente. Para Bohn (2011), a habilidade de aprender algo novo está baseada no estado mental geral de um ser humano e o trabalho criativo requer um estado de espírito criativo. O medo de subverter o atual estado das coisas, em favor da percepção de segurança e felicidade, por exemplo, gera um estado de conformidade, o que não possibilita a criatividade. Para o autor (idem), a saúde do corpo exige que respiremos apropriadamente e a saúde da mente requer que sejamos criativos, sendo esta a coisa mais importante a ser feita frente às circunstâncias de transformação e instabilidade. Cabe perceber as potencialidades criativas da mente humana capazes de fazer diferente.

Conforme Manzini (2014), o design não é apenas uma forma de resolver problemas, o que o autor denomina *problem solver*, mas de geração de significados, operando como *sense make,r* e que ambos são complementares, ou seja, estão interconectados. Nesse sentido, o design estratégico opera como meio de transformação da cultura organizacional, possibilitando um equilíbrio entre as diferenças e as semelhanças nos processos de construção de conhecimento e na aprendizagem coletiva. Ao facilitar o diálogo, possibilita a construção de visão compartilhada e de pensamento sistêmico que são capacidades organizacionais centrais para a sustentabilidade das organizações. Nesse espaço, há um novo quadro paradigmático a ser investigado nos ambientes organizacionais, a partir de novas formas de operar, com possibilidades para ir além da solução de problemas.

Referências

BOHM, D. **Sobre a criatividade**. São Paulo. Ed. Unesp, 2011.

CARVALHO, E. A.; MENDONÇA, T.; CIURANA, E. (Orgs.) **Ensaios de Complexidade II**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

CROSS, N. **Observations of teamwork and social process in design**. Design Studie 16 n 2. Elsevier Science Ltda. Great Britain, 1995.

CUREDALE, R. **50 selected design methods to transform your design.** Topanga, USA: Design Community College Inc, 2013.

DORST, K. **Frame Innovation. Create New Thinking by Design**. Cambridge, Massachussets, London: England: MIT Univ. Press. 2015.

DESERTI, A. Intorno al progetto: concretizzare l'innovazione. In: CELASCHI, F.; DESERTI, A. **Design e innovazione**: strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci Editore, 2007.

DELEUZE, G. **Deleuze e design**. Deleuze Connections. Edinburgh: University Press Ltd., 2015.

DELEUZE, G. E GUATTARI, F. **Mil Platôs** - Capitalismo e Esquizofrenia Vol. 2. Rio de Janeiro: Ed. 34 Ltda., 1995.

FRANZATO, C. **O processo de inovação dirigida pelo design. Um modelo teórico.** Redige, v. 2, n. 1, 2011, p. 50-62. Disponível em: http://www.cetiqt.senai.br/ead/redige/index.php/redige/article/viewArticle/72

FELDMAN, J.; BOULT, J. **Third-Generation Design Consultancies**: Designing Culture for Innovation. Design Management Review, 16: 40–47. doi: 10.1111/j.1948-7169. 2005 .tb00006.x.2005.

GUATTARI, F. Caosmose. **Um novo paradigma estético**. São Paulo. Editora 34, 1992.

IKEDA, M. Strategic Design. In ERLHOFF, Michael; MARSHAL, Tim (org.). **Design Dictionary:**

Perspectives on Design Terminology. Basel: Birkhauser.2007.

KLEINSMANN, M.; VALKENBURG, R. Barriers and enablers for creating shared understanding. In: **Co-design projects**. Partners in Perspective. Netherlands: Elsevier, 2008.

KRIPPENDORFF, K. **The Dialogical Reality of Meaning.** The American Journal of Semiotics, 19 (1/4), 17-34, 2003 http:// dx.doi.org/10.5840/ajs2003191/41.

LOCKWOOD, T. Transition: becoming a design-minded organization. In: T. Lockwood (Ed.) **Design Thinking:** Integrating Innovation, Customer, Experience, and Brand Value. New York: Allworth Press, 2010.

MATURANA, H.; VARELA, F. **Autopoiesis and cognition**: the organization of the living. Boston: Reidel, 1980.

MANZINI, E. **Strategic Design**. Research Journal, volume 6, number 2, May-August 2014.

MORIN, E.; PRIGOGINE, I. et al. A **Sociedade em Busca de Valor**: Para fugir a alternativas entre o ceticismo e o dogmatismo. Lisboa: Instituto Piaget. Aberturas. Um mundo a reinterpretar, 1998.

OUDEN, E. **Innovation Design. Creating Value for People, Organizations and Society.** Londres: Springer – Verlag, 2012.

SENGE, P. M. **A quinta disciplina**: arte e prática da organizacão que aprende. 30a Ed. – Rio de Janeiro. Best Seller, 2014.

SCHON, D.A. **Educando o profissional reflexivo**: um novo design para o ensino e a aprendizagem. Porto Alegre: Artmed, 2000.

TENNITY, M. **What clients want in consultants**. Design Management Journal (Former Series), 14: 10–14. doi: 10.1111/j.1948-7169. 2003.tb00046. 2003.

ZURLO, F. **Design Strategico**. In: XXI Secolo, vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani, 2010.

CARTOGRAFIA DE PROCESSOS CRIATIVOS ECOSSISTÊMICOS DE DESIGN

Felipe Brunel Kanarek

Introdução

O Design Estratégico (DE) encontra no pensamento complexo um campo conceitual que pode contribuir para a compreensão das relações que se estabelecem durante o processo projetual. Manzini (2003:233) afirma que o "Design Estratégico, por definição, lida com artefatos complexos. (...) Toda solução e especialmente soluções sustentáveis, trazem um sistema de relacionamento que lida com novas formas de colaboração entre os vários atores e/ou interessados". O DE lida não mais com artefatos triviais ou máquinas que podem ser controladas, mas com organizações, no projeto coletivo da estratégia (Mauri, 1996) e, portanto, com sujeitos e seus ecossistemas. Por isso está embrenhado em um universo mais complexo do que o que outrora era compreendido como espaço do design.

O DE caracteriza-se como processo criativo ecossistêmico de design. Nesse espaço, o design lida com "a elaboração de estratégias para orientar a ação projetual e, sobretudo, a ação organizacional em direção à inovação e à sustentabilidade" (FRANZATO. 2014:173). São parte desse ecossistema: designers, empresas, usuários e comunidade, entre outros atores os quais, direta ou indiretamente relacionam-se com o processo. Identificados, outrora, como constelação de valor por Normann e Ramirez (2009), ou pelo que Verganti (2009) chama de interpretes, ou ainda como *stakeholders* por Krippendorf f (2006). O processo é,

portanto, coletivo e dá-se em rede. Perceber esta rede como ecossistema criativo leva-nos a considerar os ativos humanos, sujeitos que fazem parte da rede de atores, mas também os ativos não humanos que fazem parte do ecossistema. As relações se estabelecem na interação entre sujeitos, instituições, artefatos, comunidade, mercado e demais atores.

No contexto em que o design se desenvolve de forma ecossistêmica, o pensamento complexo torna-se campo de estudo que oferece caminhos para compreender como as relações se estabelecem no processo. Esse é o primeiro objetivo desse artigo. Para tanto as pesquisas sobre o pensamento complexo foram feitas a partir dos autores: Morin (1998) (2007) (2011), (Capra e Luisi, 2014), Capra (1996), Ardoino (1998) e Prigogine (1998). Alguns encaminhamentos para o Design Estratégico (DE) incluem reconhecer que o DE emerge do ecossistema em uma configuração única, transdisciplinar, mas sobretudo heterogênea. Nesta realidade, o lugar do design não está no centro, no papel de controlar o processo, mas cabe a ele perturbar a organização, afastando-a do equilíbrio com suas habilidades e capacidades, para que o ecossistema crie, inove e produza sua autopoiese.

Se lidamos com relações que se estabelecem em redes, e consideramos que os atores envolvidos, humanos e não humanos, são heterogêneos em linguagem e, sobretudo, se reconhecemos a importância da multiplicidade, que, ao contrário da ideia unificadora, leva à desordem criadora, falamos de rizomas. O segundo e principal objetivo neste artigo é a exploração das teorias de Deleuze e Guattari (2011) sobre rizomas e, sobretudo, sobre cartografia. De que forma a cartografia opera no processo criativo ecossistêmico de design?

Reconhecer que o processo de DE é rizomático implica pensa-lo como um campo aberto em que as conexões se dão sem uma regra estipulada à priori, sem

uma ideia unificadora. Os atores em rede não são sujeitos nem objetos, mas são multiplicidades, intensidades, desejos que pedem passagem. A cartografia, neste processo, permite construir o plano enquanto vive e não se fecha a um planejamento pré-estipulado.

Este artigo se volta a constituir um pensamento sobre a própria prática da pesquisa. Como, em minha realidade de pesquisa, constituirei um plano para o processo de DE que desenvolverei em parceria a Organização Slow Food? Se considero que este é um processo rizomático, penso em cartografia.

Design Estratégico - as relações ecossistêmicas e o pensamento complexo

A noção de ecossistemas leva-nos ao pensamento complexo e, sobretudo, a compreender que, quando lidamos com o DE, tratamos de organizações que emergem das relações entre os atores em rede e, portanto, como sistemas vivos. No tecido comum, a complexidade é entendida como **o todo é algo mais que a soma de suas partes** (Ardoino, 1998; Morin, 2007, 1998). A visão sistêmica, capitaneada por Capra (1996) compreende que os próprios sistemas vivos são redes de relações, em que o todo se dá nas interações entre os componentes, e não na sua soma. Se o todo é dissecado em partes isoladas, como na ciência moderna, as suas qualidades e propriedades se perdem. "Embora possamos discernir partes individuais em qualquer sistema, essas partes não são isoladas, e a natureza do todo é sempre diferente da mera soma de suas partes" (CAPRA, 1996:31).

O todo é, portanto, formado por um aninhado de redes de relações que faz emergir qualidades próprias que não estão nas partes quando elas estão separadas. O que diferencia um organismo de outro é a organização das partes e não as partes, que são, por si,

substâncias e materiais comuns entre diversos organismos (Morin, 2007; Capra e Luisi, 2014). Os nós dessa rede de relações, as partes do todo, são também formadas por redes de relações em todos os níveis. "Desde que os sistemas vivos, em todos os níveis, são redes, devemos visualizar a teia da vida como sistemas vivos (redes) interagindo à maneira de rede com outros sistemas (redes)"(CAPRA, 1996:37). Trata-se de redes dentro de redes, em um aninhamento sem hierarquias.

Como visto anteriormente, dessa concepção de todo **emergem propriedades e qualidades novas que são peculiares daquela organização**. A isso Morin (1998) denomina emergências. As emergências produzidas retroagem sobre o todo e não podem ser percebidas, quando as partes estão separadas. O processo de emergência dá-se na relação dialógica entre a ordem e a desordem, entre as atividades de fechamento e abertura. Brasset (2015) citando Stuartt Kauffman, destaca que nesta zona complexa entre o caos e a ordem é que a criatividade se expressa. Deste modo, diferentemente de uma máquina trivial, **a organização, quando viva, não pode ser controlada.** Capra e Luisi (2014) afirmam que somente há possibilidade de perturbar o sistema vivo que reage a seu modo aos impulsos - crises, caos, incertezas -, transformando-os em novas qualidades. **É nas perturbações, que deslocam o sistema do equilíbrio para o não-equilíbrio, no complexo espaço entre a ordem e a desordem, que a criatividade se manifesta**.

Foi a termodinâmica em suas descobertas sobre a desordem que contrapôs a ordem absoluta da física. Essas descobertas levaram a comunidade científica a se perguntar se o mundo se encaminhava para uma entropia total, para uma desordem geral ou para uma nova ordem. O que se descobriu é que da desordem surgem princípios de ordem, de modo que o mundo se organiza enquanto se desintegra. "Há uma espécie de luta entre um princípio de ordem e um

princípio de desordem, mas também uma espécie de cooperação entre ambos, operação da qual nasce uma ideia ausente na física clássica, que é a de organização" (Morin, 2007:561). Para o autor, ao mesmo tempo em que são antagônicas e se repelem, ordem e desordem são complementares. Desse jogo dialógico nasce uma ordem organizacional peculiar, uma organização (Morin, 1998:242).

A organização depende tanto da ordem, quanto da desordem. Neste sentido, toda organização, ao menos as vivas, tendem a degradar-se, seja pela ordem degenartiva, seja pela desordem desintegradora. Só é possível refrear esse processo com a regeneração, com a reorganização e com a autoprodução permanente (Morin, 2011). Esse movimento só acontece se a organização, auto-delimitada em uma estrutura, se mantiver em um desequilíbrio ordenado. Para Prigogine (1998), isso é possível, porque existem flutuações que conduzem à organização à entropia, a se afastar da ordem, ao mesmo tempo em que o sistema responde, não permitindo a desordem total. Nesta zona fora do equilíbrio é possível criar, adaptar-se e evoluir. **Deste modo, é importante perceber que "estamos num universo do qual não se pode eliminar o acaso, o incerto, a desordem. Nós devemos viver e lidar com a desordem. (Morin, 2011:89)**

Complementando essas ideias, as teorias de Capra (1996) levam a compreender o **sistema vivo como aquele que é cognitivo, fechado em uma rede *autopoiética* e aberta pela sua estrutura dissipativa.** "Por um lado, o sistema deve fechar o mundo exterior, a fim de manter suas estruturas e seu meio interior que, não fosse isso, se desintegraria. Mas é sua abertura que permite esse fechamento" (Morin, 2011:21). Para esse autor, nessa mesma obra, a abertura que nos provoca a pensar sobre o desequilíbrio, a desordem como lei da vida e, principalmente, que "a inteligibilidade do sistema deve ser

encontrada, não apenas no próprio sistema, mas também na sua relação com o meio ambiente; e que essa relação não é uma simples dependência, mas é constitutiva do sistema". (Morin, 2011:22). **Não há possibilidade de compreender o sistema vivo, aquele que é auto-eco-organizador, sem que se busque compreender sua relação com o ecossistema**.

Nessa perspectiva, o DE emerge das relações que se estabelecem no ecossistema criativo; é uma organização que se dá em redes, e a iminente aproximação destes termos com o sistema vivo pode levar-nos a tirar desses enquadramentos teórico encaminhamentos ao design estratégico. Franzato (2014:174) salienta que, nesse enfoque, o DE "desloca-se do processo de design em si para o conjunto de relações que esses ecossistemas desenvolvem entre si", o que implica questionar o lugar do design. Não há qualquer dúvida sobre a importância do designer para o processo, como especialista em cultura de projeto para geração de efeitos de sentido (ZURLO, 2010), a partir de suas habilidades: "uma disposição à intuição e à sensibilidade perceptiva e estética, uma capacidade de escuta e imaginativa, de pesquisa da inovação e de recusa pela solução óbvia, que se traduzem em uma única forma: tornar o visível o pensamento" (MAURI, 1996); e, também, a partir das capacidades de: (1) ver: capacidade de ler os fenômenos para muito além da superfície, (2) prever: a partir do que é visto, antecipar criticamente futuros, e (3) fazer ver: visualizar e tornar visíveis cenários futuros (ZURLO, 2010). O designer, deste modo, pode contribuir para tornar visíveis as estratégias trabalhadas coletivamente e produzir a convergência entre os diversos atores. Aqui, o design se coloca na posição de organizar o sistema.

Em outro sentido, as qualidades do ecossistema criativo do DE emergem das relações em rede que se estabelecem e são peculiares àquela organização. Emergem de uma complexa relação dialógica entre o caos e a ordem.

São transdisciplinares (Mauri, 1996), mas, sobretudo, heterogêneos (ARDOINO, l998), espaços em que se produzem multiplicidades (Deleuze e Guattari, 2011). Não obstante, a emergência da transdisciplinaridade não supõe a constituição de uma unidade de olhares, que seria, ao mesmo tempo que ordenadora, redutora do processo criativo. Neste sentido, a função do designer não está na sintetização das multiplicidades em visões únicas compartilhadas, mas, pelo contrário, na produção das multiplicidades, a partir de estratégias que provoquem o diálogo entre os atores. Somente quando pensamos a rede como rizomas (Deleuze e Guattari, 2011), e não como árvore-raiz ou sistema radicular é que permitimos que as multiplicidades sejam produzidas. Desta forma, o DE é possível quando tiramos do designer seu papel de protagonista na produção da inovação. Assim, a partir de suas habilidades e capacidades não deve sintetizar as multiplicidades em soluções que respondem ao seu ponto de vista, ou a um ponto de vista já dado. Nessa rede, o designer é deslocado do centro, porque não há centros nesta concepção. Ao designer cabe pertubar o sistema para afastá-lo do equilíbrio, e não tentar controlar as relações que se estabelecem; deve manter abertas as estruturas do sistema ao ambiente externo e às multiplicidades. O ecossistema criativo responde às perturbações com inovação. Franzato (2014:174) afirma que:

> "...é na ação projetual que o design estratégico trabalha a instabilidade de seu ecossistema, traço responsável pela sua constante evolução. Nesse sentido, a capacidade de leitura e interpretação dos sinais emitidos pelo ecossistema, aliada à projetação por cenários, é o cerne dos processos de design, uma vez que permite considerar o regular, o evidente e o possível, mas também o imprevisível, o acaso, a deriva ou o erro".

O resultado do processo criativo é decorrente das interações estabelecidas no ecossistema criativo e respondem às perturbações provocadas pelo designer. Desta forma, o processo de design se torna mais significativo atuando na organização e reorganização das relações criativas estabelecidas no ecossistema (FRANZATO *et al* ,2014). Se considerarmos que esta é uma atividade que requer reflexão sobre todo o processo e deslocamento para um nível ulterior, não é papel do designer controlar o processo, pelo contrário, deve permitir a abertura para que o ecossistema crie. Podemos afirmar que é mais significativo quando o design opera no nível metaprojetual (FRANZATO, 2014a;2014b). Esse novo lugar do design instiga a pensar seu papel como aquele que não sintetiza as diferentes multiplicidades em unidade representada por um artefato (produto e/ou serviço). Este novo papel não é intrínseco à cultura de projeto e requer uma nova habilidade: a de cartografar, conforme de Deleuze e Guattari (2011). Retomaremos esse conceito mais adiante.

Por se tratar de processo, o design estratégico é marcado pela ação. **A ação é carregada de incertezas e de aleatoriedade, enfrentá-lo requer consciência do inesperado, do acaso e derivas e sobretudo uma consciência sobre sua complexidade (MORIN, 1998)**. Uma vez que a ação não é programável, a ordem, a clareza e o determinismo da ciência moderna tornam-se insuficientes (MORIN, 2011). A ação, em sua complexidade, requer estratégia.

> "A ação é estratégia. A palavra estratégia não designa um programa predeterminado que basta aplicar *ne variatur* no tempo. A estratégia permite, a partir de uma decisão inicial, prever certo número de cenários para a ação, cenários que poderão ser modificados segundo informações que vão chegar

> no curso da ação e segundo os acasos que vão suceder e perturbar a ação ". (MORIN, 2011:79)

A estratégia não somente luta contra o acaso na intenção de reduzi-lo, mas o integra e usa a seu favor. "O problema da ação também deve nos tornar conscientes das derivas e bifurcações: situações iniciais muito próximas podem conduzir a afastamentos irremediáveis" (Morin, 2011:80). Na ação, há uma ecologia, uma vez que a ação foge ao controle do indivíduo, entra num mundo de interações e é tomado pelo meio ambiente em um sentido que pode ser muito diferente da intenção inicial (Morin, 2011).

Para tanto, o papel que o design desenvolve dentro do ecossistema criativo se configura como estratégico ao oferecer ao sistema condições de exercitar e fazer evoluir as estratégias que permitem à organização inovar e produzir valor (FRANZATO *et al* ,2014). O valor, no papel de novos significados (Verganti, 2009), produzido pelo todo do ecossistema deve também ser percebido por toda a rede e retroage nos atores da rede modificando-os. Os atores transformados transformam a rede, o ecossistema. Permitem que, organizacionalmente, o ecossistema criativo produza sua *autopoiese*. "A autopoiese, ou "autocriação", é um padrão de rede no qual a função de cada componente consiste em participar da produção ou da transformação dos outros componentes da rede" (CAPRA, 1996:122). A rede, produzida por seus componentes, cria a si mesma de forma contínua, e assim produz seus componentes.

A complexidade impõe implicações ao percurso metodológico do DE no enfoque apresentado neste artigo. **Permite percebermos o processo criativo como aquele que é carregado de incertezas, aleatoriedades e que requer consciência do inesperado e das derivas que a ação supõe.** O processo criativo ecossistêmico lida com um jogo dialógico entre ordem e desordem e não pode

eliminar o incerto. Lidar com o desconhecido, com a desordem, o caos, as incertezas, com as heterogeneidades dos sujeitos em relação, sobretudo com a ação projetual, não permite programar o processo, antes de vivê-lo. O percurso deve ser construído no curso do processo e deve responder às bifurcações que surgem na ação. Portanto, não pode ser linear e/ou fechado, determinado por uma entrada (o problema) e uma saída (a solução). A construção do percurso e a escolha dos instrumentos devem respeitar a imprevisibilidade da ação projetual. Nem por isso o designer deve ser displicente com o processo, pelo contrário, ele deve estar preparado e atento para atuar com: as competências e habilidade de cultura de projeto que lhe são esperadas; uma flexível caixa de ferramentas e instrumentos; e, sobretudo, uma disposição para atuar de forma crítica e auto-reflexiva. Convém uma mudança de percepção do processo de design árvore-raiz, ou ainda de raiz fasciculada, para um processo de design-rizoma, rizoma entendido tal como o apresenta Deleuze e Guattari (2011) na introdução do livro *Mil Platôs*. O caminho é da metodologia de design estratégico para a cartografia do processo criativo ecossistêmico de design.

Rizoma e Cartografia

Partimos do exemplo do livro. Para os autores, acima citados, "um livro não tem objeto nem sujeito; é feito de matérias diferentemente formadas, de datas e velocidades muito diferentes. Desde que se atribui o livro a um sujeito, negligencia-se das matérias e da exterioridade de suas correlações. Fabrica-se um bom Deus para movimentos geológicos" (Deleuze e Guattari, 2011:18). O livro é agenciamento e multiplicidade, não pode ser atribuído a um sujeito, tampouco pode ser sintetizado em um objeto. Como agenciamento, o livro está "somente em conexões com outros agenciamentos, em relação com

outros corpos sem órgãos." O livro não é fim em significados atribuídos ou representados, é meio, em conexões de intensidades e multiplicidades. Neste sentido, não há diferenças entre do que trata o livro e como ele é feito. A experiência do livro é processo que se transforma em conexões com outros agenciamentos.

Do mesmo modo, tendo em vistas os artefatos complexos do DE de que fala Manzini (2003), tratamos o resultado das ações de design no processo de design estratégico, artefatos que estão entre as relações que se estabelecem no ecossistema criativo em que está inserido. Como livros de Deleuze e Guattari (2011), são meio, agenciamentos que existem nas conexões de intensidades e mergulhados em multiplicidades. Neste sentido, projetar o artefato complexo, segundo Deleuze e Guattari (2011:19), "nada tem a ver com significar, mas com agrimensurar, cartografar, mesmo que sejam regiões ainda por vir." Como produzi-los, é a pergunta. Produzir artefatos como agenciamentos requer pensar em rizoma. Se um sistema-fasciculado permite ver o múltiplo, para Deleuze e Guattari, isso não é o suficiente para produzir o múltiplo.

> "É preciso fazer o múltiplo, não acrescentando sempre uma dimensão superior, mas, ao contrário, de maneira simples, com força de sobriedade, no nível das dimensões de que se dispõe, sempre n-1 (é somente assim que o uno faz parte do múltiplo, estando sempre subtraído dele). Subtrair o único da multiplicidade a ser constituída; escrever a n-1. Um tal sistema poderia ser chamado de **rizoma.** Um rizoma como haste subterrânea distingue-se absolutamente das raízes e radículas. Os bulbos, os tubérculos, são rizomas." (DELEUZE e GUATTARI, 2011:21)

Rizomas não respondem a qualquer eixo unificador e se espalham sem hierarquias. "Qualquer ponto de um

rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo" (Deleuze e Guattari, 2011:22). Esse é o primeiro princípio do rizoma, a de conexão. Ferreira (2008) afirma que o rizoma conecta pontos independentes de linguagem e rejeita qualquer ideia de binaridade e sucessão. Desta forma, pensar em multiplicidades requer rejeitar definições fechadas e conceitos prévios. Não há um eixo e tampouco valores pré-estabelecidos que orientam a pesquisa. Não é somente na linguagem, ou em uma linguagem reconhecida com ideal, que as conexões se estabelecem, mas "cadeias semióticas de toda natureza são aí conectadas a modos de codificação muito diversos, cadeias biológicas, políticas, econômicas, etc., colocando em jogo não somente regimes de signos diferentes, mas também estatutos de coisas." (DELEUZE e GUATTARI, 2011:22). A heterogeneidade, segundo princípio, é característica das conexões que ali se estabelecem. Há linhas que se conectam por todos os lados, agenciamentos e múltiplas entradas e saídas, que fazem do rizoma um sistema sem centros, sem hierarquias e sem determinismos (FERREIRA, 2008).

O terceiro princípio apresentado por Deleuze e Guattari (2011:23-24) é o da multiplicidade, no substantivo para que não seja confundido como oposição ao Uno. Para os autores, as multiplicidades são rizomáticas e não respondem a qualquer eixo ou pivô, seja no sujeito ou no objeto. Um agenciamento é precisamente este crescimento das dimensões numa multiplicidade que muda necessariamente de natureza, à medida que ela aumenta suas conexões." Sem pontos fixos, sem posições estabelecidas, as multiplicidades se expressam como linhas, linhas abstratas, linhas de fuga ou de desterritorialização que mudam de natureza nas conexões que estabelece com outras linhas. "A noção de unidade aparece unicamente quando se produz numa multiplicidade uma tomada de poder pelo significante ou um processo correspondente de subjetivação: é o caso da unidade-pivô que funda um

conjunto de correlações biunívocas entre elementos ou pontos objetivos, ou do Uno que se divide segunda a lei binária de diferenciação do sujeito." (DELEUZE e GUATTARI, 2011:24).

O princípio de ruptura assignificante é o quarto da lista de Deleuze e Guattari (2011:25). "Um rizoma pode ser rompido, quebrado em um lugar qualquer, e também retoma segundo uma ou outra de suas linhas e segundo outras linhas." Há sempre a possibilidade de rizomas produzirem raízes, e de raízes surgirem rizomas a partir de linhas de fugas. Os processos de territorialização e desterritorialização fazem parte um do outro. (FERREIRA, 2008).

> Há ruptura no rizoma cada vez que linhas segmentares explodem numa linha de fuga, mas a linha de fuga faz parte do rizoma. Estas linhas não param de se remeter uma às outras. É por isto que não se pode contar com um dualismo ou uma dicotomia, nem mesmo sob a forma rudimentar do bom e do mau. Faz-se ruptura, traça-se uma linha de fuga, mas corre-se sempre o risco de reencontrar nela organizações que reestratificam o conjunto, formações que dão novamente o poder a um significante, atribuições que reconstituem o sujeito. (DELEUZE e GUATTARI, 2011:26)

Os princípios de cartografia e decalcomania, quinto e sexto entre os princípios do rizoma, dão conta do como produzir multiplicidades, de como operar no rizoma. Rejeitando qualquer ideia de eixo genético ou de estrutura profunda, rizomas se apresentam numa dimensão transformacional e subjetiva. O primeiro modelo, a lógica da árvore, é uma lógica do decalque e da reprodução. "Ela tem como finalidade a descrição de um estado de fato, o reequilíbrio de correlações intersubjetivas, ou a exploração de um inconsciente já dado camuflado, nos recantos obscuros da memória e da linguagem. Ela consiste em

decalcar algo que se dá já feito, a partir de uma estrutura que sobrecodifica, ou de um eixo que suporta. (DELEUZE e GUATTARI, 2011:29-30).

Fazer rizoma, diferentemente, é fazer o mapa e não o decalque. "Se o mapa se opõe ao decalque é por estar inteiramente voltado para uma experimentação ancorada no real. O mapa não reproduz um inconsciente fechado sobre ele mesmo, ele o constrói" (DELEUZE e GUATTARI, 2011:30). O exercício de construir um mapa é, sobretudo, um exercício criativo, que constrói conceitos, e não busca representar algo que já está dado em algum lugar. Além do mais, o mapa se constitui com um plano aberto, conectável, desmontável, e que se modifica constantemente. Ele pode ser adaptado a qualquer natureza de pesquisa e ser preparado de forma individual ou coletiva.

Mapa tem múltiplas entradas, assim como o rizoma; contrário é o decalque que se volta sempre ao mesmo lugar. Sua abertura não permite a sintetização de multiplicidades em soluções que são representação daquilo que já existe, ela exige criação, produção de multiplicidades. (DELEUZE e GUATTARI, 2011)

O cartógrafo produz o mapa, e então projeta o decalque sobre o mapa, mas o decalque do mapa não reproduz o mapa como um todo. Os conceitos não se contrapõem, pelo contrário, se complementam, mas, para produzir multiplicidades, o decalque projetado sobre o mapa não pode ser tratado como absoluto, que condiz ao modelo arborescente e ao sistema radícula (FERREIRA, 2008). Há vários decalques possíveis num mapa, desde que este permaneça aberto.

> "Ele é antes como uma foto, um rádio que começaria por eleger ou isolar o que ele tem a intenção de reproduzir, com a ajuda de meios artificiais, com a ajuda de colorantes ou outros procedimentos de coação. É sempre o imitador quem cria seu modelo e o atrai. O decalque já

> traduziu o mapa em imagem, já transformou o rizoma em raízes e radículas. Organizou, estabilizou, neutralizou as multiplicidades segundo eixos de significância e de subjetivação que são os seus. Ele gerou, estruturalizou o rizoma, e o decalque já não reproduz senão ele mesmo quando crê reproduzir outra coisa. Por isto ele é tão perigoso. Ele injeta redundâncias e as propaga." (DELEUZE e GUATTARI, 2011:31-32)

Rolnik (1989) afirma que a cartografia é desenho que acompanha e que se faz ao mesmo tempo em que a paisagem se transforma. Cartografia é, sobretudo, processo que se constrói durante o caminho, e não plano estabelecido a priori. "Sendo tarefa do cartógrafo dar língua para afetos que pedem passagem, dele se espera basicamente que esteja mergulhado nas intensidades de seu tempo e que, atento às linguagens que encontra, devore as que lhe parecerem elementos possíveis para a composição das cartografias que se fazem necessárias" (ROLNIK, 1989: sp). O cartógrafo coloca-se no processo de forma atenta, e sobretudo, aberto aos devires, para permitir a expressão das multiplicidades sem se esquecer da heterogeneidade da linguagem. O cartógrafo considera os materiais independente de procedência, sem qualquer preconceito de frequência, linguagem ou estilo; o cartógrafo caracteriza-se pela sensibilidade dos sentidos e pela vibração de seu corpo; eis alguns dos requisitos para a atividade de cartografar. Na cartografia, não há protocolos tampouco percursos pré-definidos. Nesse sentido, não há possibilidades de definir um método. Rolnik (1989) indica um manual que o cartógrafo leva a campo que é composto por: (1) um critério, "o grau de abertura para a vida que cada um se permite a cada momento." (2) um princípio, que é extramoral, "o que lhe interessa, nas situações com as quais lida, é o quanto a vida encontra canais de efetuação.

Pode-se dizer que seu princípio é um antiprincípio, ou seja, "um princípio que o obriga a estar sempre mudando de princípios." (3) uma regra, regra de prudência, de compreender os limites de até onde o corpo suporta. Reconhecer os limiares comporta "limiar de desterritorialização" e "limiar de desencantamento possível". É uma regra de proteção à vida. (4), um breve roteiro de preocupações, que é definido e redefinido pelo cartógrafo de modo constante.

Considerações finais

O processo de design estratégico considera que o resultado da ação do design é a perturbação do ecossistema, em busca de respostas às dúvidas que decorrem da investigação. Interessado em organizações em rede, perguntamos como se pode produzir inovação social. Para buscar respostas a este questionamento, é preciso considerar que, como processo criativo ecossistêmico de design prevê pontos de vista coletivos. A concepção rizomática desse processo reconhece que as relações criativas se estabelecem em conexões que não respeitam uma hierarquia, tampouco respondem a um eixo central, a essências de um sujeito único criador ou a valores disciplinares. Fazer rizoma em processo de design é permitir todos os tipos de linguagem, a heterogênese dos diversos elementos em conexão, atores humanos e outros não humanos. Há um papel importante do designer como aquele que busca dar passagem às intensidades e rejeitar que exista um problema determinado a priori, e, que o problema permaneça estático durante o processo. Ao contrário, o problema se transforma e é transformado nas relações ecossistêmicas. É, sobretudo, reconhecer que não há possibilidades de seguir um método como percurso preestabelecido. É necessário cartografar o processo e se

entregar a ele. Cartografia, e não metodologia, de processos criativos ecossistêmicos de design, é o caminho.

Construir o mapa em processos criativos ecossistêmicos de design é tratá-lo como um campo aberto que precisa ser explorado. Eles não seguem direção única (problema-solução) e linear e não seguem a direção problema-solução. Construir o mapa, mergulhar no processo, é, sobretudo, um processo criativo, que responde e se modifica com as transformações e os devires do processo. É viver as intensidades do seu tempo e construir métodos, ferramentas e instrumentos de design, segundo o contexto vivido, sempre buscando dar passagens aos afetos e às multiplicidades dos atores em rede. É estar junto com o ecossistema construindo suas próprias vivências criativas. É movimento. Com múltiplas entradas e múltiplos materiais, não favorece soluções sintetizadoras.

O design estratégico deve buscar saídas múltiplas, estratégias que permitam uma relação dialógica entre caos e ordem, permitam olhares diversos. Multiplicidades perturbam a ordem do sistema e permite criar, não apenas representar, o que já está dado a priori. Projetar por cenários em espaços de diálogo e confronto, torna-se uma poderosa estratégia para o processo de design. Nesse sentido, cartografar o processo criativo ecossistêmico de design requer mergulhar no processo. Mas como se lançar sem um plano? Há de se pensar um plano, mas ao mesmo tempo rejeitá-lo; compreendê-lo como a estratégia e não como planejamento. O plano é composto por pistas, por possibilidades e nunca por verdades metodológicas.

Referências

ARDOINO, J. A complexidade. In: MORIN, Edgar. **A Religação dos Saberes:** O desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BRASSET, J.& MARENKO, B. **Delleuze and Design**. Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 2015.

CAPRA, F. **A teia da vida**: Uma nova compreensão científica dos seres vivos. São Paulo: Cultrix, 1996.

CAPRA, F.; LUISI, P. L. **A visão sistêmica da vida.** São Paulo: Cultrix, 2014.

DELEUZE, G. & GUATTARI, F. **Mil platôs**. Rio de Janeiro: Edições 34, 2011.

FERREIRA, F.T. Rizoma: um método para as redes? **Liinc em Revista,** Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p.28-40, 2008. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/251>. Acesso em: 05 fev. 2016.

FRANZATO, C. O princípio de deslocamento na base do metadesign. In: **11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2014, Gramado. Anais**. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2014a. Disponível em: http://goo.gl/qFxv1f.

FRANZATO, C. Metadesign. Letting the future design. In: 5th International Forum of Design as a Process - **The shapes of the future as the front end of design driven innovation,** 2014b, Guadalajara: Tecnólogo de Monterrey, 2014. Disponível em: https://goo.gl/JNhTQB.

FRANZATO, C. et al. Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: FREIRE, Karine (Org.). **Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural.** São Paulo: Kazuá, 2015.

KRIPPENDORFF, K. **The semantic turn**: a new foundation for design. Boca Raton: Taylor & Francis, 2006.

MANZINI, E. Strategic Design for Sustainability: instruments for radically oriented innovation. In: JÉGOU, F; MANZINI, E. **Sustainably everyday: scenarios of urban life**. Milano: Edizioni Ambiente, 2003.

MAURI, F. **Progettare progettando strategia**. Milano: Masson S.p.A, 1996.

MORIN, E. Complexidade e liberdade. In: MORIN, E.; PRIGOGINE, I. **A sociedade em busca de valores.** Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MORIN, E. Os desafios da complexidade. In: MORIN, Edgar. **A Religação dos Saberes:** O desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

NORMANN, R.; RAMÍREZ, R. **From Value Chain to Value Constellation**: Designing Interactive Strategy. Harvard Business Review, n. 71, 1993.

PRIGOGINE, I. O reencantamento do mundo. In: MORIN, E.; PRIGOGINE, I. **A Sociedade em busca de valores.** Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

VERGANTI, R. **Design-Driven Innovation.** Boston: Harvard Business Press, 2009.

ROLNIK, S. **Cartografia ou de como pensar com o corpo vibrátil**. Trechos de Suely Rolnik: Cartografia Sentimental, Transformações contemporâneas do desejo, Editora Estação Liberdade, São Paulo, 1989. Disponibilizado pela PUC - Núcleo de Estudos da Subjetividade. http://pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/pensarvibratil.pdf

ZURLO, F. **Design Strategico**. In: XXI Secolo**,** vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani. 2010. Disponível em: <http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_(XXI-Secolo)/>. Acesso em: 26 ago. 2015.

PERSPECTIVA DE DISSEMINAÇÃO DA CULTURA DE PROJETO: CASO BATIMÁ FEIRA DA FRUTA

Leandro Malósi Doro

Introdução

O designer está evoluindo de um criador de cultura material, baseada na forma e na função, para uma cultura de projeto como discurso, segundo a trajetória da artificialidade de Krippendorff (2006). O designer produzia design de bens para a indústria, que revendia ao público, mas, agora, é viável os próprios consumidores realizarem design. A partir dessa perspectiva, é importante difundir a cultura de projeto, um ramo do design como o design estratégico que pode executar essa tarefa. Franzato (2015) diz que o design estratégico faz parte do ecossistema criativo do design que pode inserir-se em outros ecossistemas (GUATTARI, 2006. Mas no que o ecossistema do design estratégico contribui para os demais? Para Franzato (2015), o design faz estratégias para orientar ações projetuais e organizacionais rumo à sustentabilidade e à inovação.

O discurso e a cultura de projeto de Krippendorff (2006) podem ser os meios pelos quais o ecossistema do design estratégico se entrelaça com os demais. Porém para isso ocorrer é preciso analisar signos, textos e falas que servem para a comunicação entre sociedade e designers. Também é preciso reconhecer a existência de espaços de interpretação, questões culturais e territoriais, e que se tornam barreiras ou aliados na difusão dessa cultura de projeto. A semiótica é uma das respostas cabíveis.

São ainda importantes os contextos em que acontece essa difusão. A noção de caosmose de Guattari (2006) pode oferecer respostas. Caos, osmose e cosmos imbricam-se na sociedade. E como essa cultura de projeto é absorvida em um universo embebido na caosmose? Uma possibilidade de unir esse conhecimento é o rizoma, de Deleuze e Guattari (2004). O rizoma é um caule que cresce em diversas direções. Para esses autores, são conexões que podem ser ligadas a qualquer outra parte e partidas em qualquer parte, para gerar outra. Semiótica, caosmose e rizoma formam um conjunto de conhecimentos necessários ao designer que atua manipulando signos? Essas e outras dúvidas acercam o trabalho do designer, a partir da proposição de disseminar a cultura de projeto. Une-se a isso o design estratégico que, aplicado a outros ecossistemas criativos, pode também ser um difusor da cultura de projeto.

Para refletir sobre essas perguntas, esse artigo irá trabalhar os conceitos da trajetória da artificialidade, de Krippendorff (2006), semiótica de Eco (1990), rizoma de Deleuze e Guattari (2004) e caosmose de Guattari (2006). Essas perspectivas serão conectadas para propor como podem ser utilizados para interpretar e disseminar a cultura de projeto do design estratégico. O exemplo de difusão será as histórias em quadrinhos virtuais, o caso Batimá Feira da Fruta.

Trajetória da artificialidade

A cultura do projeto está ligada às ciências do artificial. Para Simon (1996), o artificial difere do natural. Segundo ele, a ciência natural trata de um conjunto de conhecimentos sobre uma classe de objetos e/ou fenômenos do mundo. Esse raciocínio pode ser aplicado aos fenômenos naturais (biologia, química, física) e sociais (política, sociologia). Interessam, portanto, artefatos

criados pelo ser humano e , também, organizações, economias, aspectos da sociedade, como instituições, classificados como instâncias do artificial. Simon, a partir dessa ideia, propõe criar uma "Ciência do Projeto", um design science para desenvolver conhecimentos voltados a concepção de artefatos (DRESCH, LACERDA, BENTZ, 2015).

A intenção de criar uma ciência do projeto encontra eco em Krippendorff, na chamada virada semântica. Criou, então o que denomina ser a Trajetória da Artificialidade, que propõe como o designer se relaciona com o artificial ao longo da história.

Segundo Krippendorff (1997), no século XXI, o designer deixou de ser apenas um criador de produtos dentro da máxima "a forma segue a função". O designer percebeu a possibilidade de gerar uma cultura imaterial. Essa mudança ocorreu em seis fases que compreendem 'utilidade, funcionalidade e estética universal nos produtos', 'serviços como identidade negociabilidade, diversidade simbólica, folclore e estética1, 'interfaces interativas', 'sistemas multiusuários com informação, conectividade e acessibilidade', 'viabilidade social' e 'discursos auto-suficientes e solidários.

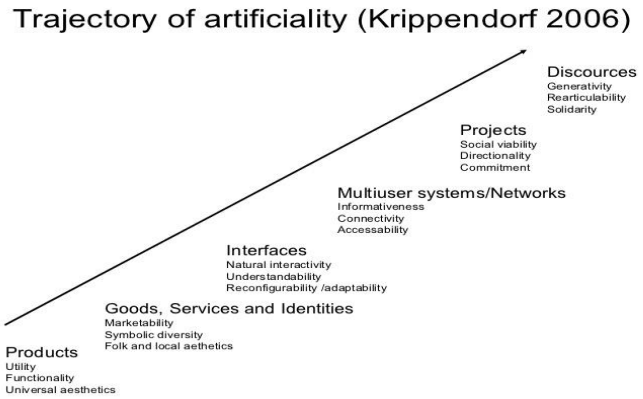
Na Trajetória da Artificialidade, Krippendorff (2006) afirma que, em sua origem, o designer cria Produtos. Entre eles estão máquinas, utensílios e móveis que deviam possuir belas formas para que fossem rapidamente industrializados e comercializados. Foi o predomínio do princípio "a forma segue a função". A ênfase era a utilidade, funcionalidade e uma estética universal. Entre essas máquinas estão ferros de passar, rádios, cadeiras e outros. Mas, a partir de meados do século XX e do predomínio do consumismo, o designer passou a se interessar em uma segunda ênfase: criar bens, serviços e identidade.

Com a popularização da informática, nos anos 1970, o designer cria interfaces para que o usuário comum

consiga realizar tarefas computacionais, antes relegadas a pessoas que dominavam programação. As interfaces, também passam a ser utilizada em produtos, para que o usuário final compreenda intuitivamente como interagir com determinados equipamentos. A busca era pela interatividade natural, compreensão e adaptação. Projetos são a quinta fase da trajetória da artificialidade. O designer, em parceria com outros profissionais, passou a elaborar projetos de inovação e interesse social. As soluções, muitas vezes, originam-se de um processo colaborativo para solucionar problemas coletivos. A ênfase está na viabilidade social, direcionamento e compromisso. A sexta fase da trajetória são os discursos. O designer na contemporaneidade compreendeu que consegue modificar a realidade, a partir de mudança no projeto dos produtos – inserindo, por exemplo, matérias-primas ecologicamente sustentáveis - ou apenas pelo uso de um novo vocabulário, metáforas ou linguagens para fazer com que setores da sociedade passem a agir de modo diferente.

As seis fases trajetória da artificialidade são representadas graficamente assim:

Figura 1: Trajetória da artificialidade



Fonte: KRIPPENDORFF, 2006

Para Krippendorff (2000), essas fases representam também a saída de uma cultura científica para uma cultura do projeto. Essa transição também é diferente do conceito de sociedade da informação. Para o autor, estamos rumando para um universo em que as práticas projetuais fogem do controle das indústrias e são amplamente distribuídas. Assim, a atividade projetual se transforma em um modo de vida. Como resposta, o designer deve se conscientizar sobre sua virtualidade voltada ao ser humano.

Discursos, semiótica e semiose

A retórica pode ser aplicada em um contexto unidirecional ou dialógico. A segunda opção é a mais cabível para o design, pois processos midiáticos permitem o debate que possibilita aprimorar a compreensão dos processos de design, gerados e apropriados em contextos culturais e territoriais diversos. Para que esse diálogo aconteça, além de possuir retórica e meios de difusão, é preciso compreender os componentes envolvidos. Krippendorff (2011) inspira-se na linguagem e propõe que aja diferença entre análise da conversação e do discurso. A primeira distancia-se do objetivismo abstrato e concentra nos enunciados, que são verbais; já a análise do discurso é um termo geral para uma variedade de abordagens que analisam o texto e a fala. A compreensão dos significados depende de um empreendimento transdisciplinar. Por outro lado, se forem considerados textos em seus contextos de uso, a semiótica pode colaborar nesse empreendimento.

A semiótica ocupa-se dos signos em geral (Locke (1632-1704); Charles Sanders Peirce (1839-1914, apud DEELY, 1990 e os compreende em funcionamento nos campos da sintaxe, semântica e pragmática. Como unidade de significação, um texto "é uma unidade semântico-pragmática e está determinado a partir do uso" (MARTÍN

MENÉNDEZ, 2006:15). Segundo Eco (1990), a sintática define o objeto, a semântica, qual o contexto em que ele deve ser avaliado, a partir de um ponto de vista pragmático. Assim é possível interpretar quando uma coisa se torna para alguém signo de outra coisa.

A semiótica em sua origem é "a disciplina da natureza essencial e das variedades fundamentais de toda possível semiose" (PEIRCE, 2003, p. 46-7). A semiose ou atividade do signo é evolutiva, pois muda com os contextos de uso. Qualquer objeto, atitude, palavra, cor, informação ou dado agrega possui signo convencionado por ecossistema ou sociedade. Na própria semiótica, há diversas perspectivas para analisar os signos. Um exemplo é a perspectiva de Eco (1990), que diz que num sistema semiótico existe um indivíduo emissor (A), um receptor (B) e a presença do objeto dinâmico, denominado espaço C. Como exemplo: há uma inferência ou suposição do interpretante diante do que sejam, por exemplo, a radiação – que não é visível. A partir de experiências ou conhecimentos anteriores, é possível dizer que a radiação está presente. Já um processo de semiose é triádico. A ou B está ausente e é possível ver um dos dois como signo do outro, com base num terceiro elemento C, digamos o código, ou o processo de interpretação acionado através do recurso ao código. Conforme o autor, o espaço C é o espaço da interpretação ou dos contextos interpretativos (ECO, 1990). Há várias formas de caracterizar o espaço C, mas elementos como código, emissor e receptor em interação, sujeito, abdução e metáforas são componentes relevantes para o estudo da semiose, ou seja, da produção de significados.

Essa miríade de possibilidades de análise do texto, dos signos ou da retórica se conecta a outros da bibliografia da semiótica e colaboram para a compreensão dos processos de comunicação, deixando claro para o designer que o espaço C precisa ser interpretado. Portanto, cabe ao

designer decidir como irá aplicar essa retórica e difundir a cultura de projeto, baseado em texto, fala e contextos de uso. Se buscar informações sobre o meio que pretende difundir a cultura de projeto, ou transmitir sua retórica como A, deixando que B interprete de modo livre o espaço C, ainda poderá utilizar-se de abdução, dedução, reconhecimento, metáforas ou qualquer outro processo da semiótica, para instrumentalizar seu trabalho.

Subjetividade, ecosofia e autopoiese

A interpretação da retórica, em uma perspectiva semiótica, acontece em universo imerso na caosmose, a partir de que fala e contextos de uso tornam multicultural a forma como o espaço C será definido pelos usuários e pelo próprio designer. Essa subjetividade também está presente em como o designer transmitirá a cultura de projeto. De acordo com Guattari (2006), a caosmose trata de um universo contemporâneo imerso em caos, osmose e cosmos, conceitos presentes na mídia, ou na ciência. Para esse autor, a caosmose é composta por três elementos: a mídia de massa que gera subjetividade, provocando uma desterritorialização em que, por meio de imagens, textos e sons virtuais, o indivíduo se transporta para outro ponto do mundo; as produções maquínicas de subjetividade, como no caso do microcomputador; e aspectos ecológicos - relação dos seres entre si, ou com o meio orgânico ou inorgânico onde habitam - e etológicos - modelos comportamentais inatos, ocorridos em um ambiente natural - transubjetividade e renúncia de complexos freudianos (GUATTARI, 2006).

A retórica, então, pode ser interpretada e desenvolvida pela semiótica. Porém essa interpretação ocorre em uma contemporaneidade imersa na caosmose. Como, então, a cultura de projeto se conecta em um universo embebido na caosmose e com uso da semiótica

como base interpretativa da retórica? Um viés possível é o conceito de rizoma que, na biologia, indica um caule que cresce na horizontal e cria inúmeras conexões. Para Deleuze e Guattari (2004), rizoma pode conectar-se a qualquer outro e está presente nos platôs. Os platôs estão sempre no meio e nunca no início ou fim. Um rizoma é composto de platôs. Os rizomas são conectáveis e heterogêneos. Possuem multiplicidade. Têm o princípio da ruptura e podem ser rompidos em qualquer ponto, mas logo se conectar a outro. A retórica da cultura de projeto, então, a partir dessa interpretação, integra-se ao rizoma e se modifica nele, já que o espaço C, da interpretação, ocorre embebida na caosmose.

Os anseios tecnológicos e científicos acontecem imersos na ecosofia que, conforme Guattari (2006), é ecologia filosófica e uma ciência dos ecossistemas e acontece via engajamento estético, ético, analítico entre outros. A ecosofia define que um ecossistema pode auto-reproduzir-se em qualquer meio, físico ou virtual. Essa auto-reprodução é denominada autopoiese.

Uma interpretação de como a cultura de projeto dissemina-se na sociedade pode ser a seguinte: a ecosofia define que um ecossistema pode auto-reproduzir-se em qualquer meio, físico ou virtual. O design estratégico é um ecossistema criativo, portanto, também pode auto-reproduzir-se em qualquer meio. Para esse ecossistema criativo inserir-se em outros acontece um processo rizomático e uma autopoises, na caosmose, seja no mundo físico ou virtual. Como esse processo acontece na prática? O exemplo a ser analisado nesse artigo é a história em quadrinhos virtual Batimá Feira da Fruta.

Batimá Feira da Fruta

Batimá Feira da Fruta se trata, originalmente, da redublagem caseira de um episódio do seriado Batman e

Robin de 1966. Em 1981, os dubladores amadores Fernando Pettinati e Antônio Camano, então com 18 e 19 anos, assistiram ao episódio gravado em uma fita VHS e redublaram em uma fita cassete. Para completar, trocaram a trilha original do seriado, composta por Nelson Riddle, pela canção A Feira, do baiano Odair Cabeça de Poeta - música cuja poesia continha palavras de baixo calão disfarçadas pelo refrão Feira da Fruta para passar pela censura militar da ditadura nos anos 1970 (PETTINATI, CAMANO, 2013).

Nos anos 80 e 90, essa redublagem circulou entre amigos e fãs. Em 2003, a versão digital foi divulgada por meio virtual. O conteúdo obteve cerca de dois milhões de visualizações no site YouTube até 2013, gerando inúmeras repostagens e sendo retirado inúmeras vezes da página por violar termos de direitos autorais. No ano anterior, o cartunista paulista Eduardo Ferigato organizou a adaptação colaborativa para o formato de histórias em quadrinhos da Feira da Fruta, reunindo 22 desenhistas que divulgaram as informações e desenhos em seus perfis de redes sociais, blogs e sites entre março e dezembro de 2012. Posteriormente, o conteúdo foi reunido e publicado na íntegra em sites e aplicativos, já que ele - devido a questões de direitos autorais - está impossibilitado de ser reproduzido e comercializado por meio impresso.

Dessa forma, Batimá Feira da Fruta se constitui em um projeto colaborativo transmídia, surgido em um contexto de inovação, pois aconteceu por colaboração via redes socias e é divulgado exclusivamente por meio virtual. Mesmo assim, tem profundos laços com a indústria analógica, já que foi criado e difundido nos anos 1980, via fita VHS. Ainda é possível definir que Feira da Fruta é antropofágico, no sentido emulado pelo Manifesto Antropofágico, do escritor e intelectual paulista Osvald de Andrade (1976). Considerado um marco modernista, o Manifesto Antropofágico defende, em uma linguagem

poética, deglutir a cultura europeia e digeri-la em um formato tipicamente brasileiro. No caso de Batimá, a cultura é também estrangeira, mas de origem norte-americana.

Figura 2: Primeira página da HQ Batimá Feira da Fruta, por Eduardo Ferigato
Fonte: Facebook.com/feiradafruta

Cultura de projeto, autopoiese e espaço C

Krippendorff (2000) propõe que o futuro do design é difundir a cultura de projeto. O design estratégico, como um ecossistema criativo, pode difundir essa cultura para outros ecossistemas, via retórica, sejam os mesmos das mais diferentes características e ecosofias.

A partir dessa revisão de literatura, é possível depreender que a forma como o designer executaria essa tarefa é através de uma disciplina que consiga analisar como realizar e compreender a retórica, nos mais diversos contextos e nas formas diferentes de compreendê-los, sejam eles textuais, de fala ou imagéticos. A semiótica cumpre essa tarefa ao analisar signos e discurso.

A história em quadrinhos Batimá Feira da Fruta, então, pode ser analisada pelo designer estratégico por meio da semiótica e a partir do próprio ecossistema criativo estratégico - utilizando instrumentos e retóricas inerentes a sua formação - e buscando também compreender como se configura o ecossistema em que a história foi produzida. A partir dessa perspectiva, é possível uma interpretação sobre o ecossistema em análise.

Como, então, insere-se o design estratégico no ecossistema criativo dos participantes da história em quadrinhos Batimá Feira da Fruta? Uma possibilidade é imaginar a atualidade como rizoma. O designer estratégico, ao estudar a história em quadrinhos Batimá Feira da Fruta, pode considerar, como condição prévia, que a humanidade está inserida no caosmose e que os conhecimentos do design estratégico devem dialogar com os ecossistemas criativos, em busca de integrar-se ao rizoma. O diálogo que resulta das interligações do rizoma auxilia na difusão da cultura de projeto.

A busca de diálogo entre ecologias e a própria busca de inserção nos rizomas acontecem por intermédio das relações humanas. Para Guattari (2006), o ser humano está imerso em territórios existenciais, que se traduzem no conceito de três ecologias, que são a do meio ambiente, das relações sociais e da subjetividade. O meio ambiente e as relações sociais influenciam na subjetividade dos indivíduos, embebidos em aspectos etológicos - modelos comportamentais inatos - e ecológicos - na relação dos seres. O designer, ao reconhecer essas três ecologias, pode

optar em utilizar determinados instrumentos para identificar o meio ambiente, as relações sociais e a subjetividade dos atores envolvidos no projeto de execução e aprimoramento da história em quadrinhos Batimá Feira da Fruta. Os leitores em potencial também podem ser consultados e todos poderão usa *o pack of tools* para analisar redes de colaboração, aspectos de diagramação, layout, meios de difusão, entre outros.

A partir desse estudo, propõe-se um aprimoramento no modelo de colaboração, respeitando as três ecologias do indivíduo, para que futuros projetos similares possam ter maior qualidade. A história em quadrinhos, que é objeto dessa análise, possui elementos em si que carregam características distintas de design, seja como produto, interface, bens, serviços e identidades, projeto e também discurso. Portanto, aspectos da trajetória da artificialidade convivem em uníssono nesse produto oriundo da colaboração. Nessa perspectiva, a cultura de projeto pode inserir-se no ecossistema virtual dos criadores de quadrinhos e integrar-se como parte do rizoma e, até mesmo, produzir autopoiese.

Considerações finais

Para atingir o objetivo de disseminar a cultura de projeto, foram elencadas algumas possibilidades como semiose, caosmose e rizoma. Como uma das respostas possíveis, é viável propor que o design estratégico, como parte de um ecossistema criativo, possui condições de dialogar com outros ecossistemas. Para tanto, pode utilizar a semiótica e os instrumentos inerentes ao design para analisar e propor alterações que gerem inovação nos demais ecossistemas. Além disso, pode buscar utilizar esse *pack of tools* e o discurso para difundir a cultura de projeto. Para que tal ocorra, o design estratégico deve apropriar-se dos conhecimentos da semiótica, para analisar e difundir

discursos. Nesse sentido, entende que os signos circulantes em diferentes ecossistemas possuem diferentes compreensões, conforme as ecologias com quem se relacionam. Além disso, pode reconhecer que a humanidade se encontra imersa em uma caosmose - caos, osmose e cosmos -, espaço em que a difusão da cultura de projeto se transforma e se imbrica na sociedade em um processo rizomático de intrpretação. Nessas condições ganha diferentes conotações.

Essa cultura de projeto, mesmo alterada no ecossistema, possui potencial para produzir autopoiese, seja física ou virtual. O caso exemplificado, a história em quadrinhos Batimá Feira da Fruta, pode ser analisada a partir de um *pack of tools*, mas também a partir da semiótica e dessa perspectiva da caosmose, do ecossistema e do rizoma. A história e o meio em que foi originada é um ecossistema em si e, via influência do design estratégico, pode ser analisada. Em onsequência, projetos futuros, na mesma área, podem ser aprimorados a partir de proposições e de diálogo com esse e outros ecossistemas. Assim, a inovação proposta pelo design estratégico pode incorporar-se ao ecossistema da história em quadrinhos Batimá Feira da Fruta e, como autopoiese, se auto-reproduzir nesse e em demais ecossistemas.

Referências

ANDRADE, O. de. O manifesto antropófago. In: TELES, Gilberto Mendonça. **Vanguarda europeia e modernismo brasileiro:** apresentação e crítica dos principais manifestos vanguardistas. Petrópolis: Vozes; Brasília: INL, 1976.

DEELY, J. **Semiótica básica**. São Paulo: Ática, 1990.

DELEUZE, G. **A ilha deserta**. São Paulo: Ed.Iluminuras, 2002.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs:** capitalismo e esquizofrenia. Vol.I. São Paulo, Ed. 34. 2004.

DRESCH, A. LACERDA, D. P. BENTZ, I. **Design Science e Design Science Research:** um passo adiante no sentido da pesquisa científica voltada a inovação. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ECO, U. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva,1990.

FRANZATO, C. et al. Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: FREIRE, Karine (Org.). **Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural**. São Paulo: Kazuá, 2015.

GUATTARI, F. **Caosmose** - um novo paradigma estético. São Paulo: Edições 34, 2006.

KRIPPENDORFF, K. **Design centrado no ser humano = Human Centered Design:** uma necessidade cultural = a cultural necessity. Estudos de design. Rio de Janeiro, v.8, n.3, p. 87-88, set-dez-, 2000.

_____, K. **A Trajectory of Artificiality and new Principles of Design for the Information Age**. Pennsylvania: University of Pennsylvania, 1997.

_____, K. Discourse and the materiality of its artifacts. In T. R. Khun (Ed.), **Matters of communication: Political, cultural, and technological challenges to communication theorizing** (pp. 23-46), 2011. New York, NY: Hampton Press. Retrieved from http://repository.upenn.edu/asc_papers/259.

_____, K. **The semantic turn:** a new foundation for design. Boca Raton: Taylor & Francis. 2006.

MARTÍN MENÉNDEZ, S. ¿**Qué es una gramática textual**? Buenos Aires: Littera Ediciones, 2006.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PETTINATI, F.D.; CAMANO, A. **Entrei na Feira Da Fruta**. São Paulo: Usina de ideias, 2015.

SIMON, H. A. **The Sciences of the Artificial**. Cambridge: MIT, 1996.

RELAÇÕES ENTRE CO-DESIGN E PROCESSOS DE INTERSUBJETIVAÇÃO

Aron Krause Litvin

Introdução

A abordagem do co-design apresenta-se como uma possibilidade de projetação bastante adequada frente à complexidade dos problemas da vida cotidiana. É fundamental que haja a criação de inovação social para desenvolver outros modos de vida. Entende-se por inovação social "a mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades" (MANZINI, 2008, p.61). Ainda para Manzini (2015), a inovação social pode ser compreendida por novas ideias que criam relações sociais e colaborações. É necessário dar espaço para uma diversidade de sujeitos articularem suas ideias para construção de soluções. Desta forma, inscreve-se a oportunidade transformadora das questões problema neste contexto da inovação social.

Percebe-se que tais movimentos contribuem no desenvolvimento do conceito da Ecosofia de Félix Guattari (1990), tão pertinente para elaboração dessas processualidades vinculadas à inovação social. As práxis ecológicas são a do meio ambiente, a das relações sociais e a da subjetividade humana (mental). A primeira diz respeito à necessidade de uma nova compreensão e atitude na mudança da relação estabelecida com a natureza; a segunda vincula-se com as questões inerentes às relações humanas; e a terceira busca incluir a influência da singularidade do sujeito nos processos que estão envolvidos. Identifica-se a questão de estar em relação a alguma coisa, ou a alguém.

Nas três esferas, há uma dimensão relacional evidente. A composição destas três ecologias reforçam e habilitam as capacidades do design estratégico e encontram lugar de prática, no âmbito do co-design e de seus desdobramentos processuais.

As contribuições de Lee (2006), demonstram que o termo co-design foi apresentado pela primeira vez através da publicação *Co-design: A Process of Design Participation* de Stanley King (1989). Trata-se de um conceito que pode ser definido como uma combinação do design colaborativo, cooperativo e comunitário (LEE, 2006). O co-design refere-se à criatividade dos designers e de pessoas que não estão treinadas em design, trabalhando juntas, no desenvolvimento de processos de design (SANDERS, STAPPERS, 2008). A questão da colaboração é intimamente relacionada ao conceito do co-design. Etimologicamente, a palavra colaboração encontra sua origem no latim *collaborare*, que significa trabalhar com alguém em alguma coisa. O prefixo 'co' sugere uma simultaneidade, ou aquilo que se faz junto. A dimensão do trabalho pressupõe a construção de algo, a operação ou a produção.

O desenvolvimento das questões relacionadas à articulação da criatividade coletiva vem sendo pesquisado pela comunidade acadêmica sob o nome de design participação. Para Lee (2006), design participação pode ser considerado o conceito "guarda-chuva" de todas as práticas de design que levam em conta a participação de diferentes pessoas no processo, tais como o design inclusivo, design participativo, design centrado no humano, dentre outras abordagens. No entanto, parece oportuno que sejam estabelecidas as conexões necessárias com os processos de intersubjetivação, para ampliar as compreensões da processualidade existente no co-design. Sem dúvida, há um caminho visionário na articulação das contribuições da

filosofia da diferença com a abordagem do design colaborativo.

A relação dialógica presente no co-design é disparadora do reconhecimento dos papéis na prática de projetação. Os autores Sanders e Stappers (2008) reconhecem e afirmam que nem todas as pessoas podem tornar-se designers, embora possam ser criativas o suficiente para compor um processo de projeto. Eles consideram os fatores nível de paixão, de conhecimento ou de criatividade como influenciadores para que assumam a função de co-designers. É nesses processos de co-criação que se envolve, necessariamente, a produção de subjetividade. Entende-se por subjetividade "o conjunto das condições que torna possível que instâncias individuais e/ou coletivas estejam em posição de emergir como território existencial"(GUATTARI, 2006, p.19). O conjunto das condições é algo de um teor absolutamente imprevisível. Ainda para o autor, a subjetividade articula-se naquilo que pode ser reconhecido como os "afetos partilháveis" e os "afetos não partilháveis", em uma fase emergente da subjetividade.

No processo disparado através do co-design, identifica-se a função dos papéis do designer, do usuário e do pesquisador (SANDERS, STAPPERS, 2008). Em um contexto de projetação bastante dinâmico, estes papéis se misturam e passam a existir através de novas configurações. Neste momento, identifica-se um espaço de reconhecimento e relação para produção do primeiro critério estruturalista: o simbólico. Para Deleuze (2010), o simbólico pode ser percebido como uma fonte de interpretação e criação viva. A possibilidade de o usuário assumir uma função do designer, como uma das combinações possíveis, deve ser viável, a partir de um movimento inter-subjetivo.

Este movimento aporta uma atualização necessária no entendimento dos papéis em co-design. É o sujeito que

precisa ganhar notoriedade frente aos processos evidenciados. Segundo Deleuze (2010), o sujeito é a instância que segue o lugar vazio e desloca-se com agilidade. Ele ocupa novas possibilidades de lugares pela dinâmica relacional que o constitui. São também de interesse as contribuições de Freire (2008) a respeito do entendimento de sujeito. O sujeito histórico e crítico é aquele que inspira a processualidade disparada pelo co-design. O sujeito histórico consegue superar a condição de consciência ingênua, construindo em si e com os outros aquela que é uma consciência crítica (FREIRE, 2008). É fundamental que exista espaço para o sujeito aprender pensando, para que efetue uma compreensão ativa para os problemas enfrentados. Portanto, independente das definições de outros autores, qualquer pessoa que estiver envolvida nos processos de co-design, será considerada a partir da dimensão do sujeito.

Os autores Kleinsmann e Valkenburg (2008) apontam o papel dos atores como uma primeira barreira percebida na execução de processos de co-design, no sentido de que deve existir colaboração entre eles para a execução de uma tarefa de design. Ainda para os mesmos autores, fatores como a habilidade dos atores em usarem diferentes formas de se comunicar, o conhecimento aplicável do ator no processo e a experiência aplicável do ator, influenciam diretamente o significado compartilhado. Ao explicar um outro critério do estruturalismo, o da casa vazia, Deleuze (2010), elucida que há um excesso de sentido percebido e que são diversas as possibilidades de movimento em uma estrutura. Por estrutura, entende-se várias coexistências, como todos os elementos, as relações e valores das relações e todas as singularidades próprias (DELEUZE, 2010); estrutura como estruturante, ou seja, dotada de movimento na operação. Este critério torna os processos de co-design bastante difusos por excelência, porque garantem que sempre haverá uma nova orientação.

A construção de um sentido para colaboração que Svihla (2010) desenvolve está inserido em um contexto do design como um processo social. Aquilo que pode ser entendido como o coletivo, no sentido de "uma multiplicidade, que se desenvolve para além do indivíduo, junto ao socius, assim como aquém da pessoa, junto a intensidades pré-verbais, derivando de uma lógica dos afetos" (GUATTARI, 2006, p.20). Um processo que envolva estas configurações reconhece a potência da diferença dos sujeitos. Percebe que existem diferentes olhares, técnicas e valores sendo aportados à construção coletiva. Deste processo, resulta o design como uma intersecção e não como a simples soma dos participantes (SVIHLA, 2010). Cabe uma ligeira orientação para o sentido de intersecção comentado pela autora. A intersecção não está interessada apenas no mapeamento dos elementos em comum entre os sujeitos, mas seria uma operação matemática bastante redutora, frente ao processo proporcionado pelo design colaborativo. O que importa é a intersecção como possibilidade da fusão de dois mundos diferentes, ainda que seja instantânea, mas catalisadora de uma desterritorialização existencial.

A processualidade encontrada no co-design vai ao encontro de oportunizar espaço para o dissenso e para a produção singular de existência. Segundo Sanders e Stappers (2008), os usuários, ao entrarem no processo de projeto através de suas experiências pessoais, precisam de ferramentas adequadas para conseguirem expressar-se. Os papeis do designer e do pesquisador devem atuar na elaboração destas ferramentas, porque o conhecimento em design é bastante importante nesta construção. No entanto, as ferramentas são apenas um auxílio na promoção da colaboração desejada. Os exemplos de ferramentas bastante utilizadas em design, tais como a matriz SWOT, Mapa de Atores, Brainstorm, MoodBoard, Personas, Lista de Requerimentos, BluePrint, dentre outras, não garantem que

aconteça uma dinâmica dialógica, porque também produzem múltiplos efeitos de sentido. O estranhamento no uso das ferramentas por parte dos sujeitos deve ser absorvido no processo em construção. Parece adequado o entendimento dos efeitos na relação entre os sujeitos, a partir do uso das ferramentas. A perspectiva utilitarista que a palavra ferramenta sugere não contribui para uma percepção mais sutil que merece ser desenvolvida nos processos de co-design.

É essencial que sejam organizadas novas solidariedades e uma nova suavidade (GUATTARI, 1990). É o que se reflete na produção de novos modos de subjetividade orientados pelos processos de co-design, para criação de inovação social. A produção de conhecimentos e de outras formas de sociabilidade integram os novos agenciamentos produtivos. Identifica-se a oportunidade de reconstrução das relações humanas no contexto da inovação social orientada pelo co-design. Para Guattari (2006), é urgente a modelização de práticas sociais mais voltadas para o futuro, as quais devem proporcionar a construção de novos modos de vida e promoverem as três ecologias para novos patamares evolutivos. Também é necessário ir ao encontro dos sujeitos interessados neste processo, no sentido de uma co-gestão da produção de subjetividade (GUATTARI, 2006). As atitudes de autoridade e de imposição de ideias devem ser superadas, pois não contribuem com o processo de agenciamento coletivo.

De modo a recuperar a colaboração como necessária na geração de efeitos de criatividade em processos participativos de design, aparece a noção de "memória transacional" (KLEINSMANN, VALKENBURG *apud* WEGNER, 2008). Os autores constroem o entendimento acerca de um significado compartilhado que deve existir e ser criado entre os sujeitos de um processo. A memória transacional representa um sistema individual de memória,

capaz de processar diferentes conhecimentos dos sujeitos e sustentar uma consciência, ao longo do processo de quem sabe o quê. Esta aparente e desejável sintonia entre os sujeitos do processo retrata uma capacidade bastante individual. O processo de intersubjetivação inerente ao co-design é impreciso. A memória transacional orientada para inovação social poderia ser abertamente compartilhada em momentos específicos do processo, para ganhar sentido no coletivo. Ao permanecer velada entre os sujeitos, representa um risco muito grande de a criatividade não ter sido potencializada.

A compreensão da ideia de experiência encontrada em Sanders (2005), contribui para desenvolver o processo de intersubjetivação inerente ao co-design. A experiência é a composição do que a autora define como as memórias, o momento presente e os sonhos que as pessoas tem. Com relação às memórias, elas são todas aquelas experiências que a pessoa teve no seu passado. Os sonhos são as experiências projetivas ou idealizadas, e o momento presente é o encontro destas duas representações que compõe a ação da experiência (SANDERS, 2005). Aquilo que as pessoas falam não é o suficiente para que a expressão criativa aconteça. Retoma-se o sentido da prática dialógica, através de uma ampliação da sua importância e significado. É fundamental que as pessoas consigam expressar sua criatividade através de ferramentas que orientem o fazer.

Qualquer ferramenta utilizada demanda uma partilha sensível no momento da composição das ideias, e a exposição de cada um diante do coletivo só acontece através do encontro colaborativo. É de Manzini (2015) a reflexão que apresenta as dimensões dos encontros colaborativos e seus desdobramentos processuais. Para o autor, é necessário que haja uma criação de valor compartilhado entre os sujeitos envolvidos no processo, ou seja, há uma expectativa na aquisição de algum benefício,

porque as pessoas se encontram para trocar algo. É interessante a expressão de valor atribuído à colaboração, porque fornece condições de evidências da riqueza do processo. A materialização da riqueza nem sempre é possível frente à construção processual em que os sujeitos estão envolvidos. Da mesma forma, as expectativas também são diversas.

No entanto, as contribuições de Deleuze e Guattari (1995) acerca das características do agenciar elucidam que é imprescindível a percepção do estranhamento em si. Os processos do co-design operam na criação de subjetividades como efeitos de agenciamento. O reconhecimento da riqueza da colaboração, portanto, fica associado a como é percebida a mudança nos modos de fazer e dizer individuais. Não se trata de reproduzir a forma diferente de fazer ou dizer do outro. A manutenção e a clareza da diferença são fundamentais para sentir os movimentos de mudança proporcionados pelo agenciamento coletivo de enunciação. O que parece pertinente é que a prática do co-design orientado pela inovação social, gere transformações perceptíveis nos indivíduos. Em uma época em que as pessoas parecem cada vez mais individualistas e isoladas em seus territórios existenciais familiares, o reconhecimento do valor da colaboração é muito bem recebido.

Segundo Manzini (2015), a prática da colaboração exige um acordo com as outras pessoas envolvidas no processo. A partilha de um tempo comum acende a relação com a liberdade de cada um, ou seja, cada pessoa tem a liberdade de escolha para decidir o que, quando, como e com quem fará suas coisas. Neste sentido, é necessária a criação dos preceitos da colaboração (MANZINI, 2015). De modo algum é algo que esteja pronto e disponível. Deve ser negociado entre os sujeitos do processo e merece constantes alterações, pois se trata de um processo de colaboração por escolha.

Uma vez que a colaboração não é algo que simplesmente acontece, mas que é necessário criar condições para que se manifeste, a dimensão da intensidade relacional merece ser desenvolvida. O que Manzini (2015) aponta é que todo encontro colaborativo leva em consideração algum nível pessoal de empatia e engajamento. Para aprimorar tais considerações, o autor apresenta a necessidade que uma pessoa tem em abrir-se para o relacionamento, abertura de que deriva a sensação da vulnerabilidade. Ao relacionar-se com o outro, a habilidade de cada um em fazer este movimento deve ser levada em consideração. É um ato destemido e afetivo, simultaneamente. Ao encontro destas reflexões, Rosenberg (2003) demonstra que todas pessoas compartilham necessidades básicas. A abordagem da comunicação não-violenta complementa as construções acerca do co-design. Ela ajuda a reformular a maneira pela qual as coisas são ditas e escutadas (ROSENBERG, 2003). Dentre elas estão a integridade e a interdependência: integridade, no sentido da autenticidade e autovalorização, o que preserva a singularidades dos sujeitos na dinâmica relacional: . Isto é, a preservação da singularidade dos sujeitos é fundamental para uma dinâmica relacional; interdependência, no sentido da aceitação, da consideração, do respeito e do amor.

Para Maturana (1997), o amor precisa ser reconhecido como uma emoção estruturante do social. É na convivência que os efeitos do amor potencializam a condição dos humanos. Frente às conexões com os processos do co-design, não cabe relacionar o sentimento do amor que seria um outro aporte conceitual. Trata-se de uma disposição biológica que encaminha a ação. O amor é a abertura de um espaço de existência para o outro como ser humano (MATURANA, 2006). Uma vez identificada a emoção fundante das interações sociais, não significa que sempre haverá uma concordância em relação aos pontos de vista do outro. Da mesma forma, a aceitação da divergência é

amor também. No encontro colaborativo, esta construção de consciência eleva os efeitos da criatividade para as transformações sociais desejáveis, transformações que devem ser estabelecidas nas esferas do sujeito e do contexto.

Tendo em vista que o envolvimento no processo de co-design catalisa mudanças estruturais no sistema, a noção de autopoiese reforça um significado oportuno. A partir das relações que constituem um indivíduo que se reconhece em uma rede de interação social, resulta a sua autoprodução. Os seres vivos caracterizam-se por produzirem constantemente a si próprios, de modo que tal funcionamento pode ser definido como uma organização autopoiética (MATURANA, 2001). Em toda experiência há uma influência do outro que contribui para uma deformação e uma transformação de si. Este movimento não tem fim, enquanto existir vida. Neste comportamento autopoiético, o acoplamento desenvolve uma "corrente tal de interações concatenadas que, ainda que a conduta de cada organismo seja determinada pela sua organização autopoiética, tal conduta é para o outro fonte de deformações compensáveis e, portanto, pode qualificar-se de significativa" (MATURANA e VARELA, 1997, p. 117).

Uma vez que as relações e interações sociais constituem a abordagem do co-design, o desafio de construção do processo colaborativo deve apoiar-se naquilo que sustenta a sua produção. Nessa pespectiva, a processualidade orientada para "uma desterritorialização suave pode fazer evoluir os agenciamentos de um modo processual construtivo" (GUATTARI, 1990). O processo autopoiético do co-design entende a necessidade de composição no acontecimento, como processo que deriva de um devir-transgressor. Para Deleuze e Guattari (1997), o devir é aquilo que está em vias de tornar-se. Ainda para os autores, também é um processo do desejo e indica um sentido de co-presença daquilo que compõe para uma

transformação e viabiliza a criação de novos universos de referência. Sendo assim, o processo que interessa é aquele que produz realidades emergentes.

Referências

DELEUZE, G. **A ilha deserta**. São Paulo: Iluminuras, 2010.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs**. Vol. 2. Rio de Janeiro: Edições 34, 1995.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs**. Vol. 4. Rio de Janeiro: Edições 34, 1997.

FREIRE, P. **Método Paulo Freire:** a reinvenção de um legado**.** Brasília: Liber Livro Editora, 2008.

GUATTARI, Felix. **As três ecologias.** Rio de Janeiro: Editions Galilee, 1990.

GUATTARI, F. **Caososmose: um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro: Edições 34, 2006.

KLEINSMANN. M.; VALKENBURG, R. **Barriers and enablers for creating shared understanding in co-design projects**. Elsevier. 2008

LEE, Y. Design Participation Tactics: Redefining User Participation in Design. In: **Proceedings in the Design Research Society**. Portugal: Wonderground Conference, 2006.

MANZINI, E.zio. **Design para a inovação social e sustentabilidade:** comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. (Cadernos do Grupo de Altos Estudos; v.1).

MANZINI, E. **Design when everybody designs**. London: The Mit Press, 2015.

MATURANA, H.R.; VARELA, F.J. **De máquinas e seres vivos:** autopoiese, a organização do vivo. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MATURANA, H. **Cognição, ciência e vida cotidiana**. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

MATURANA, H. **Desde la biologia a la psicologia.** Santiago: Editorial Universitaria, 2006.

ROSENBERG, M. B. **Comunicação não violenta.** Sao Paulo: Agora, 2006.

SANDERS, E. B.-n. In: The 6h International Conference of the European Academy of Design. **Information, Inspiration and Co-creation.** Bremen: University of The Arts, 2005.

SANDERS, E. B.; STAPPERS, P. J. **Co-creation and the new landscapes of design. CoDesign**, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008. Disponível em:

http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15710880701875068#.UhEZ3NJWySo.

SVIHLA, V. **Collaboration as a Dimension of Design Innovation**. CoDesign, v. 6, n. 4, p.245-262, 2010. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1080/15710882.2010.533186

DESIGN: INTUIÇÃO, INTERPRETAÇÃO E JOGO

Rodrigo Najar

Introdução

Nesse texto, tive como objetivo explicitar alguns pontos do meu pensamento em relação ao trabalho que realizo em projetos de inovação, relativos a um projeto de pesquisa em desenvolvimento no mestrado em Design, e, sobretudo, proceder a uma primeira reflexão sobre o modo de articular as visões apresentadas pelos teóricos indicados na disciplina Processos de Significação e Comunicação. Nesse sentido, tais formulações extrapolam a simples utilização de metodologias para análise de conteúdo, pois se constituem em fundamentos para a compreensão do homem como um ser na linguagem. Portanto, a questão da linguagem é central para a compreensão dos artefatos produzidos em design. Para esses fins, foram relevantes textos teóricos produzidos por Umberto Eco, Gilles Deleuze, Féliz Guattari e Brasset e Marenko, na introdução ao livro *Deleuze e Design,* os quais serão referenciados ao longo deste texto.

Considero que esses são os autores cujas ideias são próximas ao que penso. Como se trata de uma exploração inicial, é preciso aprofundar as propostas por esses autores trabalhadas, além de articulá-las ao conhecimento já sedimentado, estimulado por duas instâncias igualmente relevantes: a formação intelectual e a experiência profissional como design. Relacionarei, ao longo do texto, alguns pontos da minha experiência profissional e da minha reflexão sobre ela com algumas ideias propostas pelos autores, tentando encontrar e demonstrar pontos de contato existentes.

Intuição

A intuição tem sido um tema desafiador em nosso trabalho profissional, em especial pela dificuldade de apresentá-lo de modo objetivo e circunscrito e, portanto, passível de compreensão imediata. Há alguns anos, passávamos sempre por uma mesma situação ao concluirmos os relatórios de pesquisa etnográfica para inovação que fazíamos em nossa empresa: algum pesquisador, durante os nossos encontros para interpretação e discussão dos vídeos produzidos durantes as investigações etnográficas, dizia algo como: "eu não sei porque, mas acho que essa pessoa precisaria de tal coisa...". Como responder ao que nem mesmo está formulado? Havia uma dúvida permanente sobre o que fazer com essas contribuições impossíveis de serem justificadas. Não se conseguia justificar a não ser dizendo que era um sentimento, uma espécie de intuição. Durante algum tempo, desprezamos e excluímos isso a que chamávamos de intuição, algo que surgia do nada em nossa cabeça, sem explicação, sem muita clareza. No entanto, não foram raras as vezes em que esses golpes de intuição revelavam possibilidades de inovação bastante criativas e valiosas para nossos clientes.

A decisão, depois de alguma discussão, foi incluir nos relatórios entregues ao cliente referências a essa reiterada pergunta que produzia sempre algum desconforto. Surgiu, assim, uma sessão chamada "Não sei porque", como modo de minimizar a questão. Em geral, no final dos relatórios, colocamos os nossos "não sei porque" e discorremos um pouco sobre eles, de tal sorte que conseguimos, naquele momento, sem a fundamentação necessária, pelo menos equacionar o tema.

A questão específica da intuição, que no campo das artes é perfeitamente aceita e integrada ao corpo de recursos com os quais se pode contar, no trabalho criativo

do design (que se pretende criativo) parece excluída. É evidente que há algo de assustador em considerar a intuição como um elemento válido num trabalho profissional de design. Mas também é evidente, pelo menos na nossa experiência, que a intuição pode trazer consigo informações bastante importantes, úteis, valiosas até. Eco (1990), em trabalho sobre interpretação, diz que "É verdade que a metáfora criativa parece ser compreendida intuitivamente, mas o que chamamos intuição nada mais é que um movimento rapidíssimo da mente que cumpre à teoria semiótica saber decompor em cada um de seus passos". (P. 129) Peirce (2003) também sustenta que a intuição é sempre uma cognição baseada em cognições anteriores, o que forma uma espécie de 'corrente" em que uma cognição se origina de outra cognição anterior, e esta, de uma outra ainda anterior a ela, e assim por diante. Conforme esses autores, o que chamamos de intuição, seriam cognições e operações mentais que ocorrem em diferentes níveis de consciência, ou que se realizam tão rapidamente que só se consegue, com clareza, perceber uma pequena parte da operação. Assim, acolher o fator intuitivo seria nada mais do que admitir que trabalhamos também com cognições e operações mentais que não temos, ao menos no momento mesmo em que ocorrem, a capacidade de compreender completamente. Em sua obra, Deleuze e Guattari tratam do tema intuição de modo diferenciado, ao considera-la não juízo, mas avalição de variáveis interiores de enunciação no contexto de circunstâncias. O implícito ganha relevância, bem como atos imanentes, transformações incorpóreas, até chegar aos agenciamentos de enunciação. A relação entre essas variáveis estarão organizadas em agenciamentos que se reúnem em regime de signos. Resultam daí as chamadas máquinas semióticas.

Quando decidimos manter as ideias intuitivas nos relatórios e apresentá-las aos clientes, não havíamos pensado em nada disso, mas intuímos que a intuição não

deveria ser desprezada como se fosse apenas uma 'ideia que caiu do céu'. A subjetividade e a intuição foram abraçadas com a mesma seriedade com que acolhemos os insights que vem de interpretações e reflexões mais estruturadas e claramente compreendidas.

Interpretação 1

Os dados coletados em nossas pesquisas sempre foram exaustivamente analisados, discutidos e interpretados por grupos heterogêneos de profissionais. Os resultados dessas análises e interpretações eram transformados naquilo que escolhemos chamar de "setas de inovação". As "setas de inovação" são caminhos indicados, sempre de forma implícita, pelos textos produzidos pelos indivíduos pesquisados. São a interpretação criativa dos dados vindos de pesquisas realizadas especificamente para determinado projeto. São literalmente setas apontadas para direções que têm grandes chances de encontrar as soluções inovadoras que todos buscam. Elas representam hipóteses que deverão ser verificadas posteriormente. No caso dos processos de inovação, design estratégico, design thinking, essas verificações dão-se na prototipagem.

Nesse tipo de investigação que realizamos, o objetivo é indicar caminhos, perceber possibilidades futuras, lançar um olhar para o futuro baseado na interpretação dos dados que temos hoje. Não temos nada comprovado, não temos uma experiência que nos garanta a validade daquilo que propomos, não há, portanto, experimentos anteriores que comprovem a veracidade de alguma de nossas propostas. Temos hipóteses ("setas de inovação") que posteriormente passarão por inferências de diversas formas, a fim de concluir se essas hipóteses são válidas ou não. Nesse sentido, o trabalho de pesquisa para inovação realizado nesses termos pode ser considerado abdutivo, antes de mais nada. Nossas "setas de inovação" não são premissas

extraídas de algo que já é conhecido, mas são suposições abertas, dinâmicas e criativas. São hipóteses. Não recorremos ao empirismo para 'resolver', a priori, os problemas apresentados.

Para Peirce (2003), apenas a abdução é um método que se projeto para o futuro, sendo o único que elabora hipóteses a respeito de fatos ou fenômenos ainda sem explicação. Assim, a abdução seria o único método que fornece ideias totalmente novas, o que o liga, diretamente, à criatividade científica. O raciocínio abdutivo é movido pelo sentimento de que há fatos sem explicação, ou cujas explicações existentes não são suficientes. Surge, então, a necessidade de uma teoria que explique esses fatos com mais eficiência. Quando a abdução cria uma hipótese para um desses fatos, caracteriza-se como um ato criativo, que pensa o que ainda não foi pensado, que se arrisca, que se projeta para o futuro e abandona/ressignifica premissas já existentes. É nesse contexto que cientistas especialmente criativos e ousados formulariam hipóteses, gerariam novas ideias e teorias e poderiam mudar, de modo radical, o padrão aceito de explicações sobre a realidade, ou seja, os paradigmas científicos vigentes.

Há um paralelo inevitável, consideradas as diferenças entre as pesquisas científicas e as pesquisas de mercado, entre o processo criativo abdutivo da ciência e o que ocorre quando se busca por inovação de produtos e serviços em design. Eco (1990. p.27), em *Os Limites da Interpretação*, diz que "a abdução é um procedimento típico mediante o qual, na semiose, nos vemos em condições de tomar decisões difíceis quando diante de instruções ambíguas".

Há também alguma semelhança entre o trabalho criativo para inovação e a natureza da hipótese. Ainda, segundo Eco, uma hipótese nunca produz certeza, assim como qualquer atividade criativa também não é regida por certeza alguma. Peirce (2003) ilustra o que diz com o exemplo de achados paleontológicos em uma região

interiorana. Segundo ele, toda a tradição da paleontologia encorajará a suposição de que, em outros tempos, o mar cobria aquelas terras. Mas ao mesmo tempo, ele levanta a possibilidade de se cogitar hipóteses menos regulares e menos normais. O que chamamos de "setas de inovação" em nosso trabalho, são sempre uma busca por essas hipóteses menos regulares e normais. E talvez se possa dizer que essa busca por "hipóteses menos regulares e normais" esteja no cerne daquilo que chamamos criatividade. Dessa forma, eu devo dizer que todo o trabalho com criatividade voltada para o design de inovação que fazemos com Playstorming tem como objetivo primeiro justamente a busca dessas possibilidades menos regulares e normais.

Para fins deste texto, torna-se importante apresentar o Playstorming. Ele é um método que foi idealizado no ano de 2010 para incrementar o desenvolvimento da criatividade, em equipes envolvidas com projetos de inovação em empresas. Sua elaboração ocorreu em um contexto empresarial, de mercado, completamente alheio a qualquer modelo acadêmico e científico. A motivação para a criação do método foi resultado da constatação de que havia nas empresas que estavam dedicadas a desenvolver seu potencial de inovação, uma carência no sentido de desenvolver pensamento e potencial ' potencialmente' criativo em suas equipes. Naquele momento, por volta de 2008, as organizações demonstravam uma enorme necessidade por inovação. Empresas estavam investindo muito em núcleos internos de inovação, tentando construir equipes que pudessem ter ideias originais, relevantes e inovadoras. Nesse contexto, a expressão ''pensar fora da caixa' dominou os discursos de palestrantes, gestores e consultores, como uma necessidade absoluta nesse mundo de mudanças vertiginosamente velozes. 'Pensar fora da caixa' era imperativo naquele

contexto e se tornou um verdadeiro clichê quando se falava de criatividade e inovação.

O termo criatividade carece também de referência. Não há consenso acerca de uma definição do que seja criatividade. O conceito de criatividade pode variar de acordo com a cultura e a época, mas há, segundo Lubart (2009), uma definição que é aceita pelo menos pela maioria dos pesquisadores do assunto: "A criatividade é a capacidade de realizar uma produção que seja ao mesmo tempo nova e adaptada ao contexto na qual ela se manifesta" (LUBART, 2009 p.16). O autor afirma que uma produção é nova e original, quando não foi ainda realizada por outra pessoa. O aspecto de novidade e originalidade pode ser avalizado em diferentes graus. Assim, algo pode ser criativo no sentido de ser uma inovação que rompe um paradigma vigente ou no sentido de prover a solução de singelas questões cotidianas. Não existe, portanto, normas estabelecidas para determinar o que é criatividade, quem é uma pessoa ou um grupo criativo, tampouco o que é uma produção, de qualquer natureza, que deva ser considerada criativa. Parece necessário que se prossiga na discussão sobre criatividade, dada sua relevância para o entendimento das atividades de design.

A relação entre jogo e design carece, também, de algumas referências introdutórias também, pois o Playstorming é considerado um jogo. Em vários idiomas, a mesma palavra designa jogar, brincar e atuar (do trabalho do ator). Em inglês, por exemplo, a palavra PLAY significa essas três coisas. Somos atores, diretores e viemos do teatro, e trabalhamos duro para reaprender a jogar/brincar e, finalmente, poder atuar. Sabemos que o Play é coisa séria. E sabemos que coisas sérias podem ser divertidas, aliás, devem ser divertidas. Ser sério é diferente de ser sisudo, mal-humorado, sofrido e rígido. Ser sério é ser comprometido, responsável e entregue àquilo que se faz. E isso é fundamental para jogar, para brincar e para atuar.

Nada ofende mais a uma criança do que não levar a sério a brincadeira que ela propõe. Se o combinado é que você é o dragão, isso é sério. Brincadeira boa é brincadeira levada a sério. As crianças sabem disso. Huizinga (1997) diz em que é com seriedade que a criança joga e brinca, como se fosse uma seriedade "sagrada". Não ignora, contudo, que está jogando, pois também identifica as diferenças entre realidade e ficção na vida cotidiana. Mas nós, depois de séculos aprendendo que somente é sério aquilo que nos faz sofrer, aquilo que exige sangue, suor e lágrimas, distanciamo-nos radicalmente da noção de trabalho prazeroso, de jogo e divertimento ligados ao trabalho. Huizinga (1997), em Hommo Ludens, diz que afirmar que o jogo é a não-seriedade não diz nada sobre o que o jogo tem de bom e é facilmente refutável. Jogo é a não-seriedade, se pensarmos nessa seriedade que é a ausência de alegria. Mas se pensarmos em seriedade como comprometimento, reponsabilidade, entrega, então o jogo é sério sim. "Caso pretendamos passar de "o jogo é a não-seriedade" para "o jogo não é sério", imediatamente o contraste tornar-se-á impossível, pois certas formas de jogo podem ser extraordinariamente sérias. Além disso, é fácil designar várias outras categorias fundamentais que também são abrangidas pela categoria da "não-seriedade" e não apresentam qualquer relação com o jogo. (…) Os jogos infantis, o futebol e o xadrez são executados dentro da maior seriedade, não se verificando nos jogadores a menor tendência para o riso. É curioso notar que o ato puramente fisiológico de rir é exclusivo dos homens, ao passo que a função significante do jogo é comum aos homens e aos animais.

Essa reflexão, por sua vez, remete a relações entre o Playstorming, o design e o 'enquadre do jogo'. A configuração dessa relação se modifica se pensarmos que o design estratégico (neste texto desdobrado a partir de Zurlo, 2010) em si, como um todo, pode ser um processo

que se realiza dentro do 'enquadre do jogo', como um jogo que é jogado pelo designer, sem estar plenamente exposto. Assim, a relação do Playstorming, ou do jogo em si, com o design reconfigura-se e passa de uma relação instrumental a uma relação estrutural. Uma reconfiguração dos processos de design se daria, assim, através do Playstorming , no sentido de situar os designers no 'enquadre do jogo', possibilitando que os jogadores/designers transitem através de espaços coercitivos e permissivos e que joguem o jogo do design. Em decorrência, eles se transformam em sujeitos lúdicos que exploram o espaço de liberdade que se apresenta ao longo do jogo (projeto) como espaço criativo.

O que essa busca seja, talvez, exatamente o princípio básico daquilo que chamamos de inovação e design criativo. Em Design Thinking, por exemplo, esse princípio está associado à lógica filosófica abdutiva de raciocínio não declarativo, ou seja, seu objetivo não é declarar uma conclusão para ser verdadeira ou falsa, mas é postular o que poderia ser verdade.

Interpretação 2

Todo esse processo criativo voltado para a inovação, no nosso trabalho, começa com etnografia. Quando afirmo que a investigação é etnografia e não uma pesquisa de "inspiração etnográfica", não estou defendendo que fazemos a mesma etnografia que se faz na academia. Fazemos uma etnografia rápida, em geral algo entre 6 e 12 semanas, temos um objetivo comercial para fazê-la e mudamos radicalmente de assunto a cada nova empreitada. Nunca diria que chegamos a níveis tão profundos na pesquisa etnográfica ,quanto um pesquisador que dedica anos de sua vida a pesquisar com metodologia rigorosa. Mas a expressão 'pesquisa de inspiração etnográfica', tão disseminada no design, parece mais uma espécie de álibi para que se faça uma simples observação,

descomprometida e descolada de qualquer base antropológica ou interpretação mais fundamentada.

A etnografia rápida e voltada ao mercado que fazemos não é um exercício de coleta de dados através de simples observação. É, antes, a criação de uma experiência compartilhada, dialógica, entre etnógrafo e os indivíduos participantes. É um modo antropológico de olhar o ser humano para o qual vamos projetar e, sobretudo, um trabalho constante de desconstrução de nossos etnocentrismos, em busca de entendimentos mais profundos dessas pessoas que buscamos conhecer. Nesse contexto, o que menos interessa é o que a pessoa diz, mas o que diz como dados para que possamos interpretar. Em geral dedicamos o dobro do tempo gasto com a coleta de dados no trabalho de campo à interpretação desses dados, pois o trabalho etnográfico de nada vale para nossas pesquisas se não for devidamente interpretado. Para Eco (1979), no capítulo 'As condições da interpretação', cada texto possui um conteúdo implícito que, por mecanismo inferencial, oportunizará ao leitor atualizar. Para poder compreender um texto, o leitor deve 'preenchê-lo' com uma quantidade de inferências textuais, conexas a um amplo conjunto de pressuposições definidas por dados contexto (base de conhecimento, assunções de fundo, construção de esquemas, liames entre esquemas/texto, sistemas de valores, construção do ponto de vista, e assim por diante).

Nesse sentido não buscamos apenas informação, buscamos interpretação, criação alguma compreensão dos discursos indiretos contidos em cada entrevista, em cada gesto observado, em cada situação captada. É desse discurso indireto que se originarão as verdadeiras possibilidades de inovação. Deleuze e Guattari , ao tratarem da linguagem, referem-se ao discurso indireto como "a presença de uma enunciado relatado em um enunciado relator, a presença da palavra de ordem na

palavra. É toda a linguagem que é discurso indireto. Ao invés de o discurso indireto supor um discurso direto, é este que é extraído daquele, à medida que as operações de significância e os processos de subjetivação. Os processos de agenciamento distribuem-se como expressão de um conjunto de relações constantes ou provisórias que venham a se estabelecer.

Caos e ordem

Depois de pesquisar, intuir, analisar e interpretar precisamos criar. A criatividade é o início e o fim do nosso trabalho, é aí que reside qualquer possibilidade de inovação, qual seja, de encontrar novas soluções, de quebrar a continuidade de situações já estabelecidas que, por algum motivo, não sejam mais capazes de satisfazer às demandas para as quais foram criadas. Criar é um ato de coragem, exige o enfrentamento de uma espécie de vazio vertiginoso. É nesse momento que muitos sucumbem e voltam para a ordem já estabelecida, abandonando as possibilidades criativas. Lembro de uma ocasião, alguns atrás, em que frequentei um curso de técnicas circenses. Havia um momento das aulas em que tínhamos que tentar soltar um trapézio e pegar o outro. Não era um salto propriamente dito, era apenas passar de um trapézio ao outro, em um micro voo no ar. Mas, mesmo assim, parecia impossível. Todos que tentavam caíam na rede. O professor, um velho trapezista aposentado, explicou-nos que o nosso erro era tentar pegar o segundo trapézio com uma mão, ao mesmo tempo em que com a outra, ainda estávamos agarrados ao primeiro. *"Você tem que que largar totalmente o primeiro trapézio antes de pegar o segundo – ele dizia – se você não tiver coragem de se soltar no ar por uma fração de tempo, flutuar entre um trapézio e outro sem ter onde se segurar, nunca conseguirá chegar com as duas mãos no segundo trapézio".* É preciso suportar a vertigem do vazio para se alcançar o novo. Tempos depois percebemos

que esse momento de soltar o trapézio ilustrava exatamente o que vivemos nos processos criativos: uma desordem, um caos, um vazio. É preciso abandonar os velhos paradigmas para adotar uma cultura de inovação ousada e criativa. Deve-se em algum grau evitar a ordem e enfrentar o caos, criar a desordem para que as coisas se reorganizem e ressignifiquem de forma nova e original. "A criatividade, como é expressa no trabalho de Deleuza e Guattari, já citado, assim como no trabalho de Stuart Kaufman (particularmente em 1993 e 2008), está localizada na complexa zona de limite entre o caos e a ordem" , diz Brasset (2015, pp.31-50) em Poised and Complex: The Becoming Each Other of Philosophy, Design and Innovation. Segundo o autor há um espaço em que as linhas que separam caos e ordem se confundem, se misturam e são pouco nítidas. E que é nesse espaço - uma mistura de caos, ordem e a mescla pouco nítida entre os dois - que as oportunidades criativas se originam.

No Playstorming referimo-nos ao "caos criativo" como esse espaço onde as coisas se desorganizam e precisam de algum tempo em caos até que possam rearranjar-se criativamente. É preciso descontextualizar para recontextualizar, compreensão essa que parece aproximar-se do conceito de desterritorializar e reterritorializar, proposto por Deleuze e Guattari. Por outro lado, Brasset e Marenko (2015) mencionam o complexo conceito de "corpo sem órgãos" de Deleuze e Guattari (1997), relacionando-o à criatividade. De modo muito simplista, segundo sua própria avaliação, define "o corpo sem órgãos como o corpo despojado de todos os atos de organização. É a massa fluida de matéria e energia não considerados em qualquer estado organizado." E ele também relaciona o corpo sem órgãos com o momento criativo. Afirma que:

> "...criatividade , então, é uma tarefa complexa que tem de ser posicionada entre a dissolução completa de tudo a uma velocidade infinita e o congelamento de todas as possibilidades em imóveis aglomerados. Criatividade é o produto de um giro do corpo sem órgãos entre o lado que olha para as misérias da ordem e aquele que enfrenta o caos aterrorizante; e há o corpo sem órgãos do design e da inovação assim como de qualquer outra coisa, eles apenas precisam de ser encontrados / construídos".

Um voo vertiginoso entre dois trapézios, um enfrentamento do caos em oposição à ordem ou o navegar entre um estado em que o corpo sem órgãos e o corpo com órgão se misturam, ao mesmo tempo em que um se torna o outra, eis a síntese da criatividade, elemento indispensável ao design e a inovação. E talvez tão assustador quanto lançar-se ao desafio criativo, seja assumir a reflexão sobre a criatividade como algo fundamental à produção de algum tipo conhecimento em design.

Referências

BRASSET, J.& MARENKO, B. (Orgs.) Assembling Deleuze e Design. In: **Delleuze and Design**. Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 2015.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs**: Capitalismo e Esquizofrenia, vol. 5. São Paulo: Editora 34, 1997.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F.; MUÑOZ, A. A. **O que é a filosofia?** São Paulo: Editora 34, 2007.

ECO, U. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva,1990.

HUIZINGA, J. **Homo ludens:** o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 1971

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

ZURLO, F. **Design Strategico**. In: XXI Secolo**,** vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani. 2010.

ARTE COMO *DRIVER* DE INOVAÇÃO SOCIAL: Uma proposta para o Distrito Criativo de Porto Alegre

Coral Michelin
Fabio Pezzi Parode

Introdução

É inegável que estejamos vivendo um momento único na história mundial. Profundas transformações culturais, econômicas e sociais, tão velozes quanto o desenvolvimento tecnológico que as propulsiona, vão questionando e quebrando velhos paradigmas enquanto novas propostas ainda nem se firmaram no horizonte. Alain Touraine (2010) chega tão longe a dizer que, nesta crise, é a própria sociedade que se desfaz e apresenta como um possível caminho futuro o desenvolvimento de atores cujos interesses estão acima das esferas social e econômica. A ecologia, na sua visão, é uma dessas forças não sociais que atua como uma consciência declarando a "necessidade de reconstruir instituições capazes de controlar a vida econômica em nome de direitos de origem moral" (p.142), direitos estes como a liberdade, a equidade e a justiça. Morin (2013) também aponta a possibilidade do nascimento de uma nova sociedade, embora ressalte o desconhecimento daquilo que nos espera após uma provável ruptura. Para esse autor, passamos por uma longa metamorfose que exige a reforma de nossos valores e mentalidades.

Não seria também a arte, criação do espírito humano, uma dessas forças que não operam segundo os interesses econômicos e sociais; uma força capaz de pensar, criticar e propor uma nova sociedade com valores renovados? Pela articulação das teorias e pensamentos aqui apresentados, queremos induzir uma resposta a essa pergunta: "sim, seria". A arte é uma das formas através da qual a sociedade se expressa. Nela focaremos nossa atenção, pois a partir dela conseguimos estabelecer um paralelo com outro *driver* extremamente necessário nos dias turbulentos atuais: a inovação. O trabalho artístico tem características análogas aos processos de inovação, como a reflexão crítica, a experimentação, a habilidade em lidar com a ambiguidade e continuar progredindo, a tolerância a incertezas e o raciocínio interpretativo (OAKLEY *et al*, 2008). O objetivo ao traçar esse paralelo entre arte e inovação é evidenciar a importância da arte, como *locus* de experimentação criativa, para fomentar inovação de cunho social; cerne especialmente importante quando ela se encontra perigosamente mercantilizada no modelo da tão falada Economia Criativa.

Faz-se pertinente o presente trabalho no contexto porto-alegrense, uma vez que o Município se tornou "uma das primeiras capitais do país a ter uma política específica voltada para a Economia Criativa"[1] e está, neste momento, discutindo as possibilidades de renovação para o Quarto Distrito, local onde se encontra o Distrito Criativo de Porto Alegre. Para que, neste processo de revitalização urbana, não sobressaiam as armadilhas da mercantilização da arte e da gentrificação do território, cabe trazer à tona mais uma vez a crítica de Adorno acerca da indústria cultural, cuja prática transfere a lógica do lucro às criações ditas "espirituais", como a arte (ADORNO, 1975;

[1] Frase do Prefeito José Fortunati no documento do Plano Municipal de Economia Criativa de Porto Alegre.

ADORNO e HORKHEIMER, 1985) – algo que reduziria a efervescência criativa do exercício voltado para a inovação. A partir da teoria estética de Adorno, no que diz respeito à sociedade, a arte funciona como dispositivo de resistência aos processos de massificação. Tal resistência deve-se, *à fortiori*, pela possibilidade de singularidade que ela permite experimentar de forma imanente no seu processo criativo. Assim, através da experiência estética, o indivíduo pode vir a reconhecer-se em um processo construtivo de ser no mundo: agentividade do ser, revelando para si e para o coletivo padrões identitários e sensações – novos ou latentes- , permitindo descobertas por entre as camadas da experiência estética.

Na tentativa de não sucumbir à tendência contemporânea de banalizar expressões e palavras importantes como criatividade, inovação social e economia criativa, é necessário avançar com cautela na construção teórica a seguir. Portanto traremos as definições assumidas aqui para cada um desses três termos, conectando, ao mesmo tempo, os argumentos que colocam o exercício da liberdade artística como um forte combustível da inovação social e até, potencialmente, da criação da nova sociedade vislumbrada por Alain Touraine e Edgar Morin. Sob um viés mais prático, a contribuição desse artigo está em apresentar argumentos para que se construam iniciativas e políticas públicas alinhadas não só com a vocação do território em questão, mas também com o potencial humano de inovar e propor soluções para os problemas complexos que enfrentamos nessa metamorfose social.

Inovação Social

Maleável e abrangente, o termo "inovação social" tem aparecido cada vez mais na literatura acadêmica e nas rodas menos formais de debate. Provavelmente essa recorrência se dê pela crescente complexidade e dimensão

dos problemas enfrentados atualmente, como também por conta do enfoque exagerado comumente dado às inovações de cunho tecnológico e econômico. Enquanto nas sociais sobressai-se o seu lado mais positivo e humanista, nas outras duas impera a ambivalência e a dúvida sobre quem, de fato, é beneficiado com seus resultados: uma empresa, uma patente, ou a lógica financeira do lucro pelo lucro que se distancia cada vez mais da sociedade, como diz Touraine (2010)? Na complexidade não existe separação e dicotomia entre as esferas econômica e social ou entre bem e mal: tudo está intrinsecamente conectado e inserido em certo grau de ambiguidade (Morin, 2013). A incerteza nos diz que nem tudo sairá, necessariamente, conforme o planejado, nem mesmo inovações com a melhor das boas intenções – experimentar e testar é preciso. A conexão das diferentes esferas sinaliza que inovações sociais também contribuem positivamente para os aspectos econômicos de uma sociedade em transformação, ao mesmo tempo que trabalham os desafios que dificilmente são prioridade na pauta do mercado. Eis aqui um dos motivos pelos quais as inovações sociais devem ser discutidas e exercitadas.

De acordo com Caulier-Griece *et al* (2012), o uso do termo inovação social varia e pode se referir a: (1) *processos* de mudança social ou transformação da sociedade como um todo; (2) *estratégias de negócio* ou modelos de gestão do capital social; (3) *empreendimentos* que exploram oportunidades para deslindar desafios sociais; (4) *produtos*, *serviços* e *programas* desenvolvidos para atacar necessidades sociais – muitas vezes ligados ao setor público; e (5) *modelos de governança*, empoderamento e construção de capacidades. O empreendedorismo social (3) também é entendido como as atitudes dos empreendedores, como a disposição em assumir riscos e a vontade de encontrar formas criativas de usar recursos subutilizados. Tais aspectos são análogos àqueles do pensamento artístico, como veremos adiante.

Os autores propõem uma definição central para o termo, a qual adotaremos:

> Inovações sociais são novas soluções (produtos, serviços, modelos, mercados, processos, etc.) que simultaneamente atendem uma necessidade social (mais eficazmente que soluções existentes), conduzem para novas ou aprimoradas capacidades e relações e melhoram o uso de recursos e ativos. Em outras palavras, inovações sociais são boas para a sociedade ao mesmo tempo que aperfeiçoam sua capacidade de agir. (CAULIER-GRICE *et al,* 2012, p.18, tradução nossa)

Ainda no mesmo trabalho, os autores definem características que podem estar presentes nas inovações sociais, sendo que algumas se sobrepõem ou estão conectadas. Trazemos aquelas mais pertinentes ao nosso estudo, por se assemelharem aos processos artísticos:

a) Aberta e colaborativa: seguidamente inclusivas, podem engajar diversos atores, muitas vezes articulados em redes ou plataformas tecnológicas;
b) Coprodução: o usuário se torna coprodutor de uma ideia, as pessoas se envolvem na entrega das próprias soluções;
c) Criação de novos papeis e relações: inovações sociais são feitas "com" e "por" usuários e, por conta disto, nutrem toda uma gama de relações entre atores sociais, gerando até mesmo novas habilidades;
d) Melhora o uso de recursos e ativos: reconhecimento, exploração e coordenação de recursos que seriam desperdiçados, subutilizados ou simplesmente não usados;

e) Desenvolve capacidades: a abordagem participativa incentiva o desenvolvimento de capacidades para satisfazer necessidades a longo prazo.

A articulação dos cinco tipos de inovação social vistos acima traz um potencial de resposta à crise, ao possibilitar a reconstrução das relações entre os atores econômicos, a reformulação de seus valores e a proposição de novas intervenções públicas (TOURAINE, 2010, p.197). Grande parte das inovações sociais que vêm acontecendo apontam para a formação de um novo modelo econômico: mais social; fortemente embasado em redes distribuídas; no qual "valores" desempenham um forte papel; com ênfase na colaboração e na manutenção ao invés do uso e descarte; e com fronteiras reduzidas entre produção e consumo (CAULIER-GRIECE *et al*, 2010). Podemos aspirar que essa economia seja feita *por* e *para* a nova sociedade de Touraine, imaginando um modelo construído em cima de valores morais. Entender o processo de tais inovações abre a possibilidade para que intervenhamos positivamente nessa construção, de forma a conduzi-la para uma sociedade mais igualitária. Segundo Caulier-Griece *et al* (2010) o processo da inovação é composto por seis fases não obrigatórias: (1) *Alerta*, que sinaliza a necessidade de inovação social; (2) *Proposta*, na qual ideias são desenvolvidas; (3) *Prototipação*, para testar ideias na prática; (4) *Sustentação*, quando a ideia se torna prática diária; (5) *Escala*, para crescer e/ou espalhar a solução criada; e (6) *Mudança sistêmica*, que envolve o redesign e introdução de sistemas inteiros. Na fase inicial de alerta, inovadores e empreendedores sociais se utilizam de inúmeros métodos e ferramentas para revelar quais as necessidades de uma determinada população ou situação. Justamente nessa etapa podemos evidenciar os benefícios do processo artístico, que muito tem a contribuir para desvendar necessidades e problemas ocultos.

Com isso queremos sugerir que se reconheça o papel questionador, investigativo e propositor da arte, para que essa disciplina seja fomentada, na sua forma mais genuína e pura, como um método potencial para desencadear a inovação. Afinal, solucionar problemas complexos requer uma boa dose de criatividade e liberdade.

Criatividade, Arte e Economia Criativa

Criatividade não é um termo explicado facilmente. Enquanto existe certa divergência sobre sua natureza, as diferenças que assume quando aplicada em diferentes áreas do conhecimento podem ser articuladas. De acordo com o relatório da UNESCO (2010, p.3), "criatividade artística", por exemplo, "envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressas em texto, som e imagem". Além dessa, também são distinguidas as criatividades científica e econômica, sendo que todas estão inter-relacionadas e envolvem criatividade tecnológica em algum grau. De acordo com Howkins (2013) existem dois estágios para a criatividade: o primeiro é encontrado em todas culturas e sociedades e é o mais inato ao ser humano, à sua realização como indivíduo; o segundo está mais relacionado a sociedades que incentivam o ineditismo e a inovação e conduz à geração de artefatos criativos. Arte é uma expressão da criatividade. Desta afirmação pode-se concluir que uma sociedade que incentiva a arte tem maiores chances de desenvolver soluções inovadoras, ou criativas, para seus desafios. É justamente a arte, dentro de todo escopo da criatividade, que interessa para o presente estudo.

O sentimento que uma sociedade tem pela vida é expresso em diversas instâncias culturais, da religião à ciência, passando pela política, comércio, lazer e arte, expõe Clifford Gueertz (1997). "Os meios através dos quais a arte

se expressa e o sentimento pela vida que os estimula são inseparáveis" (p.148). Os insumos da arte são, portanto, as angústias, as críticas, as reflexões e as alegrias de um povo em determinado contexto. O autor explica que o processo de atribuir significados culturais às obras de arte é sempre local – ambas, significação da arte e a inovação social, são contextuais. O artista lê, interpreta e traduz o mundo a sua volta na obra produzida que, por sua vez, estimula o espectador. Este, uma vez pela obra impactado, é levado a descrever, comentar, analisar e julgar o que sente (GUEERTZ, 1997). Ou seja, o espectador é instigado a pensar sobre aquilo que vê e que sente, com a arte estabelecendo uma relação e dela tirando algum tipo de conclusão. Essa dimensão da interpretação, tanto do artista traduzindo o mundo quanto do espectador absorvendo o impacto, é a primeira que serve de exercício para a inovação.

A existência de liberdade artística, de autonomia, é uma condição para a eficácia da prática inovadora. Não se preconiza aqui a pureza da "arte pela arte" como queria Gautier, mas se faz sim uma ressalva à tendência transestética criticada por Lipovetsky e Serroy (2015) e Baudrillard (1990), presente na lógica da Economia Criativa. Mas então do que se trata a Economia Criativa? Outro termo capcioso da atualidade, por conter todos os significados de "criatividade" sem querê-los abarcar, configura, de acordo com o Plano Municipal de Economia Criativa de Porto Alegre, "o conjunto de produtos, serviços e manifestações baseadas no emprego do capital intelectual criativo com potencial de gerar crescimento socioeconômico". Richard Florida (2011) a define em termos de profissões, enquanto John Howkins (2013) foca nos setores da "atividade criativa" cujos resultados são medidos em número de patentes, marcas registradas, direitos autorais e designs exclusivos.

O conceito de Economia Criativa talvez não fosse tão problemático se não trouxesse a reboque o termo "indústrias criativas", que pode ser questionado tanto pelo emprego da palavra "indústria", com toda sua engenharia e estrutura a partir da relação homem-máquina e mercadoria-riqueza, quanto pela própria definição. Indústria Criativa, segundo descrição da Unesco, são organizações que "constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado" (UNESCO, 2010, p.8). Trata-se de importar a lógica do mercado para dentro das esferas da criatividade, que certamente não operam de acordo com os mesmos parâmetros. Os termos "indústria criativa" e "indústria cultural" são usados muitas vezes como sinônimos, e outras com distinção, evocando para o segundo a crítica de Adorno e Horkheimer à massificação das criações do espírito. A UNESCO (2010, p.5) assume algo deveras preocupante, que "a proposta de que as indústrias culturais sejam simplesmente *indústrias* que produzem produtos e serviços culturais (...) vem ganhando maior aceitação". Se a arte deve submeter-se a objetivos de mercado e processos de produção industriais, então sua autonomia – justamente o que aqui tentamos exaltar– se encontra "no limite abolida pela indústria cultural" (ADORNO, 1975, p.288).

Ao fracasso do ideal utópico moderno da "arte pela arte", se seguiu a estetização geral da vida cotidiana, estando a arte "libertada" de sua essência, de sua referência e sua (suposta) finalidade, banalizando-se em uma reprodução infinita de imagens vazias de real significado (BAUDRILLARD, 1990). A criticada cultura estética de massa do pós-guerra foi disseminada por uma sociedade de consumo de massa, cujos valores – hedonismo, ludismo, divertimento e moda – fulgem até hoje. Lipovetsky e Serroy (2015, p.27) dizem que vivemos na era transestética, no universo do "hiper", da "superabundância", em que a

arte-para-o-mercado "se infiltra nas indústrias, em todos interstícios do comércio e da vida comum".

Em suma, se por um lado temos a repressão da liberdade artística pela lógica do mercado e da indústria, por outro vivemos a era onde tudo é arte e arte não é nada – sendo possivelmente a segunda premissa uma consequência da primeira. Afinal, como poderia a arte ser produzida de acordo com a máquina e não com o espírito? Tal reflexão é extremamente necessária, à medida que enfrentamos desafios que surgem das mais profundas transformações sociais, econômicas e ambientais, em nível mundial. Se queremos propor o fomento da inovação social como alternativa a essas mudanças, então cabe reposicionarmos a arte e o espírito da criatividade humana no devido lugar.

Arte como combustível para inovação social

Em 2008, a organização inglesa NESTA publicou o resultado do estudo de Kate Oakley, Brooke Sperry e Andy Pratt intitulado "A arte da inovação: Como graduados em arte contribuem para a inovação", em que apresentava certas características comuns entre arte e inovação, querendo, com isso, evidenciar as diferentes contribuições que os profissionais artísticos podem trazer para a inovação. A natureza do pensamento e os processos do trabalho artístico, vistos a seguir, servem de combustível para incentivar inovações sociais.

O pensamento artístico

Artistas possuem disposição para o pensamento crítico, capacidade para experimentação e para extrair sentido de situações radicalmente ambíguas, conseguindo progredir mesmo em face a incertezas (LESTER, PIORE, 2004, apud OAKLEY *et al*). Tais qualidades respondem aos

anseios de Morin, que diz que "é preciso estar aberto para o incerto, para o inesperado. É preciso ser sensível ao fraco, ao acontecimento que nos surpreende; é preciso estar pronto para repensar incansavelmente o estado do mundo" (MORIN, 2013, p. 25). Trata-se da habilidade de ler e interpretar o mundo, uma vez imerso nele. Artistas também têm maior predisposição para a experimentação, para testar novidades e para absorver mudanças.

O processo artístico

A inovação depende de um processo de análise e outro de interpretação. Enquanto o primeiro é racional e funciona melhor quando os resultados podem ser claramente definidos, o segundo diz respeito a um processo de entendimento mútuo alcançado através da exploração colaborativa, menos focado em resolver problemas definidos do que em iniciar conversações. A arte claramente explora métodos mais interpretativos no seu desenvolvimento. Howkins declara que "tanto as artes como as ciências estão tentando imaginar (visualizar) e descrever (representar) a natureza e o significado da realidade" (HOWKINS, 2013. p.14). Não somente a *ação* artística depende de interpretação, também dela depende o *resultado* da criação. Luhmann (2000) explica que a arte exercita uma forma de comunicação sem as regras e palavras da linguagem, de modo que possibilite o entendimento, ou seja, a interpretação, de sua mensagem.

Na arte contemporânea, a expressão do artístico com frequência assume formatos de projeto, de obra aberta e processualidade. Evidenciando uma das características atuais da arte: o movimento. Os trabalhos artísticos podem ser temporários e ocorrer em redes projetuais e espaços temporais flexíveis; podem ser individuais, coletivos ou colaborativos; e costumam explorar todos os recursos ao

alcance, inclusive aqueles que poderiam ser descartados, desperdiçados ou subutilizados, tal qual na inovação.

Coletividade

Artistas frequentemente se engajam em conversas sobre seus próprios trabalhos e de seus pares, e sobre o mercado da arte. Fazem perguntas aos "colegas" para aprender como fazer o que desejam; absorvem críticas e desenvolvem processos colaborativos. Muitas vezes cruzam saberes de diferentes disciplinas a fim de executarem o próprio trabalho. Gueertz (1997) estabelece que estudar arte é explorar uma sensibilidade coletiva, cujas bases formativas são tão profundas quanto a própria vida social. Além do caráter coletivo da arte, ela também tende a se fixar em locais de maior concentração criativa, o que facilita a troca de conhecimento, fortalece a teia social e a economia local. Tais propriedades têm total potencial para fomentar a inovação social contextual.

Embora seja difícil estabelecer uma correlação do tipo "A=B" para as características e processos da inovação e da arte, certas semelhanças ficam bastante claras. Ambas áreas lidam com a colaboração, com a exploração de alternativas, a interpretação da realidade e a coragem em assumir riscos, por exemplo. Ressaltamos tais características não com o objetivo que a arte seja ainda mais massificada, absorvida de vez na estetização do mundo. Ao contrário, espera-se que, de forma urgente, sejam valorizadas suas contribuições na criação de soluções para a crise. Isto é, buscamos garantir um espaço para a livre experimentação artística – para o questionamento e a interpretação –; para incentivar a arte como expressão da vida, do *zeitgeist*, como crítica consciente que abre espaço para que a inovação aconteça. Para Adorno (1970), a arte liberta o homem das amarras do sistema e devolve sua liberdade de pensar, sentir e agir. Se a lógica do mercado suplantar a arte e a

indústria cultural seguir incentivando o consumo incessante, suprindo as necessidades de um sistema e não de um ser social (ADORNO, HORKHEIMER, 1985) – então corremos o risco de estar fadados ao fracasso no plano de uma nova sociedade.

O Distrito Criativo e a revitalização do Quarto Distrito

O Quarto Distrito, em Porto Alegre, é uma delimitação territorial que abrange os antigos bairros industriais Floresta, Navegantes, Humaitá, Farrapos e São Geraldo. Tanto por sua localização próxima ao centro histórico, quanto por seu fácil acesso a serviços e transportes, e por sua abrangência, a área tem grande potencial, estando na pauta dos debates municipais sobre revitalização há décadas. Somente recentemente se pôde perceber a transformação do território, após a realização de diversas ações conjuntas da sociedade civil diretamente interessada na região – moradores, profissionais e instituições que desejavam ter lá um espaço público vivo e fértil. Essas iniciativas se concentram principalmente no que tem sido chamado Distrito Criativo, ou Distrito C – um projeto concebido em 2013 pela agência de inovação social UrbsNova Porto Alegre-Barcelona –, localizado majoritariamente no lado oeste do bairro Floresta, ao sul do Quarto Distrito.

O Distrito Criativo "é um Parque Urbano Aberto de Economia Criativa e setores econômicos relacionados, como a Economia do Conhecimento e da Experiência"[2], cujos limites são flexíveis, ou seja, não são impostos por uma restrição de "bairro". Formado por cerca de 80 artistas e empreendedores, busca ser também "um espaço de participação, experimentação, criação coletiva e inovação,

[2] Retirado de <https://distritocriativo.wordpress.com>, acesso em 25/10/2015

construído a partir dos próprios empreendedores"[3]. Duas coisas chamam a atenção em especial: a primeira, que esta iniciativa se deu pela mão de atores sociais e, de igual forma, através deles tem crescido; a segunda é que, na localidade, além de empreendimentos e profissionais vistos como "pontos da economia criativa, do conhecimento e da experiência"[4] (identificados como "setores"), encontram-se espaços múltiplos de confluência e troca, onde se reúnem atividades multidisciplinares e inter-setoriais que dão dinâmica ao Distrito e suas iniciativas.

Qualquer ação que venha do Poder Público ou do mercado para o Quarto Distrito precisa levar em consideração o histórico, a vocação e os atores do território, em especial de seu recortado Distrito C, ou corre-se o risco de iniciar mais um processo de gentrificação com a imposição de interesses *top-down*. Miles atenta para o fato de que "a revitalização movida pela cultura não é uma solução absoluta para os problemas de desindustrialização (...). Sua aplicabilidade depende do grau em que pode ser adaptada às circunstâncias locais e da extensão do comprometimento com uma mudança genuína" (MILES, 2014, p.124). Com isso o autor salienta a importância de: identificar quem são os reais beneficiários de uma renovação, cujo objetivo básico para um desfecho eficaz se supõe ser a inclusão; enfatizar a herança da identidade e patrimônio locais; promover um processo de decisão entre profissionais criativos e população local; entre outros. Observar a existência de uma estratégia para comoditizar a cultura com o intuito de mercantilizar a pureza artística para viabilizar ganhos com especulação imobiliária, pode possibilitar a rearticulação dos interesses do mercado, de forma que beneficiem a diversidade total

[3] idem

[4] idem

dos atores sociais e setores econômicos envolvidos (GOLDSTEIN, 2014).

Para processos de revitalização urbana não existe uma solução única ou receitas prontas para cada situação. Neste ponto podemos recordar a definição de inovação social: soluções (produtos, serviços, modelos, mercados, processos, etc.) que atendem uma necessidade social, aprimoram ou introduzem capacidades e relações e otimizam o uso de recursos e ativos. Considerando então o Quarto Distrito porto-alegrense e o caminho que se encontra em construção desde 2013 no Distrito Criativo, sugere-se que seu processo de renovação seja pautado pela inclusão e transparência e pela prática contínua de inovação social. Inovação que, até mesmo pela vocação natural do território, pode ser alimentada pelo exercício artístico, da arte genuína e livre para desempenhar seu papel criativo e social. Esperamos que seja esse o início de um grande laboratório aberto de inovação social nutrido pela arte.

Considerações finais

Inovar é um ato natural para o ser humano, tanto quanto é inata a sua criatividade. Mesmo sendo esses potenciais inerentes, algum cuidado é necessário ao abordá-los no contexto da crise atual, na qual podemos identificar claramente uma grande ruptura – social, econômica e ambiental – se formando no horizonte, sem que, ainda, uma saída ou solução tenha sido adotada de fato. Isso acontece muito possivelmente porque a magnitude dos desafios enfrentados requer não apenas uma única solução, mas uma combinação de diversas iniciativas. Acreditando mais na segunda proposição, apresentamos aqui uma alternativa factível para impulsionar ações de inovação social: a arte, livre, questionadora e crítica.

Após revisar brevemente e estabelecer os critérios para termos como "inovação social", "criatividade" e

"economia criativa", alertamos para os meandros do tema da Economia Criativa e das indústrias criativas. Não questionamos a existência das indústrias criativas como o design, a música e a literatura. Apenas questionamos o uso da nomenclatura dada, que está suscetível a interpretações nada positivas para a área e, em especial, para a arte. Tampouco se discute aqui o potencial da criatividade de gerar riqueza nesse modelo econômico. Consideramos que os estudos que trazem resultados mensurados da Economia Criativa deixam essa premissa bastante clara – UNESCO (2010), Florida (2011), Howkins (2013) e outros autores apresentam muitos números positivos. Porém, também não será feita a defesa da Economia Criativa como a forma dominante da economia do século que recém inicia, como propõe Howkins (2013). Primeiro porque tal dominância estaria perigosamente ligada ao capitalismo artístico (LIPOVETSKY, SERROY, 2015) e à transestetização do mundo (BAUDRILLARD, 1990), indicando a massificação e perda do valor genuíno da arte; segundo pois identificamos outra forte candidata ao cargo, a tal Economia Colaborativa.

Considera-se oportuno o presente estudo, uma vez que Porto Alegre debate as possibilidades para o Quarto Distrito neste momento e que, em parte de sua extensão territorial, se localiza o Distrito Criativo da cidade, um projeto que começou por iniciativa dos profissionais e moradores locais e que cresce em visibilidade e importância de maneira quase exponencial. O Distrito Criativo de Porto Alegre pretende ser um espaço para novos modelos econômicos, como a Economia Criativa e a Colaborativa, bem como para a criatividade no seu aspecto mais genuíno. Está aqui a chance de trabalhar de forma inteligente, integrando moradores, profissionais, estudantes, poder público e até visitantes, no desenvolvimento de uma área que pode ser, além de um polo artístico e cultural, um polo de inovação social que tem a arte como seu combustível.

Arte não como um *plus* no argumento de venda de um bem massificado, mas como um diferencial real capaz de imersão, leitura, crítica, articulação e construção social.

Já existem no território diversas organizações, empresas e profissionais que atuam ligados à criatividade e que, de uma forma orgânica, desenvolvem ações de inovação social. Sugere-se que a eles sejam dados incentivos – conhecimento, recursos materiais, recursos financeiros – para que se estabeleça, até como um espaço compartilhado, o *locus* da liberdade artística, da experimentação pela experimentação, da arte pela arte, que não opera segundo lógicas de mercado ou de indústrias.

Como vimos, o que nos espera após a ruptura e a dissolução da sociedade não está definido. Touraine e Morin ambos apontam possibilidades, e Morin reforça ainda mais a imprevisibilidade desse futuro. A complexidade do mundo nos convida a assumir a incerteza como um de seus princípios constituintes, sem o qual não existe a construção da realidade. Independentemente de ser uma nova sociedade, um novo modelo econômico ou ambos, o que se afirma no horizonte das probabilidades, a arte é, e sempre será, no seu âmago, um exercício de reflexão, de desconstrução e de construção, por meio do qual podemos imaginar, questionar e propor o futuro que desejamos.

Referências

ADORNO, Theodor W. **Teoria Estética**. Lisboa: Edições 70, 1970.

ADORNO, Theodor W. A Indústria Cultural. In COHN, Gabriel. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1975. págs. 287-295.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**. São Paulo: Papirus, 1990.

CAULIER-GRICE, J., DAVIES, A., PATRICK, R., NORMAN, W. **Defining Social Innovation** - Part 1. A deliverable of the Project "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research. 2012.

CAULIER-GRICE, J., MURRAY, R., MULGAN, G. **The Open Book of Social Innovation**. Great Britain: NESTA & The Young Foundation, 2010.

COMITÊ DE ECONOMIA CRIATIVA DE PORTO ALEGRE. **Plano Municipal de Economia Criativa**. Porto Alegre, 2014. Disponível em <http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/inovapoa/usu_doc/_poa_criativa_vweb.pdf> Acessado em: 20/10/2015.

EUROPEAN COMISSION. **Social Innovation**: A Decade of Changes (BEPA Report). European Union, 2014.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**. São Paulo: L&PM Editores, 2011.

GOLDSTEIN, Lidia. Cultura como instrumento de regeneração das cidades. In **Investigando Políticas**: Diálogos de economia criativa entre Brasil e Reino Unido. London: British Council, 2014. págs. 135-138

GUEERTZ, Clifford. **O saber local**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

HÄMÄLÄINEN ,Timo J., HEISKALA, Risto (ed.). **Social Innovations, Institutional Change and Economic Performance:** Making Sense of Structural Adjustment Processes in Industrial Sectors, Regions and Societies. Great Britain: Edward Elgar Publishing Ltd, 2007.

HOWKINS, John. **Economia Criativa**: Como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M.Books, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles, SERROY, Jean. **A estetização do mundo:** Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LUHMANN, Niklas. **Art as a Social System**. California: Stanford University Press, 2000.

MILES, Steven. A revitalização movida pela cultura funciona? In **Investigando Políticas**: Diálogos de economia criativa entre Brasil e Reino Unido. London: British Council, 2014. págs. 125-132

MORIN, Edgar. Entender o mundo que nos espera. In MORIN, E., VIVERET, P. **Como viver em tempos de crise?** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013. págs. 7-27.

OAKLEY, K., SPERRY, B., PRATT, A. **The art of innovation**: How fine arts graduates contribute to innovation (Research report: September 2008). NESTA (National Endowment for Science, Technology and the Arts), 2008.

TOURAINE, Alain. **Após a crise**: A decomposição da vida social e o surgimento de atores não sociais. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

CULTURA CONTEMPORÂNEA E SUSTENTABILIDADE: REFLEXÃO SOBRE O PAPEL DO DESIGNER E O SISTEMA DE MODA

Roberto Zimmer Araujo

Introdução

São diversos os desafios que a cultura contemporânea impõe aos designers. Além da diversidade de ambientes e situações para criação, Morin (2011), ao dissertar sobre a inteligência cega, chama atenção para a responsabilidade do profissional em relação àquilo que cria. Dessa maneira, compreende-se que designers passam a ter consciência em relação a sua responsabilidade sobre o que projetam e seus efeitos no mundo, e, com efeito, sua contribuição para o rumo da sociedade em tempos de transição.

Relacionado a isso, design para sustentabilidade tem sido um tema recorrente na academia, estando presente no trabalho realizado por diversos pesquisadores, entre eles Manzini (2008), Malaguti (2009), Parode e Zapata (2015) e Scherdien (2013). Segundo Manzini (2008), é papel do designer desenvolver um conceito de bem-estar que não esteja associado a aquisição de novos artefatos, se afastando de uma lógica dominante fundamentada em valores da cultura de consumo. A transição de uma cultura fundamentada em valores do consumo para uma cultura de sustentabilidade a partir do design deve acontecer a partir de um processo de descontinuidade sistêmica, no qual a sociedade passa a associar a ideia de desenvolvimento a crescimento contínuo da capacidade de produzir e

consumir simultaneamente a melhoria na qualidade de vida de todo ambiente social e físico (MANZINI, 2008).

Parode e Zapata (2015) contribuem com a discussão sobre valores para sustentabilidade e afirmam que quanto maior o grau de significação atribuído ao produto, maior valor terá, e também melhor estrutura de preservação. Com isso, é possível refletir sobre uma possibilidade de contribuição para cultura de sustentabilidade a projetação de artefatos com maior valor simbólico opostas à lógica do consumo por conveniência atrelado ao hábito de descarte.

Valor simbólico é um elemento relevante no produto de moda. Fletcher e Grose (2011, p. 8) chamam atenção em sua definição de moda na transcendência da visão de forma e definição de objetos materiais e imateriais para "a autoria criativa, a produção técnica e a disseminação cultural associadas ao ato de se vestir, unindo designers, produtores, varejistas e usuário". Existe uma dimensão simbólica no artefato de moda que promove a reflexão a respeito de quem se é e conexão a grupos sociais amplos: individualidade e pertencimento. Este conceito se relaciona a perspectiva de Baudrillard (1990), na qual o consumo não é apenas por si só, mas também uma forma de expressão. Além do artefato em si, o produto de moda traz consigo a discussão de todo seu sistema de produção, configurando uma relação complexa com sistemas abrangentes de economia, ecologia e sociedade.

Este artigo apresenta uma discussão sobre a relação entre desenvolvimento de valores fundamentais para uma cultura de sustentabilidade e o produto de moda, explorando possibilidades de contribuição para a busca de um paradigma cultural para a sustentabilidade a partir do design. Deve-se observar, no entanto, que este não é um estudo conclusivo sobre o tema e não esgota o debate. O principal com este artigo é apresentar uma discussão de base teórica e natureza exploratória sobre o papel do

designer na construção de uma cultura de sustentabilidade partindo de um contexto de crise da sociedade contemporânea e possíveis relações com o sistema da moda.

Inicialmente o artigo traz uma seção que explora o cenário contextual, as características da sociedade contemporânea sustentada na cultura de consumo num caráter predatório e viciada em hábitos de descarte e discute a transição de valores para sustentabilidade num ambiente em meio a crise do sistema econômico. Após, o artigo estabelece o diálogo entre estes valores fundamentais da cultura de sustentabilidade e a projetação do produto de moda com o objetivo de explorar possibilidades de contribuição para o desenvolvimento sustentável.

A sociedade em crise e a cultura de sustentabilidade

Uma característica marcante da sociedade contemporânea é o consumo em massa. Baudrillard (2007 *apud* PARODE; ZAPATA, 2015) coloca que a cultura do consumo de massa, ou ainda consumo globalizado, se constituiu a partir da evolução dos métodos de produção e organização da indústria após a segunda guerra mundial. Este é um contexto no qual o mesmo produto pode ser consumido em diferentes partes do mundo por diferentes culturas. A partir dessa afirmação, se compreende o estabelecimento de um padrão de consumo planificado, baseado em prerrogativas globais, na qual não há muito espaço para diversidade local.

Uma das consequências desta cultura de consumo é a escassez de recursos naturais decorrente de um sistema industrial crescente não sustentável, que compromete sua disponibilidade para gerações futuras. Bauman (1999) coloca que, embora alguns julguem a globalização algo positivo e outras como negativo, este é invariavelmente um caminho inevitável, por isso sugere-se que, independente da

posição em relação ao fenômeno, é necessário estruturar de que maneira lidar com as consequências do mesmo. Com este fenômeno, existe uma planificação do mundo e as fronteiras comerciais se tornam facilmente permeáveis. Com base nisso, se considera que os produtos passam a ter uma nova configuração de demanda, sendo que aqueles com menor disponibilidade passam a ter uma demanda cada vez maior.

Na medida em que mais difícil é a aquisição e manufatura dos recursos naturais, mais caros e preciosos os produtos gerados a partir destes se tornam, contribuindo para uma restrição de acesso às camadas mais elevadas da sociedade. As camadas mais populares, no entanto, passam a acessar produtos que fogem a lógica da sustentabilidade devido a sistemas de produção dirigidos por menor custo (BAUDRILLARD, 2007 *apud* PARODE; ZAPATA, 2015). Um recente caso que explora este contexto é a disponibilidade de produtos no mercado de couro, calçado e artefatos por países asiáticos, que baseados na prática de baixo custo, expandiram seu comércio para além das fronteiras buscando ofertar seus produtos ao público de massa.

Além do intenso consumo, globalização e proliferação de tecnologias, Scherdien (2013) também chama atenção para outros dois importantes elementos da sociedade contemporânea: crises econômicas e transformações sociais. Touraine (2011) coloca que a crise, no entanto, não se restringe a esfera econômica, mas também se refere ao

> "processo de transformação da cultura e de seus valores, marcados por um interesse mais limitado pelo trabalho, pelo desejo resoluto, sobretudo entre os jovens, de viver experiências pessoais antes de participar das tarefas coletivas geralmente despersonalizadas, e a difusão de novos modos de

> comunicação na era digital". (TOURAINE, 2011 p. 49)

Com base nisso, pode-se considerar que o momento de crise vivido pela sociedade contemporânea sugere espaço para evolução do mundo além do econômico, mas sim em mais dimensões da vida. Touraine (2011) comenta, inclusive, que a partir das transformações sociais a sociedade contemporânea não deverá mais ser dependente da economia, mas sim a economia inscrita numa sociedade que a supera. Dessa forma, a economia não será mais a dimensão norteadora de todas as ações, mantendo as outras dimensões como inferiores, ajustando-se à configuração resultante; o novo sistema sugerido leva em conta a economia bem como a dimensão humana e ecológica, sugerindo a possibilidade de construção de uma cultura de sustentabilidade.

Para Touraine (2011) é evidente que a construção de uma cultura de sustentabilidade não seria possível sem a ação social voluntária e que para isso os esforços não devem ser na direção da reprodução de modelos passados, mas sim na criação de um novo mundo. O autor (2011), inclusive, considera que o sistema econômico capitalista não deve dar lugar a outro sistema econômico já pensado, mas sim evoluir até um formato ainda inexistente que considere finalidades tanto sociais quanto ecológicas e que resista a lógica desumana da economia globalizada "a fim de recolocar nos trilhos a irracionalidade das manobras especulativas e o aumento das desigualdades sociais e o desemprego" (TOURAINE, 2011 p. 44-45).

Manzini (2008) afirma que o processo de transformação rumo a uma sociedade sustentável requer uma descontinuidade sistêmica, ou seja, de uma sociedade que busca seu desenvolvimento a partir da redução da produção e consumo material e simultânea melhoria das condições do ambiente social e físico ao invés de

compreender essa produção e consumo como condições normais e necessárias para crescimento. O autor (2011) ainda comenta a dificuldade de prever de que maneira este processo pode ocorrer. A descontinuidade sistêmica acontece após um longo processo de aprendizagem social, e é um processo cujo resultado se percebe em longo prazo. Malaguti (2009) contribui com esta questão e sugere uma série de elementos necessários para essa transformação. São valores fundamentais para construção de uma cultura de sustentabilidade que devem substituir os valores vigentes relacionados a cultura de consumo, que podem ser conferidos na tabela 1.

TABELA 1
Valores relacionados a consumo e a sustentabilidade

Valores relacionados a consumo	Valores relacionados a sustentabilidade
Consumo no sentido predatório (destrutivo, que devora e gasta até o fim dos recursos).	Cuidado, conservação, fruição.
Acúmulo de coleções e experiências superficiais.	Ampliação da experiência com novos sentidos e usos para objetos.
Conveniência associada ao "use e jogue fora" (hábitos de descarte).	Outras "conveniências", como sobrevivência, manutenção, equilíbrio.
Virgindade, novo, eterna juventude.	Velhice, história, memória, experiência e marcas acumuladas com o tempo, durabilidade.
Compreensão de luxo como ostentação, aparência, exclusividade, ousadia ou transgressão gratuita.	Compreensão do luxo como atitude comprometida com uma causa, coragem para rupturas e qualidade de vida.
Criação de ídolos como referenciais de identidade e beleza.	Conceito amplo de beleza que respeita e valoriza a diversidade.
Propriedade e posse individual.	Valorização do bem-comum, do coletivo, do comunitário.

FONTE – MALAGUTI, 2009, p. 33-34 (com adaptações do autor).

Para Malaguti (2009), cada uma das correlações pode se relacionar com o papel do designer, embora ainda seria objeto de estudo como se estabeleceriam essas relações. Além disso, a autora (2009) também cita como possibilidades de estudo para estas correlações a identificação das atividades, atores participantes e objetos associados, características e tipo de contribuição de cada uma na construção de uma cultura de sustentabilidade.

O processo de transição dos valores fundamentais da cultura de consumo para os da cultura de sustentabilidade é algo que se institui a longo prazo a partir de um processo de aprendizagem social (MANZINI, 2008). É possível sugerir que na medida em que os valores fundamentais sinalizados por Malaguti (2009) forem trabalhados pelos designers, eles contribuirão com este processo de aprendizagem social, e, por conseguinte, para a descontinuidade sistêmica.

Sobre a cultura contemporânea, Bauman (2008) coloca que a única escolha aprovada incondicionalmente é a adaptação aos preceitos da cultura de consumo. Uma vez que os valores fundamentais para cultura de sustentabilidade apontados por Malaguti (2009) substituírem o atual conjunto de valores, é possível estimar que estes valores passarão a compor os preceitos da cultura cuja adaptação seja a escolha aprovada. Dessa forma, o indivíduo passará a valorizar a comunicação ao ambiente de suas escolhas no que tange os valores fundamentais da sustentabilidade. Dito isto, a próxima sessão apresenta uma reflexão em relação a elementos de design para sustentabilidade e a projetação em moda.

Transição para cultura de sustentabilidade na moda

Partindo da teoria de Touraine (2011), pode-se dizer que a sociedade contemporânea vive um momento de crise,

e que embora esta crise esteja bastante relacionada ao sistema econômico, ela não se limita a ele. Em função desta crise instalada, é necessário refletir sobre um novo sistema, no qual a economia não seja mais uma dimensão superior a demais instâncias da sociedade, mas sim um elo de igual valor entre os diferentes sistemas que compõe a vida em sociedade. A transição para este novo sistema, no que tange o conceito de sustentabilidade, preconiza, segundo Manzini (2008), descontinuidade sistêmica a partir de um processo de aprendizagem social.

Esta situação de crise e transição tem relação com a ação do designer. O projeto desenvolvido pelo designer é um canal de comunicação com a sociedade; a partir da sua ação, podem ser trabalhados diferentes valores simbólicos no projeto que irão contribuir com a construção de valores culturais a partir desta interface. Esta colocação vai de acordo com a visão de Parode e Zapata (2015) que ressaltam a importância da relação do design, artesanato e arte na busca por um paradigma cultural para a sustentabilidade e compreendem a ação do designer para "o projeto não apenas de artefatos, mas também de sistemas a eles implicados, incluindo o homem e sua visão de mundo" (PARODE; ZAPATA, 2015 p. 127). Com base nisso, pode-se afirmar a possibilidade de contribuição do designer com a construção de uma cultura de sustentabilidade a partir da ação projetual fundamentada em valores sustentáveis.

Dessa maneira, compreende-se a possibilidade de contribuição do designer para construção de uma cultura de sustentabilidade em diferentes setores. Este artigo pontua principalmente a possibilidade de ação do designer no setor da moda, este que historicamente é muito criticado justamente em função da sustentabilidade (ou falta de práticas sustentáveis). O modelo de negócio predominante na moda é voltado ao mercado de massa e produção barata e homogeneizada em quantidade cada fez maior baseado na

lógica da rapidez ou *fast fashion* (FLETCHER; GROSE, 2011).

No entanto, sendo papel do designer colaborar com a construção de condições de transformação da cultura, passando de uma cultura do individualismo para cultura da solidariedade e acesso (PARODE; ZAPATA, 2015), sua ação deve transcender a instância do crescimento econômico e garantir que os ganhos em sustentabilidade acompanhem este crescimento. Esta é uma lógica que se relaciona à visão de Touraine (2011) ao passo que sugere um novo sistema que alia diferentes dimensões ao invés da sobreposição do sistema econômico em relação aos demais.

Parode e Zapata (2015) também colocam que toda problemática da sustentabilidade é atravessada pela questão do valor simbólico que é agregado ao produto, seja pelo que ele produz em termos afetivos ou de representação social. Quanto maior o grau de seu significado no imaginário do indivíduo, maior será seu valor, e em uma escala de cuidados com os bens materiais, também melhor será a estrutura de preservação.

O valor simbólico é um elemento bastante pertinente para reflexão do produto de moda referente ao tema em questão. Fletcher e Grose (2011) destacam esta dimensão no momento em que definem moda como além da forma e definição de objetos materiais e imateriais, mas como uma criação, produção técnica e disseminação cultural associados ao ato de se vestir que reúne a perspectiva de quem projeta, produz, comercializa e utiliza. A dimensão simbólica do produto de moda é evidente na reflexão da individualidade e do pertencimento, ou seja, a respeito de quem se é com quem estabelece conexão. Além disso, este valor simbólico é elemento que também se relaciona com o sistema como um todo, relacionando dimensões econômicas, ecológicas e sociais. Na lógica da projetação em moda para sustentabilidade, se sugere a

relação dessas dimensões no que Fletcher e Grose (2011) apresentam como "mentalidade lenta".

O novo sistema que é sugerido se baseia na lógica da moda lenta (ou *slow fashion*). Para Fletcher e Grose (2011), ao invés de uma produção em massa que busca reproduzir modelos globalizados de produto da mentalidade rápida, a mentalidade lenta privilegia a diversidade e desenvolve modelos que integram ao global a perspectiva local, o que sugere o estímulo a criação de uma consciência em relação ao impacto social e ambiental da produção. Este novo sistema se articula a visão de Touraine (2011) no sentido de que não afeta apenas a dimensão econômica do sistema, mas o transcende e considera também as dimensões social e ecológica.

Estes são elementos relevantes para projetação na área da moda que buscam colaborar com a construção de uma cultura de sustentabilidade e dialogam com a perspectiva de Malaguti (2009): o consumo no sentido predatório do produto de moda dá lugar a uma lógica de cuidado, conservação e fruição fundamentado na consciência em relação aos diferentes impactos do sistema de produção e consumo a partir da aplicação da experiência com novos sentidos e usos para os objetos: no lugar da valorização do novo estimulado pela mentalidade rápida, a confecção e a manutenção da mentalidade lenda. Com esta consciência em relação às diferentes formas de impacto integrando o valor simbólico do produto de moda (que podem estar relacionados a modelos de negócio justos, que incorpora custos sociais e ecológicos), ganham espaço os valores relacionados a manutenção e equilíbrio em substituição da ideia de conveniência associada aos hábitos de descarte.

Dessa forma, os valores fundamentais da sustentabilidade propostos por Malaguti (2009), na relação com a mentalidade lenta na moda evidenciam um espaço de trabalho para o designer no qual se é possível relacionar

a prática projetual à busca do paradigma da sustentabilidade. A prática projetual nestes termos não se limita ao artefato em si e explora as potencialidades dos sistemas a ele implicados. Assim, sugere-se que aos sistemas de moda projetados pelo designer poderá estar atribuído valor simbólico fundamentando na proposição de uma cultura de sustentabilidade, de modo a promover aprendizagem social, o que caracteriza uma contribuição para o processo de descontinuidade sistêmica a longo prazo.

Considerações finais

Este artigo apresentou uma discussão sobre um contexto de crise, no qual se sugere a reflexão de novos valores fundamentais para cultura de sustentabilidade como proposta para transição a um novo sistema e sua relação com a atividade do designer na projetação em moda. Este é um ensaio exploratório e de nenhuma forma se coloca como conclusivo; pelo contrário, seu objetivo é provocar um diálogo em relação a contribuição do designer para a construção da cultura de sustentabilidade a partir da moda e com a revisão apresentada estimular a reflexão sobre o tema.

Manzini (2008) coloca que o grande tema de design na sociedade atual deve estar relacionado a transição rumo a uma sociedade em que as expectativas de bem-estar não estejam associadas a aquisição de novos artefatos. O questionamento trazido pelo autor é "como podemos colocar as pessoas em condições de viver bem consumindo (muito) menos e regenerando a qualidade de seus contextos de vida?" (MANZINI, 2008 p. 56-57).

Mais do que reduzir a quantidade de produtos consumidos, essa visão se relaciona com uma maior consciência em relação ao que se consome, e aos diferentes impactos dos sistemas de produção e consumo. Parode e

Zapata (2015) contribuem com esta reflexão ao pontuarem a ação do designer para a projetação não apenas de artefatos, mas também os sistemas implicados. A projetação do designer passa a ser uma consistente forma de contribuição para construção de um paradigma de sustentabilidade ao passo que estimula a reflexão sobre valores fundamentais no valor simbólico do que projeta. Nessa perspectiva, o valor simbólico transcende o artefato e envolve todo o sistema que a ele se implica.

No entanto, este não é um processo simples. Touraine (2011) chama atenção para o fato de que a transição para um sistema de desenvolvimento sustentável é tão difícil quanto a queda da monarquia, e que exige mudança do ponto de vista e da compreensão de que evoluções tem efeito no longo prazo, o que se articula com a necessidade de descontinuidade sistêmica apresentada por Manzini (2008).

Touraine (2011) também coloca que a crise da modernidade não afeta somente a vida econômica, um importante elemento a se considerar. Seguindo a lógica de Baudrillard (1990) na qual as diferentes dimensões que compõe a vida transcendem limites, não seria, de alguma maneira, possível separar estas diferentes dimensões. Partindo disso, se pode considerar que a construção de uma cultura de sustentabilidade não se fará a partir da reflexão isolada de dimensões econômica, social e ecológica, mas sim delas integradas, até porque é dessa forma que são apresentadas ao mundo.

Malaguti (2009) contribui com este debate ao apresentar um conjunto de valores fundamentais para construção de uma cultura de sustentabilidade, e a sua relação com a teoria de Fletcher e Grose (2011) sobre a transição da mentalidade rápida para mentalidade lenta na moda inspira a reflexão sobre a ação do designer para contribuir com a construção do paradigma da sustentabilidade a partir deste segmento. Nessa relação se

identificam alguns pontos relevantes para a discussão. Um deles seria a valorização da diversidade e a da relação global-local na mentalidade lenta da moda que se fundamentam nos valores de cuidado, conservação e fruição da cultura de sustentabilidade. Outro, a profunda ligação aos impactos sociais e ambientais do sistema de moda associada aos valores de sobrevivência, manutenção e equilíbrio da sustentabilidade.

Como possível caminho para a continuidade desta discussão, sugere-se análise em maior profundidade na relação entre o conjunto de valores propostos por Malaguti (2009) que fundamentam a cultura de sustentabilidade e as diferentes abordagens às noções de mentalidade rápida e lenta na moda de Fletcher e Grose (2011), possivelmente fazendo uso de um ou mais casos que ilustrem essa relação, bem como um aprofundamento do papel do designer em cada uma das correlações propostas. A continuidade desta análise se faz pertinente uma vez que permite explorar a relação da ação do designer nestes casos e com isso contribuir com a discussão sobre o papel do designer na construção de uma cultura de sustentabilidade.

Referências

BAUDRILLARD, J. **A transparência do mal:** ensaios sobre fenômenos extremos. São Paulo: Papirus, 1990.

BAUDRILLARD, J. **Sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Z. **Globalização:** as consequencias humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOTSMAN, R. ROGERS, R. **O que é meu é seu:** como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

FLETCHER, K. GROSE, L. **Moda & sustentabilidade:** design para mudança. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.

LIPOVETZKY, G. **A felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: campanhia das letras, 2007.

MALAGUTI, C.S. Design e valores materializados: cultura, ética e sustentabilidade. In: DE MORAES, D. KRUKEN, L. (Org.) **Cadernos de estudos avançados em Design:** Sustentabilidade I. Barbacena: Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais, v.a, 2009. Disponível em http://www.tcdesign.uemg.br/pdf/Sustentabilidade_I.pdf

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PARODE, F. ZAPATA, M. Design, Sustentabilidade e Inovação Social: paradigmas da nova cultura. In: BENTZ, I. PARODE, F. (Org.) **Design**: matrizes interpretativas. 1 ed. Porto Alegre: Entremeios, 2015.

SCHERDIEN, I. Estética e cultura na sociedade contemporânea: caminhos projetuais para o design. In: BENTZ, I. PARODE, F. (Org.) **Cadernos de cultura e estética contemporânea:** cultura, estética e design. Porto Alegre, Entremeios, 2013.

TOURAINE, A. **Após a crise**. Rio de Janeiro. Vozes, 2011.

CONTATO DOS AUTORES

Ângela Bortolozo da Silva - angela_bortolozo@ibest.com.br

Claudia Caldas Silber - claudiasilber@live.com

Felipe Brunel Kanarek - felipekanarek@gmail.com

Victor Emanuel Mendes Moreira - 01victoremanuel@gmail.com

Leandro Malósi Doro - leandro.doro@gmail.com

Aron Krause Litvin - Aron@estudionomade.com.br

Rodrigo Najar - Najjar.rodrigo@gmail.com

Coral Michelin - coral@coralmichelin.com

Fabio Pezzi Parode - fparode@unisinos.br

Ione Bentz – ioneb@unisinos.br