

CENÁRIOS PANORAMÁTICOS:

uma metodologia para projeção em
design estratégico

Conselho editorial

André Costa e Silva

Cecilia Consolo

Dijon de Moraes

Jarbas Vargas Nascimento

Luis Barbosa Cortez

Marco Aurélio Cremasco

Rogério Lerner

Blucher Open Access

CLAUDIA PALMA DA SILVA

CENÁRIOS PANORAMÁTICOS

uma metodologia para projeção em
design estratégico

A presente obra foi realizada com apoio da Coordenação de
Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) -
Código de Financiamento 001.

2021

Cenários panorâmáticos: uma metodologia para projeção em design estratégico

© 2021 Claudia Palma da Silva
Editora Edgard Blücher Ltda.

Publisher Edgard Blücher

Editor Eduardo Blücher

Coordenação editorial Jonatas Eliakim

Produção editorial Aline Fernandes

Diagramação Taís do Lago

Revisão de texto Laura Remus e Samira Panini

Tradução em italiano Isabel Pacini

Revisão Sandra Dall'Onder

Capa Laércio Flenic

Imagem da capa Claudia Palma da Silva e Bruna Figueiredo

Blucher

Rua Pedroso Alvarenga, 1245, 4º andar
04531-934 – São Paulo – SP – Brasil
Tel 55 11 3078-5366
contato@blucher.com.br
www.blucher.com.br

Segundo Novo Acordo Ortográfico, conforme 5. ed.
do *Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa*,
Academia Brasileira de Letras, março de 2009.

É proibida a reprodução total ou parcial por quaisquer
meios, sem autorização escrita da Editora.

Todos os direitos reservados pela Editora
Edgard Blücher Ltda.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Angélica Ilacqua CRB-8/7057

Silva, Claudia Palma da
Cenários panorâmáticos uma metodologia para
projeção em design estratégico / Claudia Palma da
Silva. -- São Paulo : Blucher, 2021.
132 p.

Bibliografia

ISBN 978-65-5550-091-2 (impresso)
ISBN 978-65-5550-090-5 (eletrônico)

Open Access

1. Desenho industrial 2. Desenho (Projetos) 3.
Planejamento estratégico I. Título II. Lemos, Jesus
Rodrigues

21-2154

CDD 745.2

Índices para catálogo sistemático:

1. Design estratégico

AGRADECIMENTOS

Em especial à profa. Ione Bentz pela companhia, orientação, amizade e incentivo.

À minha família, minha mãe, meus irmãos e sobrinhos.

Ao meu querido Thiago.

PER ARTI VISUALI DISEGNATE E PARTECIPATE

*Massimo Canevacci*¹

Questo di Claudia Palma da Silva - **Cenários panoramáticos** - è il risultato di una ricerca empirica esemplare basata su un mix di teorie e metodologie indisciplinate. Per *indisciplina* intendo non certo un rifiuto delle regole stabilite in un ambito specifico, bensì la sperimentazione di attraversamenti delle discipline in quanto troppo rinchiusi nei propri ambiti per l'appunto "disciplinati" per affrontare la scelta urgente transdisciplinare. Del resto, è sempre più evidente che le relazioni tra arte, design, architettura, moda, musica sono sempre più intrecciate per frammenti vaganti il cui risultato finale è sempre temporaneo.

Frammenti vaganti: vorrei sviluppare tale affermazione. Il vagare ha un senso di abbandonarsi all'esperienza del perdersi o di deambulare nei flussi delle metropoli - e in particolare quelle di Claudia, São Paulo, Nova Iorque e Cidade do México - che è un metodo fluido basato su un ulteriore metodo che non può che essere adeguato al contesto per poterlo trasformare: il farsi-vedere, nel doppio

¹ Doutor em letras e filosofia - Università degli Studi di Roma La Sapienza. Foi professor visitante na UFSC e na UERJ e desde 2013 é professor visitante na IEA-USP. Pesquisa etnografia, comunicação visual, arte e cultura digital.

sguardo che la ricercatrice mentre osserva si osserva. L'approccio riflessivo, infatti, è parte costitutiva nei processi etnografici della ricerca. Le emozioni, le sensibilità, le attrazioni persino i disagi che si vivono spesso confusamente nel momento così ricco e unico della ricerca coinvolgono il soggetto. E allora invece di ricercare impossibili oggettività, la scelta decisiva è di assumere lo sguardo riflessivo, con tutte le sue accidentate complessità, come affermazione determinante del proprio coinvolgimento negli aspetti teorici più complessi quanto in quelli emozionali più indiscreti.

Del resto è ben noto che estetica è – secondo il paradigma classico - una delle tre articolazioni in cui si articola la filosofia, accanto all'ontologia che affronta l'essere e la gnoseologia che riflette il sapere. Estetica in quanto esperienza del senso, del sentire, della sensibilità corporale che si immerge nell'erotica per arrivare alla sapienza. E appunto per sapienza si intende un ambito ben diverso dal sapere: questo è rinchiuso nella pura astrazione teorica; quella si mescola, affonda e innalza con la attrazione sessuata di tutti i suoi sensi. Arte, design, architettura sarebbero discipline statiche se non fossero bagnate e attraversate dai movimenti innovativi e utopici che l'estetica indisciplinata pretende; e risolte dalla composizione finale che Claudia chiama *narrativas imagéticas*. In tale processo, quello che si intende per cultura riceve il suo estremo dono: vivere quei valori, simboli, comportamenti – l'ethos! – che hanno la potenza della trasformazione dell'esistente. Perché la cultura come l'identità non è mai fissa né omogenea ma si frammenta e assembla secondo processi decentrati.

Il frammento, che il testo assume giustamente come determinante, è stato a lungo l'ossessione del metodo dialettico – sia materialista che idealista – che aspirava a sintesi mai funzionanti. Le scienze sociali sono nate per combattere anomia e frammenti. Il *nomos* in quanto legge stabilita doveva – avrebbe dovuto - assorbire ogni devianza per inserirla nell'ordine politico-sociale stabilito. Il cambiamento culturale era sospetto in quanto esterno alle regole. Ma l'utopia ripresa da Claudia esprime sempre l'irresistibile aspirazione alla scoperta dell'ignoto, dello sconosciuto, del perturbante. Lo stupore metodologico si apre alla porosità corporale per farsi attraversare da tutto quello che è invisibile all'occhio addomesticato. E gli sguardi di Claudia sviluppati nei tre seminari metropolitani sono utopici, frammenti di utopie, sono design di arte visuale in montaggio; sono esperienze che spingono a osservare il noto come mai visto prima.

L'estraniamento è la percezione estetica che si affaccia sugli spazi metropolitani per richiedere il mutamento. E la bellezza. Si avverte che le più interessanti e critiche avventure del pensiero del secolo scorso – dalla Scuola di Francoforte

(Benjamin e Adorno) agli innovatori italiani del design (Manzini, Zurlo, Deserti), dalla Bauhaus ai filosofi Morin, Barthes, Rancière) – arrivano rinnovate all’oggi. A tal fine l’ipotesi del libro - “o design estratégico pode ser emancipado dessa Indústria Cultural quando se aproxima da arte” - dovrebbe essere accolto e appoggiato da ogni studioso che ricerca la “transformação da realidade”.

Come conclusione di queste brevi note, vorrei sottolineare che l’esperienza *oficinas artísticas* sembra sviluppare autonomamente il progetto della *bottega digitale*, ovvero della ripresa di quel laboratorio inimitabile del Rinascimento all’interno della comunicazione digitale che sta trasformando tutto il mondo. Leggendo l’autrice si sente la speranza di andare oltre l’attuale fase di accentrimento verticistico da parte di Stati e Corporation: di perdersi nei flussi di un’*utopia ubiqua* fondata su transculture mobili e vaganti.

PER ARTI VISUALI DISEGNATE E PARTECIPATE

*Massimo Canevacci*¹

O texto de Claudia Palma da Silva - **Cenários Panorâmicos** - é o resultado de uma pesquisa empírica exemplar, baseada em um mix de teorias e metodologias indisciplinadas. Por *indisciplina* entendo certamente não uma recusa das regras estabelecidas em um âmbito específico, mas sim a experimentação de atravessamentos das disciplinas, enquanto muito contidas nos próprios âmbitos pelo compromisso “disciplinador” para enfrentar a urgente escolha transdisciplinar. Afora isso, é cada vez mais evidente que as relações entre arte, design, arquitetura, moda e música estão sempre mais interligadas por fragmentos errantes, cujo resultado final é sempre temporal.

Fragments errantes: gostaria de desenvolver tal afirmação. O errante tem um sentido de abandonar-se à experiência de se perder ou de deambular/vaguear nos fluxos das metrópoles – e particularmente naquelas de Claudia – São Paulo, Nova Iorque e Cidade do México –, que é um método fluido baseado em um método posterior e que não poderia ser adequado ao contexto, para que possa

¹ Doutor em lettere e filosofia - Università degli Studi di Roma La Sapienza. Foi professor visitante na UFSC e na UERJ e desde 2013 é professor visitante na IEA-USP. Pesquisa etnografia, comunicação visual, arte e cultura digital.

transformá-lo: o ser visto, no olhar duplicado, em que a pesquisadora, enquanto observa, se observa. O *approach* reflexivo, efetivamente, é parte constitutiva nos processos etnográficos da pesquisa. As emoções, a sensibilidade, as atrações e até os desconfortos que se vivem muitas vezes de forma confusa no rico e único momento da pesquisa envolvem o sujeito. Então, ao invés de buscar objetividades impossíveis, a escolha decisiva é assumir o olhar reflexivo, com todas as suas inesperadas complexidades, como afirmação determinante do próprio envolvimento nos aspectos teóricos mais complexos, assim como naqueles emocionais mais curiosos.

Além disso, é sabido que estética é – segundo o paradigma clássico – uma das três articulações nas quais se movimenta a filosofia, junto à ontologia, que confronta o ser, e à gnosiologia, que reflete o saber. Estética enquanto experiência do sentido, do sentir, da sensibilidade corporal que se submerge na erótica, para chegar à sabedoria. E justamente por sabedoria entende-se um âmbito bem diverso do saber: esta está fechada na pura abstração teórica; aquela se mistura, afunda e emerge com as atrações sexuadas de todos os seus sentidos.

Arte, design e arquitetura seriam disciplinas estáticas se não fossem banhadas e atravessadas pelos movimentos inovadores e utópicos que a estética indisciplinada requer; e solucionadas pela composição final que Claudia chama de *Narrativas Imagéticas*. Nesse processo, aquilo que se entende por cultura recebe o seu dom extremo: viver aqueles valores, símbolos, comportamentos – o ethos! – que têm a potência da transformação do existente. Porque a cultura como identidade nunca é fixa e nem tampouco homogênea, mas fragmenta-se e compõe-se de acordo com processos descentralizados.

O fragmento, que o texto assume justamente como determinante, foi, por muito tempo, a obsessão do método dialético – seja materialista ou idealista – que aspirava chegar a sínteses que jamais funcionaram. As ciências sociais nasceram para combater a anomia e as fragmentações. O *nomos*, enquanto lei estabelecida, deveria absorver cada desvio para inseri-lo na ordem político-social estabelecida. A mudança cultural era vista como fora das regras. Mas a utopia retratada por Claudia exprime sempre a irresistível aspiração à descoberta do desconhecido, do perturbador. O espanto metodológico abre-se à porosidade corporal para deixar-se atravessar por tudo aquilo que é invisível ao olho domesticado. E os olhares de Claudia, desenvolvidos nas três sedes metropolitanas, são utópicos, fragmentos de utopias, são design de artes visuais em montagem; são experiências que conduzem a observar o conhecido como se nunca tivesse sido visto antes.

O estranhamento é a percepção estética que se debruça nos espaços metropolitanos para reivindicar a transformação. E a beleza. Considere-se que os mais interessantes e críticos eventos do pensamento do século passado – da Escola de Frankfurt (Benjamin e Adorno) até os inovadores italianos do design (Manzini, Zurlo, Deserti), da Bauhaus aos filósofos (Morin, Barthes, Rancière) – chegam renovados aos dias de hoje. Com este propósito, a hipótese do livro “O design estratégico pode ser emancipado dessa Indústria Cultural quando se aproxima da arte” deve ser acolhida e apoiada por todo o estudioso que pesquisa a “transformação da realidade”.

Como conclusão destas breves notas, gostaria de sublinhar que a experiência *oficinas artísticas* parece desenvolver autonomamente o projeto da *bottega digitale*, ou seja, a retomada daquele laboratório inimitável do Renascimento, dentro da comunicação digital que está transformando o mundo todo. Lendo a autora, sente-se a esperança de ir além da atual fase de centralização verticalizada por parte de estados e corporações: de se perder nos fluxos de uma utopia ubíqua baseada em transculturas móveis e errantes

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| APRESENTAÇÃO | 17 |
| INTRODUÇÃO | 19 |
| DESIGN E SOCIEDADE | 27 |
| 1.1 A TEORIA CRÍTICA E O DESIGN..... | 27 |
| 1.2 O DESIGN E A ARTE: ESTÉTICA, ÉTICA E POLÍTICA..... | 32 |
| DESIGN E TRANSFORMAÇÃO SOCIOCULTURAL | 37 |
| 2.1 DA BAUHAUS AO BEM-ESTAR SOCIAL..... | 37 |
| 2.2 O DESIGN ESTRATÉGICO..... | 45 |
| 2.3 A TRANSFORMAÇÃO SOCIOCULTURAL..... | 49 |
| PROCESSOS DE SIGNIFICAÇÃO NA PROJEÇÃO | 51 |
| 3.1 PRODUÇÃO DE SENTIDO..... | 51 |
| 3.2 O PROJETO DE DESIGN: DO TEXTO AO DISCURSO..... | 53 |
| 3.3 PERCEPÇÃO, INTERPRETAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO..... | 56 |
| 3.4 HERMES NA CIDADE: DA PERCEPÇÃO À TRANSFORMAÇÃO..... | 58 |
| TRANSFORMAÇÃO DA REALIDADE | 63 |
| 4.1 TRANSDISCIPLINARIDADE | 63 |
| 4.2 TRANSCULTURALIDADE | 64 |
| 4.3 ESTRANHAMENTO | 69 |
| PROJEÇÃO | 71 |
| 5.1 A PROJEÇÃO EM DESIGN: O LÓCUS DA IMAGINAÇÃO..... | 71 |
| 5.2 UTOPIA: FORÇA MOTRIZ PARA O DESIGN..... | 73 |
| 5.3 A FOTOGRAFIA COMO EXPERIÊNCIA ESTÉTICA..... | 78 |

| | |
|--|------------|
| METODOLOGIA..... | 83 |
| 6.1 PROJETAR CENÁRIOS VERSUS PROJETAÇÃO POR CENÁRIOS..... | 83 |
| 6.2 CENÁRIOS PANORAMÁTICOS: UMA METODOLOGIA PARA PROJETAÇÃO EM DESIGN..... | 84 |
| 6.3 A (RE)MONTAGEM..... | 89 |
| 6.4 FRAGMENTAÇÃO | 91 |
| 6.5 FAZER-SE VER..... | 92 |
| A EXPERIÊNCIA DO MÉTODO..... | 95 |
| 7.1 A EXPERIÊNCIA NAS CIDADES POLIFÔNICAS..... | 95 |
| 7.1.1 A ATIVIDADE DE OBSERVAÇÃO PARTICIPATIVA..... | 97 |
| 7.1.2 FRAGMENTAÇÃO | 100 |
| 7.2 A OFICINA ARTÍSTICA..... | 103 |
| 7.3 TESSITURA DA TRAMA SENSÍVEL..... | 112 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 127 |
| REFERÊNCIAS | 131 |

APRESENTAÇÃO

Os desafios, sem precedentes, impostos pela Covid-19, no Brasil e no mundo, convocam, com urgência, a arte e a ciência a pensarem sobre novos mundos, novos modos de ser e de viver. A sensação de estabilidade, provocada pela narrativa da normalidade, não logra êxito em um mundo pós-pandêmico. É preciso enfrentar as mudanças que, por vezes, não se apresentam como normais, pois fogem das regras e dos valores que antes imperavam. Nessa conjuntura, o design tem a seu favor um potencial transformador, fruto da sua natureza transdisciplinar que rompe o *status quo* nas mais diversas esferas da vida em sociedade. Este livro é baseado na tese *Cenários Panorâmicos: metodologia para projeção em design estratégico*, defendida em 2020 na Universidade do Vale dos Sinos, e apresenta o projeto por cenários como promissor para quem deseja especular novas realidades.

À luz do design estratégico desenvolve-se um percurso projetual que busca potencializar a imaginação. A imaginação é um ato de criação do sujeito, não como aquele que descobre uma realidade *a priori*, mas como aquele que a cria (BACHELARD, 2007). Nesse âmbito, nos parece oportuno lembrar que os cenários no design favorecem a construção de narrativas ficcionais, utópicas e até mesmo lúdicas. Especular novas realidades exige um espaço cênico para encenar, ensaiar e improvisar. E esse lugar é o cenário que no design é o palco

do movimento projetual, lugar da suspensão da ordem e das normas, lugar do sonho e da imaginação.

Na busca por novos métodos para a produção de sentido na projeção por cenários, realizou-se uma experiência, de natureza exploratória, orientada pelos processos de significação e fundamentados na tríade percepção, interpretação e transformação. A experiência ocorreu nas cidades de São Paulo, Nova Iorque e Cidade do México, entre 2019 e 2020, onde foram realizadas atividades de: (a) observação participativa, inspirada pela etnografia visual, com o registro fotográfico das cidades; (b) fragmentação das fotografias; (c) (re)montagem de imagens em oficinas artísticas; e, por fim, (d) tessitura das narrativas imagéticas produzidas coletivamente. Desse modo, fica evidente o agir projetual proposto pela metodologia intitulada cenários panorâmicos.

INTRODUÇÃO

Esse livro é motivado pela vontade de transformar o mundo, vê-lo um lugar mais justo e igualitário. Essa é uma visão humanista, centrada no design em sua dimensão sensível, criativa e imaginativa. Diante disso, não há a pretensão de descrever, apontar ou descobrir algum tipo de verdade absoluta, mas de apresentar uma visão de mundo na qual o design, sob diversos prismas teóricos, supera as práticas profissionais orientadas por demandas mercadológicas. Nesse caminho, o desafio é de caráter crítico e reflexivo, na busca por transcender os modelos prescritivos e normativos atualmente dominantes nas pesquisas em design. O esforço concentra-se no limiar entre design, arte e cultura, de onde emergem as abordagens para enfrentar as questões sociais contemporâneas.

D'Agostini (2002, p. 48) faz uma diferenciação entre as ciências da natureza e as ciências do espírito ao afirmar que “as ciências do espírito [...] operam de modo diverso relativamente às ciências da natureza: o seu objetivo é a compreensão interpretativa, não a explicação causal, o seu objeto é uma entidade singular irrepetível, não a regularidade dos fenômenos que produz lei”. Nesse âmbito, também é diferenciado o modo como entende-se o objeto: a projeção por cenários como um estudo de natureza interpretativa, elaborado a partir de um percurso derivado da metodologia em questão. Não se pretende criar um modelo replicável

e nem partir de uma premissa particular que conduza para um conhecimento geral. Em caminho contrário, apresenta-se um método singular orientado pela dimensão sensível do design, no qual não há a pretensão de subordinar o objeto ao pesquisador. A metodologia desenvolvida é o guia, *a priori*, do método.

É o design estratégico que inspira a projeção por cenários panorâmicos, responsáveis pela transformação da realidade. Além de propor processos de projeção que transformam a realidade, também propõe-se refletir sobre como o design enfrenta o tema da realidade. Por essa razão, a fundamentação teórico-metodológica é transdisciplinar, e isso exige um diálogo entre autores de paradigmas diversos, o que possibilita novas inferências para o campo do design.

Em 1936, Chaplin denunciava, no filme *Tempos modernos*, as profundas transformações sociais que eram resultado do desenvolvimento do capitalismo e do processo de industrialização da sociedade e do próprio homem. A repetição das atividades torna a vida de Carlitos, personagem do filme, mecânica. O filme é acompanhado pelo ritmo do relógio, que é o símbolo que marca o tempo da indústria, da aceleração e que impera na sociedade industrializada – sociedade que desumaniza o trabalhador e é dominada pela técnica. Além do trabalho, a vida do homem moderno também é industrializada pela cultura de massa que pasteuriza as relações sociais e enfraquece o poder crítico das pessoas. Assim como Carlitos, que no final do filme caminha para um destino incerto em busca de um futuro promissor, o designer frente aos desafios contemporâneos segue em busca de um mundo melhor.

A visão crítica sobre esse momento histórico marca uma reflexão sobre o próprio design, uma vez que ele também surge como produto da indústria; mas, assim como o homem moderno, não está fadado a esse fim. Para Benjamin (1992) e Adorno e Horkheimer (2006), o reduto que liberta o homem desse estado de alienação é a arte. E, “*a priori*, antes de suas obras, a arte é uma crítica da feroz seriedade que a realidade impõe sobre os seres humanos” (ADORNO, 2004, p. 13).

É pela dimensão estética, ética e política, que o regime da arte (RANCIÈRE, 2005) é abordado. Benjamin (1992) anunciou que a possibilidade da reprodutibilidade técnica da obra de arte e dos meios de distribuição conferiu um *status* político à arte, que passou a fazer parte de um aprendizado social, pois perdeu a sua dimensão de culto. Nesse viés, Rancière (2005) defende que a arte não representa o mundo, ela cria o seu mundo. E essa vocação criativa encontrada na arte é o que inspira o design.

A arte altera a percepção da realidade, segundo Adorno (2004), uma vez que pela experiência estética é possível superar os limites da racionalidade e negar

aquilo que domina a realidade. É possível, então, percorrer um caminho a partir da arte que envolve a estética, a ética e a política. Nesse sentido, a estética é um modo de ser específico da arte (RANCIÈRE, 2005), de dimensão sensível. E é pelo sensível que Rancière (2005) define a estética como um modo de sentir e de se relacionar com o mundo. A ética é a ação despertada pelo sensível e a política é a perturbação do sensível. Logo, ética, estética e política são indissociáveis.

A partir de uma visão crítica da sociedade e da Teoria Estética, entende-se o design como fruto da modernidade e também da arte. Ao resgatar a escola de Bauhaus, uma das primeiras escolas de design, encontramos na sua gênese um projeto estético e político comprometido com o bem-estar social. É possível identificar uma ideologia que orientava o modelo pedagógico da escola com uma proposta que unia os meios de produção em massa e a habilidade estética dos artistas. Desse modo, é possível resgatar do ideal da Bauhaus o caráter emancipatório, um design que opera com a técnica em prol do bem-estar social. Esse tema também é apresentado por Papanek (1971), Findeli (2001), Koskinen (2016) e Celaschi e Moraes (2013) que, por diferentes pontos de vista, resgatam o design a partir de uma dimensão social.

Os problemas sociais contemporâneos exigem uma visão complexa da realidade, uma visão não mais antropocêntrica ou tecnocêntrica, mas uma visão sistêmica em que homem e natureza são indissociáveis. O design estratégico tem na transdisciplinaridade a possibilidade de articular conhecimentos e propor projetos transformadores por meio da imaginação, pois o âmbito coletivo agrega saberes diversos proporcionados pela diversidade e pluralidade de indivíduos na sociedade.

Exploramos o design estratégico na sua tradição italiana, que atende sobretudo a demandas sociais, pois opera metodologicamente orientado pela aprendizagem transdisciplinar e é comprometido com a transformação sociocultural e a sustentabilidade. Destaca-se de Zurlo (2010) a perspectiva da produção de sentido no design estratégico, que é relativa à dimensão de valor para alguém. A produção de sentido, para o autor, é a chave para a leitura da estratégia no design estratégico. O mesmo autor propõe a relevância visual da estratégia e elege a capacidade de: (a) ver (como ato criativo de leitura da realidade); (b) prever (compreender aquilo que poderia ser); e (c) fazer ver (tornar visível o campo do possível). Os cenários são alusivos às estratégias e à capacidade de fazer ver, a partir do fazer ver de Rancière (2005), que ajuda a tornar visível o possível e o impossível, por meio da experiência estética, o que transforma a realidade, que faz sentir.

O design estratégico é implicado pela estratégia e pelo âmbito coletivo em prol da transformação sociocultural. Para pensar sobre estratégia é necessário um

alinhamento conceitual, uma vez que o termo “estratégia” aparece, por vezes, com significados difusos e até contraditórios na bibliografia de design estratégico. Nessa busca, o conceito de estratégia é ressignificado – com base no pensamento complexo –, que contempla o dinamismo próprio do percurso projetual. E, assim, afasta-se a estratégia da perspectiva de controle e planejamento e aproxima-se da perspectiva de movimento e mudança. O fazer junto é sustentado pelos princípios de solidariedade, empatia e convivência que favorecem a coesão social. E a transformação sociocultural pressupõe a transformação da realidade por meio da produção de sentido.

Produzir sentido é um processo de significação, representa a transformação da realidade tal como é percebida. E é pelo viés da linguagem que a significação é trabalhada. A linguagem é apresentada em uma dimensão social e também como condição humana: “a linguagem é a casa do ser” (HEIDEGGER, 2003, p. 124). Em uma perspectiva saussuriana, a linguagem é um sistema de signos convencionados. A relação que compõe o signo, significado e significante, conduz à compreensão do plano da expressão (significante) e do plano do conteúdo (significado) (BARTHES, 2012b). Tal relação leva à compreensão do processo que une o significante (E) e o significado (C), à significação ou semiose.

O objeto da significação, o texto, é um todo dotado de sentido e dotado de uma organização específica, segundo Greimas (1973). Textos verbais e não verbais são objetos de significação. E a significação, para Greimas (Ibid.), acontece na relação entre conteúdo e expressão manifestada de forma discursiva. Sendo assim, é pela linguagem que se cria ideias, que se significa o mundo. O design, ao manejar os signos, percebe, interpreta e transforma o mundo em processos distintos de significação. Ao conferir valor a algo, o design produz, então, um novo sentido, constrói uma nova representação da realidade.

A partir de tal perspectiva sobre a significação, a projeção de design percorre um caminho do texto à narrativa imagética. Se é no ato projetual que o design produz sentido, esse percurso é um percurso gerativo de sentido, uma narrativa, que ocorre na sucessão de ações. Assim, é pertinente relacionar o ato de projetar com o ato de narrar (BENTZ, 2015). Pelas narrativas é possível imaginar e representar visões de futuro que, ao fazer ver e fazer sentir, correspondem à estratégia visual do design estratégico. Acrescenta-se a essa argumentação a imagem que, neste estudo, é matéria significante de natureza polissêmica e atua na produção de sentido (BARTHES, 2012b).

Desse modo, ressignificar a percepção, interpretação e transformação, enquanto processos implicados ao projeto de design, apresenta-se como profícuo.

A percepção, de dimensão sensível, refere-se ao plano da expressão. A interpretação envolve a ação do sujeito ao conferir um sentido ao que é percebido, é uma atividade exploratória. Já a transformação é resultado de uma ação que representa a mudança de um estado a outro, ambos situados em uma narrativa. Esse seria um caminho para compreender o percurso gerativo pelo plano da expressão cujos processos se situam no nível de metaprojeto.

A cidade é um lócus de atuação, um espaço dinâmico que está em constante transformação. E também, é o reduto da modernidade, lugar da vivência e da experiência. Para Barthes (1987), a cidade é um espaço significante, e para compreendê-la é preciso desvendar seus ritmos e seus sentidos. Nesse mesmo caminho, Canevacci (1993) compreende a cidade como uma floresta de símbolos, o lugar do olhar interpretativo. Para o autor, compreender a cidade significa colher fragmentos e, para o design, esses fragmentos podem ser insumos projetuais. O designer, ao interpretar a cidade, precisa ser um Hermes, um mensageiro que atravessa mundos em encruzilhadas herméticas, como propõe Canevacci (1993). Para interpretar é preciso perceber e também transformar a realidade.

A transdisciplinaridade e a transculturalidade estão relacionadas à transformação da realidade. De um lado, a transdisciplinaridade no design estratégico supera a coexistência de disciplinas diversas, mas representa um atravessamento entre elas, para além delas, um atravessamento de saberes e modos de aprendizagem sem fronteiras definidas. E de outro lado, a transdisciplinaridade, para Nicolescu (2005), permite compreender a realidade a partir de suas múltiplas dimensões. E, ainda, transculturalidade é o termo empregado para definir a coexistência de culturas e realidades distintas, que é desejável à projeção em design. Desse modo, a cultura estimula e colabora para a produção de conhecimento.

Pluralidade/diversidade cultural é apresentada como processo transcultural, no qual diversas culturas se complementam e coexistem, sem que haja imbricação. O ato projetual marcado pela transdisciplinaridade e pela transculturalidade coloca culturas em diálogo, o que resulta em estranhamento. É evidente o potencial transformador do estranhamento, uma vez que a aceitação de sentido entre as culturas acontece nos domínios do deslocamento das diferenças, segundo Bhabha (1998). E mais, é o sujeito da narrativa que permite o deslocamento e a aceitação do que é estranho em lugar do que é negado.

A perspectiva de realidade no processo de projeção faz refletir sobre a imaginação. Para Nelson e Stolterman (2003), o design é a habilidade de imaginar e de fazer aparecer aquilo que ainda não existe. A faculdade imaginativa do design cria o sentido da possibilidade que, para Zingale (2016), é próximo à abdução.

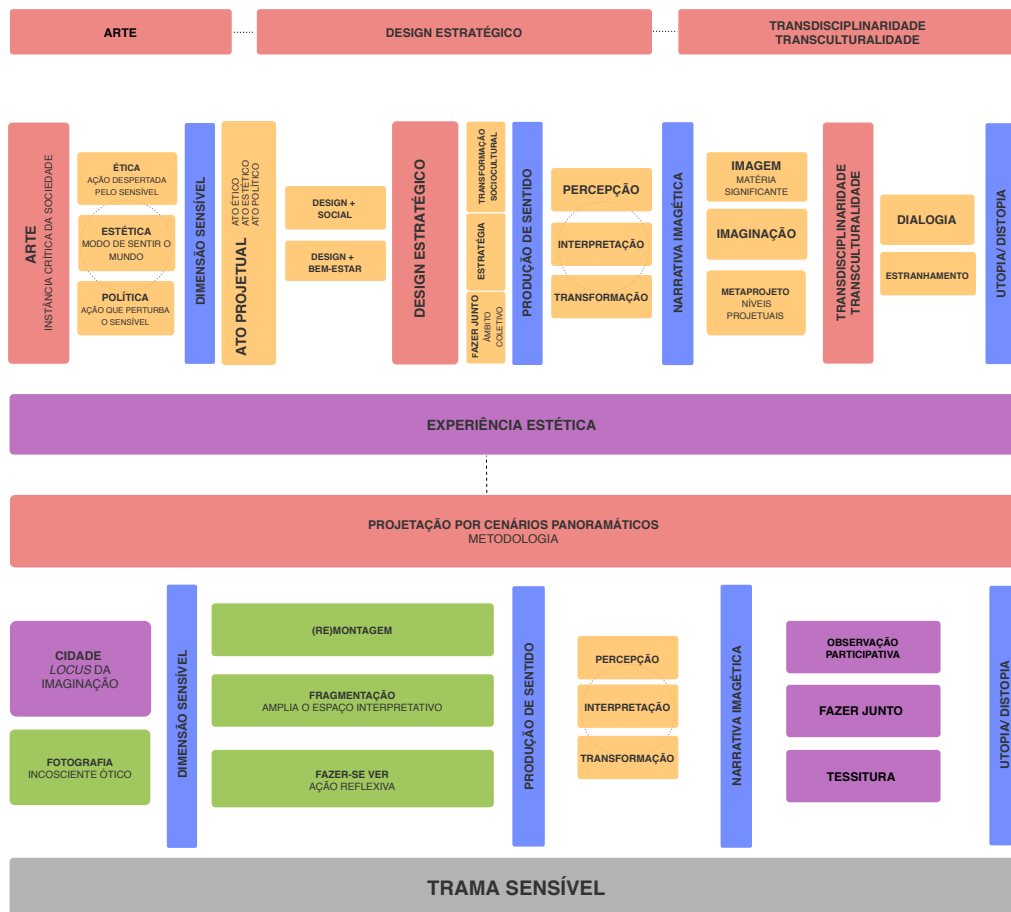
A abdução é a operação lógica que introduz novas ideias e auxilia a formular hipóteses, pois não extrai inferências contidas nas próprias premissas como a dedução ou, ainda, inferências induzidas pela experiência. Dedução e indução são operações que indicam o pretérito, e a abdução pode vir a ser, em um tempo futuro. Assim, a abdução não contém em si verdades, mas uberdades, que indicam um potencial criativo e imaginativo.

Nesse sentido, o futuro não é algo que possa ser antecipado ou previsto, mas, de acordo como Dunne e Raby (2013), um caminho que auxilia o pensamento imaginativo. Destarte, a utopia é uma estratégia de design, pois ela produz um deslocamento em relação às realidades a serem enfrentadas. E, ainda, a utopia critica a sociedade real e cria um espaço experimental, no qual a imaginação flui livremente. A fotografia, por sua vez, realiza uma ação entre o visível e o dizível, que faz ver o invisível, relativos também ao possível e ao impossível; portanto, promove a imaginação.

Sustentada a partir de tais reflexões teóricas, desenvolveu-se uma metodologia de projeção por cenários panorâmicos. Essa metodologia permite que a realidade seja transformada em realidades transitórias e dinâmicas, compreendidas como utópicas. Propõe-se que o percurso realizado, orientado pela metodologia, seja o método.

A Figura 1 apresenta uma introdução visual dos principais conceitos teóricos e metodológicos que serão desenvolvidos:

Figura 1 – Resumo visual dos conceitos teórico-metodológicos



Fonte: elaborado pela autora.

DESIGN E SOCIEDADE

1.1 A TEORIA CRÍTICA E O DESIGN

Ao observar as profundas transformações sociais, culturais, políticas e econômicas que marcaram o início do século XX, é possível elucubrar sobre o período que também marca o surgimento do design e a sua relação intrínseca com a indústria, bem como com escolas de engenharia, arte e movimentos artísticos. Esse momento importante da humanidade é objeto da Teoria Crítica, em especial dos postulados de Benjamin (1992) e de Adorno e Horkheimer (2006), da Escola de Frankfurt. Faz-se necessário esclarecer que não se pretende aplicar a Teoria Crítica aos estudos em design, mas, a partir dessa visão de mundo, trazer à luz discussões relevantes que interessam ao design e à sociedade. Esse é um desafio audacioso, não convencional no design: um desafio de caráter político, que representa convicções e uma visão crítica da sociedade contemporânea que, desde o século passado, vem se constituindo como tal. Todavia, não se pode ignorar a sua relação com a industrialização, que resultou em profundas transformações sociais, econômicas e políticas.

A industrialização, ícone da modernidade, é resultado do desenvolvimento da técnica e da supremacia da razão. Portanto, fazem parte desse debate paradigmas

que criticam um momento da humanidade no qual o domínio da técnica e da razão, preconizado pelo Iluminismo,¹ prevalece em busca do Esclarecimento. O programa do Esclarecimento era o desencantamento do mundo. Sua meta era dissolver os mitos e substituir a imaginação pelo saber (ADORNO; HORKHEIMER, 2006). Com essa afirmação, os autores criticavam a perspectiva do saber como justificativa da supremacia do homem, um saber que representava o poder de dominação do homem sobre a natureza. Destaca-se, nesse contexto, que os interesses econômicos, muitas vezes, superaram os interesses sociais. A lei do mercado moldou a ideologia de vida e passou a ser um meio de sobrevivência em uma sociedade na qual o consumo insere ou exclui os indivíduos.

Quando Adorno e Horkheimer (2006, p. 9) afirmam que “o ambiente em que a técnica adquire tanto poder sobre a sociedade, encarna o próprio poder dos economicamente mais fortes sobre a mesma sociedade”, eles defendem a ideia de que a racionalidade técnica é a racionalidade do próprio domínio relativo à sociedade que se autoaliena. Essa racionalidade é compreendida como aquilo capaz de dominar o sujeito e domesticar a visão sobre a realidade. Adorno e Horkheimer (2006) chamaram de Indústria Cultural esse processo de racionalização da própria cultura e alienação² do homem. Segundo Adorno (2004), a Indústria Cultural impede a formação de indivíduos autônomos, capazes de julgar e de decidir conscientemente. Se a Revolução Industrial tornou mecânica a relação entre homem e trabalho, a Indústria Cultural tornou mecânica a relação entre o homem e sua própria subjetividade. Pois a produção em série de bens culturais tem como finalidade satisfazer, de forma ilusória, necessidades geradas pela estrutura de trabalho. O resultado, para Adorno e Horkheimer (2006), é que o homem passa a ser um simples meio para a produção de riquezas; logo, para o acúmulo de capital.

Outra grande transformação, também abordada na crítica à Indústria Cultural, é a transformação da arte. Benjamin (1992) chama de “era da reprodutibilidade técnica” o período em que a fotografia e o cinema protagonizam importantes transformações sociais. Esse momento marca profundamente a arte, desde os meios de produção até o consumo, com a reprodução técnica que

¹ Adorno e Horkheimer (2006), a partir de uma análise sobre a sociedade técnica, entendem por Iluminismo o itinerário da razão, que pretende racionalizar o mundo, tornando-o manipulável pelo homem.

² Segundo Marx (2006), a alienação é uma condição objetiva, historicamente situada, resultante do processo de divisão social do trabalho sob o capitalismo e da condição da propriedade privada. É também uma condição subjetiva em relação à condição do homem sobre ele mesmo. A condição do homem depende do trabalho e vice-versa, é alheia a ele.

permitiu sua distribuição em massa. Lembra-se que, a partir de Benjamin (1992), a produção artística teve início com imagens a serviço da magia, quando não havia sua exposição e distribuição e o acesso às obras de arte era restrito aos reis e religiosos. Porém, uma vez que a arte se emancipou do ritual da magia e sua exposição aumentou, ela passou a fazer parte de um aprendizado social e também do mercado. Com isso, a arte perdeu a sua aura e atingiu um *status* político, em que o valor do culto deu origem ao valor da exposição. O valor da exposição e o *status* político conferem à arte a possibilidade de emancipação do homem dessa Indústria Cultural. Ao fazer parte de um aprendizado social, ela se torna um meio de produção de conhecimento e de transformação da sociedade. No entanto, Benjamin revela que foi a arte o instrumento de doutrinação das massas, utilizada pelos projetos políticos totalitários que marcaram o início do século XX, como o nazismo e o fascismo. A crítica de Benjamin repousa sobre o uso que os regimes totalitários fizeram da arte, a finalidade, em especial do cinema. Segundo ele, “o fascismo tende para a estetização da política” (BENJAMIN, 2017, p. 46); tal fato decorre das possibilidades oriundas da era da reprodutibilidade técnica.

A transformação da arte não modifica apenas o mundo das imagens, mas modifica o mundo perceptível e, portanto, a forma como a sociedade constrói a sua realidade. E na fotografia isso acontece pelo viés da reprodução em massa das obras de arte existentes e também pela difusão das imagens que representavam uma realidade que antes não podia ser captada a olho nu, chamada por Benjamin (2017) de inconsciente óptico. A partir disso, foi possível focar nos detalhes que a imagem podia apreender e, assim, perceber fatos antes ocultos a olho nu. Um exemplo é a transformação que o fotojornalismo provocou nos meios de comunicação da época. A cena de um crime, antes descrita somente pelas palavras do texto jornalístico, passou a ser amplamente difundida; a fotografia do crime apresentou os mais obscuros e profundos detalhes do fato, imagens que o olho humano não poderia captar sem o recurso da câmera fotográfica.

O cinema também foi objeto de crítica para Benjamin (2017). A partir da aceleração da sequência de imagens por meio da montagem e dos recursos como enquadramento, lente de aumento e tomadas em primeiro plano, o cinema criou nova experiência de percepção do mundo. A câmera lenta, para o autor, é um exemplo importante que destaca momentos e detalhes que antes passavam despercebidos, uma vez que no teatro, por exemplo, tais recursos não estavam disponíveis.

Benjamin (2017) explica que o cinema não mostra a realidade para o espectador, mas apresenta imagens da câmera. Para ele, o espectador experimenta diversas sensações, testando e estranhando. E ainda: “o cinema caracteriza-se não

só pelo modo como o homem se apresenta perante a aparelhagem, mas também pelo modo como, com a ajuda desta, ele representa o mundo circundante [e como isso] enriqueceu nossa percepção” (BENJAMIN, 2017, p. 37). Fotografia e cinema marcam o período chamado pelo autor de “era da reprodutibilidade técnica”. A crítica de Benjamin condiz com as transformações também apontadas na crítica de Adorno e Horkheimer (2006) à Indústria Cultural.

Para Adorno (2004), o homem é um mero instrumento de trabalho e consumo nessa Indústria Cultural e pode ser comparado a um objeto manipulável e ideologizado, em aspectos que vão além do seu trabalho, quer seja em sua vida familiar, de lazer ou religiosa. O que disso decorre é que a ideologia dominante passa a ser a máquina e o homem, em parte, torna-se também um produto. A saída, segundo Adorno (2004), encontra-se na própria cultura do homem, na limitação do sistema e na valorização da estética. Adorno (1970), com a Teoria Estética, afirma que não adianta combater o mal com o próprio mal, pois é a arte que pode libertar o homem das amarras do sistema e transformá-lo em um ser autônomo. Para ele, o campo da arte é o único reduto autêntico da razão emancipatória e da crítica à opressão social. Se na Indústria Cultural esse homem é um objeto de trabalho e consumo, na arte ele é um ser livre que sente, pensa e age. Adorno e Horkheimer (2006) conferem à arte um papel crítico em relação à cultura, à sociedade capitalista e à racionalidade técnica. Para os autores, as transformações sociais exigem mudanças culturais.

A Teoria Estética de Adorno aponta para caminhos contrários à estética de Kant, que postula ser a racionalidade a marca da nossa maioridade enquanto humanos. Kant (1995) relaciona a estética ao conceito de belo e propõe ao homem o julgamento da beleza a partir dos princípios e dos conceitos da razão. Para o filósofo alemão, “aquilo que é puramente subjetivo na representação de um objeto, isto é, o que constitui a sua relação ao sujeito, e não ao objeto, é a sua qualidade estética” (KANT, 1995, p. 49-50). De outro modo, Adorno denuncia a crise desse sujeito kantiano e propõe a liberdade do homem pela arte, em face do processo de racionalização do mundo. O sujeito, enfraquecido pelo domínio da indústria cultural, encontra na relação com outros sujeitos uma retomada da sua subjetividade. Interessa a este estudo, portanto, a experiência estética em Adorno, uma vez que não está mais subordinada pela relação sujeito e objeto, como em Kant (1995). Na arte, a supremacia do homem em relação à natureza perde força, pois a experiência estética permite a recusa da dominação, própria da racionalidade instrumental. O homem refugia-se na natureza oprimida e uma nova relação homem-natureza e sujeito-objeto é estabelecida em uma perspectiva não mais antropocêntrica. Tal

premissa equivale a uma visão de que o homem, pela racionalidade, não domina a natureza e não domina o objeto. À luz da Teoria Estética, proposta por Adorno e Horkheimer (2006), entende-se que o design, que surge como produto dessa Indústria Cultural, de algum modo pode ser emancipado pela arte. A intenção, como alerta Benjamin (2017), não é de uso da arte, pois implicaria a estetização do design. A arte não pode ser vista como finalidade ou pela sua função social.

Por outro viés, Rancière (2005) entende a arte pela sua forma libertadora, como um regime de partilha. O autor critica a visão de arte como um regime figurativo, que educa e ensina pelo padrão figurado, e concebe-a como um modo de ser (*ethos*) ou, ainda, como um regime poético ou representativo que organiza as maneiras de fazer na sociedade. Para contrapor essa visão de arte como regime figurativo ou representativo, Rancière (Ibid.) propõe um regime estético da arte no qual a estética apresenta-se como um modo de ser específico da arte, relativo ao modo de ser dos seus objetos. A estética, para Rancière (Ibid.), não corresponde ao gosto ou ao prazer, mas é relativa ao sensível. Para esse autor, o regime estético é o paradoxo da forma da própria arte, pois atenta contra todas as formas. Portanto, a arte, como o design, poderia não ser somente a imitação ou representação da realidade, como também poderia ser a criação e, sendo assim, ela **não representa o mundo**, mas cria o seu mundo. Benjamin (2017), ao criticar a estetização da política na arte, aponta para o regime figurativo e representativo, para um regime que provoca o modo de ser, que ensina pela *mimesis*. Rancière (2005) se contrapõe a essa premissa com a proposta de um regime estético, o que marca a diferença da arte enquanto fim e meio. A arte na sua forma libertadora, deve-se ser compreendida pelo regime estético, viés crítico adotado por Rancière (Ibid.). Ou seja, o autor **não alicerça sua perspectiva de arte sobre o uso que faz dela, mas pela sua forma e os regimes que as sustentam.**

Acrescenta-se que a arte tem na faculdade da imaginação a possibilidade de criar aquilo que não existe, pois ela representa aquilo que não foi submetido ao estado de dominação imposto pela racionalidade técnica (ADORNO, 1970). Adorno (2004) observa que a arte, ao apresentar a imagem daquilo que não equivale à realidade, cria no sujeito uma experiência estética que ultrapassa os limites da racionalidade, permite a ele negar aquilo que o domina (a realidade), portanto, o liberta. Nesse sentido, Benjamin (1992) propõe uma relação entre *Erfahrung* (experiência) e *Erlebnis* (vivência) com os conceitos freudianos de memória e consciência. A experiência é associada a uma memória, a um tipo de produção de sentido, uma marca inscrita no sujeito. E a vivência cria no sujeito uma consciência, um modo para lidar com o mundo moderno.

Para Adorno (2004), a arte é a instância crítica que possibilita uma experiência diferente daquilo que é imposto pela Indústria Cultural. A arte moderna é abstrata, aponta para aquilo que não existe, para o novo, escapando a qualquer tentativa de instrumentalização. Adorno (1970), então, confere à arte um caráter social, uma forma de conhecimento e também de crítica à razão absoluta e ao totalitarismo. Diferente da perspectiva de função da arte com caráter utilitário, objeto da crítica de Benjamin (2017).

Desse modo, aproximar a arte e os processos de projeção em design pode ser transformador, colocando o design no campo da imaginação e não somente da representação. Essa proposta parte do princípio de que uma sociedade pautada exclusivamente pela racionalidade técnica opera entre o pensar e agir e que, por outro viés, pensar e sentir, ou sentir e pensar, seriam próprios de uma sociedade pautada não apenas por essa racionalidade. O design implicado pela arte encontra caminhos para alcançar uma sociedade humana além do Iluminismo, além da dominação resultante da doutrina do Esclarecimento.

Nesse sentido, a projeção envolve uma ação reflexiva que critica a realidade e, com potencial prático, age sobre essa realidade. Ao apontar a relevância da relação entre arte e design, evidencia-se a possibilidade da transformação da realidade em que a técnica prevalece para uma nova sociedade que a incorpora, mas que não é dominada por ela. Se o design opera, por vezes, em uma lógica de mercado, na qual sua autonomia é limitada pelos interesses econômicos, então ele corre o risco de também tornar-se um produto da Indústria Cultural. Todavia, o design pode ser emancipado dessa Indústria Cultural quando se aproxima da arte. A arte é livre, emancipatória. Pela arte, resgata-se a estética, a ética e a política no projeto de design. Ou seja, deve-se pensar em uma sociedade na qual o projeto de design não seja orientado somente pela lógica de mercado, em que o lucro está na centralidade das demandas, mas em uma sociedade na qual o sujeito sente, pensa (sobre a própria realidade) e age (com ferramentas, tecnologias).

1.2 O DESIGN E A ARTE: ESTÉTICA, ÉTICA E POLÍTICA

A partir da premissa de que a relação entre arte e design favorece resultados transformadores, pois promove a imaginação, inicia-se um caminho em direção à estética, ética e política na projeção em design. Sem a pretensão de determinar um conceito estrito, apenas pontuaremos que a arte, nesse contexto, é compreendida pelos regimes estético, ético e político relativos ao que Rancière (2005) chama de *partilha do sensível* que, em suma, são modos de relacionar-se com o mundo, relativos aos modos de ser, de viver e de dizer.

Denomino partilha do sensível o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um comum e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um comum partilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha (RANCIÈRE, 2005, p. 15).

Parece oportuno observar que o design opera nesse sistema de evidências sensíveis e pela experiência do sujeito, “faz ver quem pode tomar parte no comum em função daquilo que faz, do tempo e do espaço em que essa atividade se exerce” (RANCIÈRE, 2005, p. 16). Ou seja, a experiência do sujeito faz ver. Essa partilha é percebida de forma consensual e dissensual, o que marca a posição política do homem no mundo, a exemplo do lugar da mulher ou do negro em determinados momentos históricos. O mesmo autor propõe na partilha do sensível, a união do comum e a separação das partes exclusivas ao definir o fazer ver, pois coloca luz ao que é visível e, também, ao que é invisível nessa partilha. Nesse sentido, a arte inaugura uma nova forma de visibilidade, e assim faz ver.

Ademais, entende-se essa partilha como um tecido, cujos fios são as relações estabelecidas pelas práticas sociais que os constituem, o modo como sentimos e percebemos o mundo. Por isso, Rancière afirma: “a estética promete uma concepção não polêmica e consensual do mundo comum” (RANCIÈRE, 2002, p. 8, tradução da autora). E mais, a política acontece no encontro discordante das percepções individuais, das subjetividades – ela é, na sua essência, estética, pois está fundada sobre a partilha do sensível. Então, a política tem sempre uma dimensão estética;³ sendo assim, a dimensão sensível do design corresponde às evidências sensíveis desse sistema. Sugere-se que essas evidências são sempre organizadas pela possibilidade dos corpos que se fazem ver visíveis e invisíveis em um estado de tensão, uma vez que sempre haverá a chance de alternância dessas posições por eles ocupados. Por isso, a partilha do sensível é dinâmica e é marcada pela possibilidade de mudança. Tais alternâncias são matéria de interesse para o design, pois representam a possibilidade de elaboração de novos sistemas de partilha sensível, o que é materializado pelo projeto de design.

A estética é um tipo de percepção sobre o mundo que se manifesta pela dimensão sensível, como um modo de se relacionar com os fenômenos. É aquilo que funda a percepção do sujeito sobre o mundo através dos sentidos. Ou seja,

³ Essa dimensão estética da política, não é correlata à estetização da política, que Benjamin critica, uma vez que a perspectiva de Rancière sobre a arte não é sobre o uso da arte, seu fim, mas relativo ao regime estético que é um modo de ser da arte.

a estética não está na forma, nem no objeto, mas no modo como percebemos o mundo e também remete ao modo de ser específico da arte, à matéria do sensível (RANCIÈRE, 2005). A estética, pela compreensão da partilha do sensível, sustenta o modo de funcionamento da sociedade. A partir disso, Rancière (2009) propõe pensar a estética pelo ato estético que, em particular, é caracterizado pela introdução de objetos novos e heterogêneos ao campo social da percepção, no comum. O ato estético é uma ação em que o sujeito percebe o mundo pelo sensível, assim como o ato projetual é uma ação de projeção. Ao fazê-lo, o ato estético afeta a experiência do sujeito de certa maneira: reorienta o espaço da percepção e rompe as formas de pertencimento sociocultural arraigadas no mundo cotidiano. Enquanto ato, ele representa a sua realização, sua ação, sua existência no mundo.

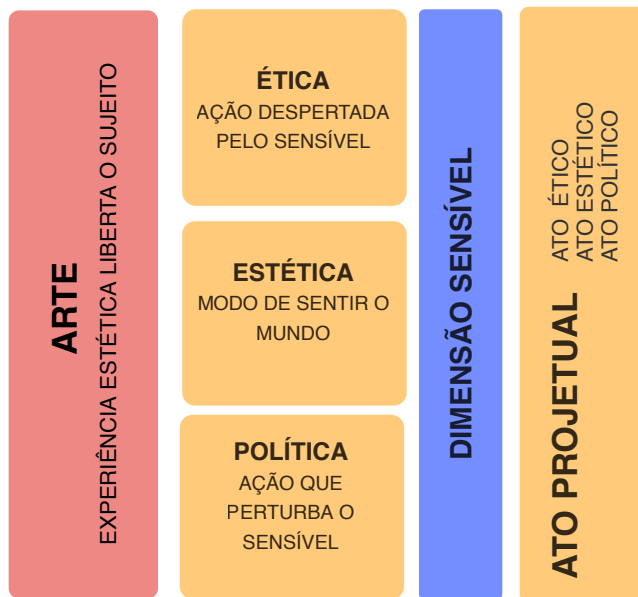
Sobre política, Rancière (1996, p. 372) a define como “o conjunto das atividades que vêm perturbar a ordem [...]. Manifesta-se apenas pelo dissenso, no sentido mais originário do termo: uma perturbação no sensível, uma modificação singular do que é visível, dizível, contável”. Nesse sentido, a política que envolve um tipo de ação está presente na projeção em design, assim como a estética, que envolve a percepção do mundo sensível. Além disso, “antes de ser um conflito de classes ou de partidos, a política é um conflito sobre a configuração do mundo sensível na qual podem aparecer atores e objetos desses conflitos” (RANCIÈRE, 1996, p. 372). A realização da promessa política é o ato político e ambos (ato estético e ato político) têm consequências que não são controladas ou programadas, segundo o mesmo autor. Logo, o debate se torna profícuo para o design quando ganha o *status* da prática, não apenas conceitual, e é ressignificado nos processos de projeção.

Ainda nessa reflexão, a ética, segundo Rancière (2005), equivale ao comum, à maneira de ser do sujeito e do coletivo, relativa às formas de discursos e de práticas, sob um ponto de vista consensual. Assim, o autor apresenta a ética enquanto *ethos*: como modo de ser e viver, o que garante ao sujeito um vínculo com o entorno; e ainda a ética enquanto princípio de ação, pelo viés social. A ética diz respeito ao modo como a partilha do sensível se realiza, pela maneira como os sujeitos relacionam-se. Por outro viés, a ética, em uma perspectiva kantiana, está relacionada àquilo que se manifesta como uma exigência moral, como o homem deve agir. Para Kant (1995), a ética não é determinada pelo princípio da motivação do sujeito, mas é externa a ele, como lei universal. Assim como na estética, Adorno (1993) contrapõe-se à perspectiva da ética kantiana; na obra *Minima moralia*, explica que se deve aprender a lidar com a moralidade, a senti-la e, assim, a se apropriar dela. Para Adorno (1993), a consciência moral interna no sujeito é despertada pela experiência do corpo, pela sensibilidade. Por isso, ética, estética e política

estão intimamente relacionadas, não pela noção de dever, como diria Kant, mas pela dimensão do sensível, o que está de acordo com a proposta de Rancière. E a ética é um modo de agir, sem dúvida, mas atrelado à percepção da dimensão sensível. E mais: diferentemente do sujeito kantiano, que age motivado pelo dever moral (externo a ele), o sujeito, em Adorno, é enfraquecido pela sociedade, no entanto, pela experiência estética, e experiência com outros sujeitos, ele retoma à sua subjetividade. Nesse resgate, a moral passa a ser uma operação interna do sujeito, na relação entre o corpo (do sujeito) e o mundo.

Se o ato político representa a ação que perturba pela sensibilidade, o ato estético é um modo de percepção do mundo pela dimensão sensível, e o ato ético é um modo de agir despertado pela sensibilidade. Logo, os atos ético, estético e político são emancipatórios, pois podem libertar o sujeito. A proposta não é dissociar tais atos, mas, a partir da sua concepção como tal, colocá-los no horizonte dos processos de projeção. Essa proposição é sintetizada pela Figura 2.

Figura 2 – Ato projetual



Fonte: elaborado pela autora.

Configura-se como indissociável a relação entre estética, ética e política e entende-se os atos estético, político e ético como próprios do ato projetual. Logo, as ações realizadas em decorrência do processo de projeção, ao fazerem parte da processualidade, são também ações estéticas, éticas e políticas. Trata-se de um caminho contrário à estetização do processo projetual em design. Para justificar

a importância dessa afirmação, retomamos Benjamin (1992) quando explica que a estetização da política conduziu à guerra, como ocorreu no fascismo e no nazismo. Ele afirma que:

A humanidade que outrora, com Homero, era um objeto de contemplação para os deuses do Olimpo, é agora objeto de autocontemplação. A sua auto-alienação atingiu um grau tal que lhe permite assumir a sua própria destruição, como a um prazer estético de primeiro plano. É isso o que se passa com a estética da política, praticada pelo fascismo. O comunismo responde-lhe com a politização da arte (BENJAMIM, 1992, p. 196).

Não se deve propor uma estética para o design ou uma política para o design, pois há o risco de acabar em uma estética para a política do design, ou uma política para a ética do design. A relação entre a arte e o design ocorre então pela implicação dos atos éticos, estéticos e políticos com o ato projetual, em uma dimensão sensível. Esse tipo de projeção é motivado pelo desejo de transformação sociocultural que, pela imaginação, pode atuar na construção de novas realidades.

DESIGN E TRANSFORMAÇÃO SOCIOCULTURAL

2.1 DA BAUHAUS AO BEM-ESTAR SOCIAL

É possível observar que a relação do design com a técnica e a arte, agregado ao compromisso com o bem-estar social, existe desde os seus primórdios. Essa tríade marca uma importante diferença quando se compara o design às engenharias, às ciências da comunicação e às artes. Para entender melhor esse ponto, retoma-se uma das primeiras escolas de design, a Bauhaus, que surgiu no início do século XX. O design da escola de Bauhaus respondeu politicamente às mudanças que marcaram aquele período histórico, por meio dos processos de projeção que tinham origem na arte e na técnica. O projeto pedagógico da escola era um modo de agir diante da industrialização e do que dela decorria. Eram novas práticas de ensino e de projeto comprometidas com o bem-estar social e com demandas mercadológicas.

Bauhaus, na Alemanha, surge com a proposta para integrar as atividades projetuais agregando saberes da arte e do artesanato à potência da indústria, com um ideal utópico de sociedade justa e igualitária, comum aos movimentos de vanguarda da época. A escola propôs a democratização do consumo, um design acessível a todos, que tinha em si o potencial de melhoria da existência humana

(SUBIRATS, 1988). Essa busca apresenta-se no sentido prático dos projetos de design. Bauhaus nasce com a proposta política de unir os modernos meios de produção e a habilidade criativa dos artistas. Havia, nesse ímpeto, a busca por uma simplicidade projetual, que otimizava processos de fabricação e que tornava o produto acessível a todos. Tratava-se, então, de um projeto, um “modelo de sociedade” com o objetivo comum de preocupação com o bem-estar social, com a qualidade de vida. É o que podemos observar na fala de Gropius, fundador da Escola:

Formamos uma nova corporação de artesãos, mas sem a distinção de classe que pretende levantar uma soberba parede entre artesãos e artistas. Juntos colocamos a nossa vontade, a nossa capacidade inventiva, a nossa criatividade a serviço do novo edifício do futuro, atividade que abarcará tudo: arquitetura, escultura e pintura, e um dia será erguido para o céu pelas mãos de milhões de artesãos como um símbolo cristalino de uma nova fé que está nascendo (GROPIUS apud BERDINI, 1986, p. 38).

Com isso, evidencia-se na Bauhaus, nos seus processos de projeção, também uma proposta ética, estética e política. E, ainda, seu fundador sonhava com um mundo em que a máquina fosse domesticada em benefício do homem (SUBIRATS, 1988). Em suas práxis, o aluno não replicava modelos apresentados pelos seus mestres, ele tinha condições de criar novos processos de projeção e novas metodologias. Nesse âmbito, Bauhaus inaugura uma proposta pedagógica em design que tem consequências políticas, garantidas não pelos resultados que apresentava, mas pela vanguarda de seus processos de projeção que buscavam no encontro da arte e da técnica, um resultado estético, ético e político. A Figura 3 apresenta uma das aulas e evidencia novos modos de pensar e fazer design, muito próximos aos processos artísticos.

Figura 3 – Aula Vorkurs de Josef Albers na Bauhaus (1928)



Fonte: arquivos da Bauhaus.⁴

O projeto da Bauhaus é um projeto social, um ato estético, político e ético, pois atua na transformação da sociedade. Ao aproximar arte e indústria, a proposta não era massificar o consumo de produtos ornamentados, mas produzir produtos que fossem capazes de criar diferentes significados. Bauhaus, em sua gênese, resgata a arte e a incorpora em novos processos de projeção. É nesse momento que o design começa a se configurar. Ou seja, a arte está no âmago do projeto de design.

Além disso, o fazer junto, em um âmbito coletivo, também era uma proposta pedagógica na Bauhaus. De acordo com Findeli (2001), é preciso atualizar Bauhaus em busca da arte, da ciência e da técnica. Desse modo, a dimensão social que a arte traz para o design acompanha os movimentos pós-Bauhaus e segue presente até a atualidade, a exemplo do design estratégico. Findeli (Ibid.) sugere que o design não deve partir apenas de um problema em direção a uma solução, mas que o designer deva partir de um sistema, um estado A para um estado B, em que a mudança faça parte de um aprendizado, o que consideramos transformador. O autor também defende que o designer não somente faça (*poiesis*), mas também atue (*práxis*) nesses sistemas, em uma dimensão política, de ação e ética, de valores não individualistas e de interesse somente do designer.

Após o fechamento da Bauhaus pelos nazistas, em 1933, diversas escolas de design prosperaram ao redor do mundo. Na Alemanha, no início dos anos 1950, um ex-aluno de Bauhaus, Max Bill, funda a Escola de Ulm, uma das mais

⁴ Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/87334865@N08/8565505861/in/album-72157633016636829/>. Acesso em: 19 fev. 2019.

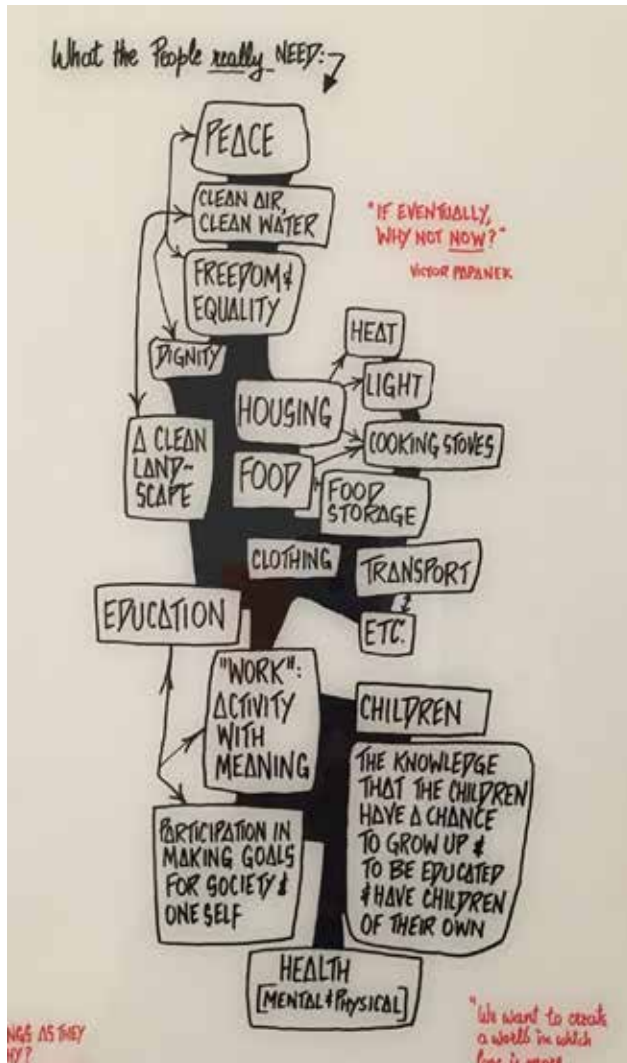
relevantes e que influenciou as escolas que surgiram no Brasil posteriormente, como explica Niemeyer (2000). A proposta de ensino era rigorosa e buscava em disciplinas como psicologia, antropologia e economia um ensino técnico e científico. Surgiam com essa proposta pedagógica os métodos analíticos e quantitativos a favor dos estudos em ergonomia, considerados na época um avanço científico e tecnológico. Um design utilitário e disciplinar nasceu com essa escola que estava voltada para a produção industrial.

Papanek (1977) mostrou, nos anos 1970, preocupação com o âmbito social, no qual o desenvolvimento do design não estivesse voltado para o mercado e sim para o indivíduo, para a comunidade. Trata-se de um design que também olha para as necessidades geradas pela pobreza e pela desigualdade econômica. Para o autor:

Em uma era de reprodução em cadeia, quando tudo tem que ser planejado e projetado, o design tem se convertido no utensílio mais poderoso de que se serve o homem para configurar suas ferramentas e seu meio ambiente (e por extensão, à sociedade e a si mesmo). Isso exige do designer uma elevada responsabilidade moral e social. E exige dos praticantes do design uma maior compreensão das pessoas [...] (PAPANEK, 1977, p. 12).

Entretanto, o design comprometido com o social não pode ser entendido como um design assistencialista somente, mas como um agente transformador da sociedade. O autor foi um dos pioneiros ao colocar luz ao conceito de bem-estar social e ao olhar para os problemas dos países de terceiro mundo pelo viés do design. A Figura 4 apresenta uma visão de mundo, a partir da discussão sobre o que as pessoas precisam, em contraponto ao design que projeta para os interesses do sistema industrial.

Figura 4 – What people really need?

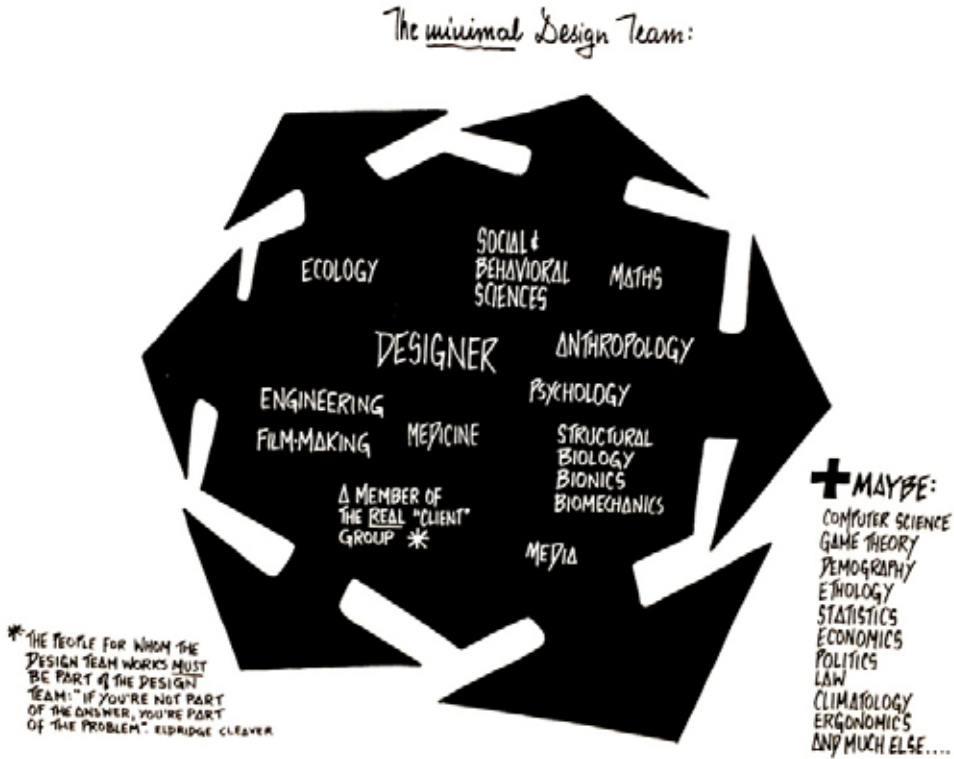


Fonte: Vitra Design Museum.⁵

A Figura 5 questiona os designers que não incluíam nos processos de projeção as comunidades e os indivíduos para os quais o projeto se destinava. Papanek (1977) difundia a importância de inclusão do indivíduo também no problema a ser solucionado.

⁵ Disponível em: <https://www.design-museum.de/en/exhibitions/detailpages/victor-papanek-the-politics-of-design.html>. Acesso em: 24 abr. 2020.

Figura 5 – *The minimal design team*, cenário desenhado por Victor Papanek



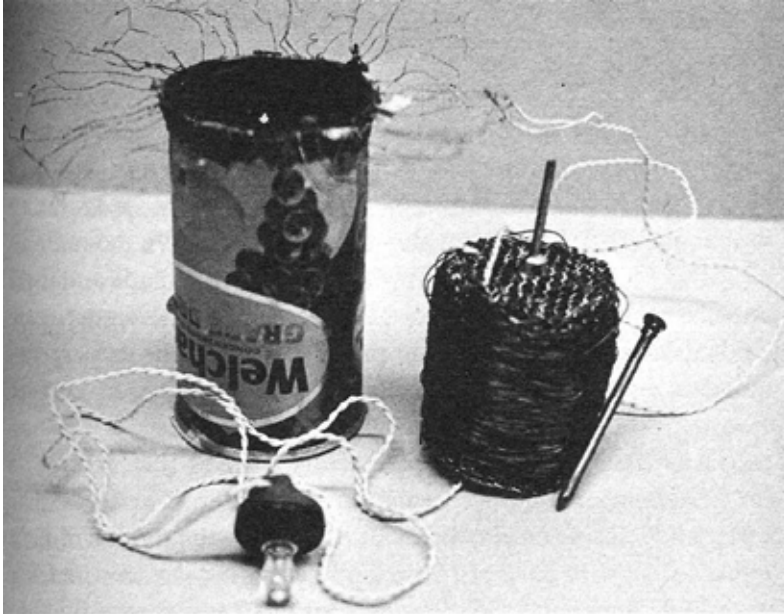
Fonte: Metropolis – Sustainability Lab.⁶

Papanek (1977) apresenta uma visão de mundo em que o design responde aos problemas sociais com soluções de baixo custo e com aproveitamento de recursos disponíveis nas comunidades locais onde atua. A Figura 6, por exemplo, apresenta um transmissor de rádio que não necessita de eletricidade ou bateria, projetado para atender países em desenvolvimento, utilizando recursos locais, como uma lata de alimentos. A produção desse transmissor poderia ser realizada localmente, pois o projeto era compartilhado publicamente. Motivado por uma visão de mundo igualitária e mais justa, o autor criticava o conceito de patentes ou direitos autorais, principalmente em projetos que beneficiavam pessoas com

⁶ Disponível em: <https://www.metropolismag.com/design/victor-papanek-politics-design-vitra-museum/>. Acesso em: 24 abr. 2020.

necessidades especiais. Essa é uma visão humanista da sociedade que atende, sobretudo, as demandas sociais e imagina novas formas de viver.

Figura 6 – Receptor de rádio para o terceiro mundo



Fonte: blog *La arquitectura del objecto*.⁷

Por outro viés, Koskinen (2016) chama a atenção para a questão social e propõe ir além de um design motivado somente por causas sociais e que passe por etapas semelhantes a qualquer outro processo de design. O autor sugere, então, um novo design social ao afirmar que é preciso uma nova forma de entender os problemas de design, o papel do designer e os processos em design à luz de perspectivas humanistas. Koskinen (2016) destaca o design que, por meio da criação de objetos, busca promover a mudança e o debate na sociedade, o que o difere de outras atividades e traz para os artefatos o ineditismo da reflexão.

Uma vez que o design na sua gênese é comprometido com demandas sociais, chamar o design de design social parece ser uma redundância. Nesse caminho, Celaschi e Moraes (2013, p. 43) também se ocupam do tema e afirmam: “neste momento [...] é espontâneo retomar esse binômio do design social para esclarecer que não existe outro design além do design social”. E ainda: “poderíamos, então, dizer que chegamos hoje à consciência de que o design é sempre social, mas nem

⁷ Disponível em <http://laarquitecturadelobjeto.blogspot.com.br/2012/09/victor-papanek-el-disenador-comprometido.html>. Acesso em: 26 abr. 2020.

tudo aquilo que é projetado é determinado com atenção e repercussão sobre o social” (CELASCHI; MORAES, 2013, p. 44). Celaschi e Moraes (2013, p. 45) relembram, ainda, que o conceito de bem-estar está no centro das atenções do design há tempos, “principalmente por meio de dois conceitos: o conceito da ergonomia e da necessidade de referir à dimensão humana, antes física e depois cada vez mais perceptiva”. Entretanto, não pretende-se fazer uma retomada exaustiva acerca do tema design social e da pertinência do termo, mas entender que o design, desde os seus primórdios, nasce motivado por demandas sociais. Parece ser mais interessante olhar para o comprometimento do design com o bem-estar social.

Outra questão relevante é que o design não muda o mundo por meio de um percurso projetual linear. A transformação ocorre por meio de um processo em que design, cultura, sociedade e natureza inter-relacionam-se, e disso resulta o bem-estar social que aponta para novos modos de ser e de viver. Propõe-se que o bem-estar social seja tudo aquilo que remeta à qualidade da vida humana em harmonia com outras formas de vida e com o planeta. Ou seja, a qualidade de vida humana não pode justificar a soberania do homem perante a natureza. A qualidade de vida deve almejar a harmonia na relação homem-natureza. Não se trata de um dever moral e individual, mas de uma ética, própria do design estratégico, que visa à sustentabilidade e à transformação sociocultural.

Logo, a dimensão social do design requer caminhos para uma pesquisa orientada pela transformação sociocultural que promova o bem-estar social. Essa forma de design prospera na imaginação, visa a abrir novas perspectivas sobre o que, às vezes, são chamados de problemas e cria espaços de discussão e debate sobre formas alternativas de ser e viver, para inspirar e estimular a imaginação das pessoas a fluir livremente. Ao desenhar, ao projetar, os designers podem atuar como catalisadores para redefinir coletivamente a relação com o mundo e como o mundo pode vir a ser, em uma perspectiva de futuro.

Entender o futuro é entender o presente, e discutir o tipo de futuro que as pessoas querem, e não apenas tentar supor o que virá com base nos indícios do agora. Portanto, trata-se da ideia de construir um futuro a partir do que se especula no presente, no sentido da possibilidade. “Para nós, os futuros não são um destino ou algo a ser almejado, mas um meio para auxiliar o pensamento imaginativo” (DUNNE; RABY, 2013, p. 14).

Desse modo, a transformação é sempre uma possibilidade, algo que ainda não é, mas que está por acontecer, a partir da mudança, que é parte da vida, e a partir da imaginação. Para transformar é preciso imaginar. E imaginar é o ato de propor aquilo que se diferencia do que é partilhado no comum, no tecido sensível.

2.2 O DESIGN ESTRATÉGICO

O design estratégico se apresenta sob diversos prismas que têm em comum o interesse pelo ideal de bem-estar social. A partir de Meroni (2008), Zurlo (2010), Manzini (2008), Celaschi (2007) e Celaschi e Deserti (2007), inicia-se um percurso aberto, no qual novas perspectivas são postas em convergência. O design estratégico é compreendido como um tipo de design que, sobretudo, atende a interesses sociais, é orientado pelas estratégias e pela aprendizagem por meio da articulação de conhecimentos, de modo transdisciplinar. Nesse sentido, o design estratégico visa à transformação sociocultural e à sustentabilidade, projetando serviços e produtos materiais e imateriais que auxiliam na transformação da realidade tal como a percebemos. Meroni (2008) confere ao design estratégico o papel que envolve, na sociedade e nas organizações, um sistema de valores e ferramentas para lidar com o ambiente externo e, ainda, desenvolver e manter a própria identidade. Por outro viés, Celaschi e Deserti (2007) destacam o design estratégico pela dialogia, que integra conhecimentos específicos no cruzamento da engenharia e tecnologia com arte e criatividade e também no cruzamento de gestão e economia. Os autores ainda citam a capacidade do design de se adaptar a novos conceitos e tecnologias, da qual resulta a capacidade, tão desejada, de produção de sentido.

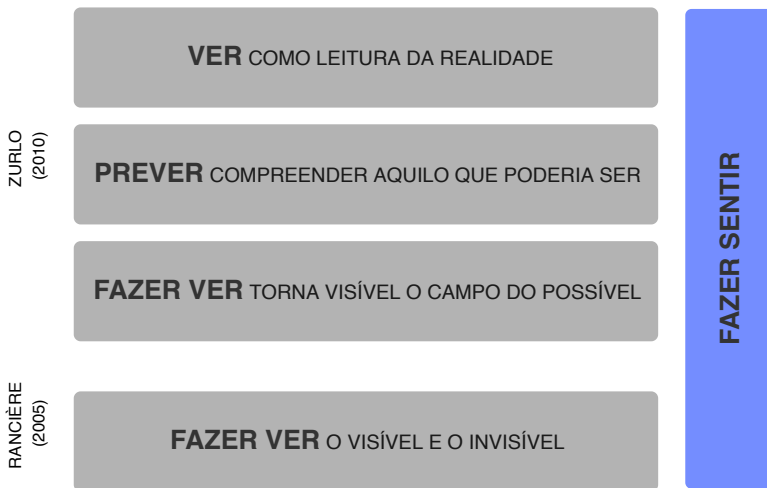
Em particular, nas palavras de Zurlo (2010), o design estratégico é uma palavra-problema, um sistema aberto que inclui diversos pontos de vista e modelos interpretativos. Nesse caminho, o design estratégico se ocupa, de forma geral, da transformação do mundo, uma vez que ele produz sentido na sociedade. Para o autor, a ação estratégica é ativada pelo design e praticada por diversos indivíduos de distintas áreas de atuação e formação, por meio de métodos e ferramentas próprias do design estratégico. O design estratégico opera em um âmbito coletivo na geração de efeitos de sentido (que é o caráter de valor para alguém); essa produção de sentido é a chave de leitura da estratégia (Zurlo, 2010). Acrescenta-se à proposta do autor o fato de ser possível encontrar as estruturas de sentido pelo ato de interpretação e, assim, altera-se a percepção sobre a realidade – efeitos de sentido são criados. Desse modo, a produção de sentido pelo ato projetual está relacionada à transformação da realidade tal como a percebemos.

Nesse viés, Zurlo (2010) propõe três capacidades estratégicas relacionadas à relevância visual, que é característica do design: (a) a capacidade de ver, como leitura da realidade, como ato criativo, que exige do designer uma atitude curiosa em face dos fenômenos socioculturais: ver é compreender a cultura presente; correlacionada ao ver, o autor propõe (b) a capacidade de prever, como uma antecipação

crítica do futuro, ao se compreender aquilo que poderia ser e que também exige ver, exige interpretação e sensibilidade; a terceira capacidade é a de (c) fazer ver, que, mais do que as anteriores, suporta a ação estratégica, torna visível o campo do possível e é um instrumento para o processo de tomada de decisão.

Acrescenta-se à perspectiva de Zurlo (2010), de ver, prever e fazer ver, a perspectiva de fazer ver de Rancière (2005). Segundo essa perspectiva, o ato estético, ético e político coloca no campo da percepção o visível e o invisível, portanto, faz ver. Pela sensibilidade é possível ressignificar o fazer ver, uma vez que o possível estaria preso a uma dada realidade; ao imaginar o impossível pelo ato projetual, pode-se transformar essa realidade. Para isso, é preciso o fazer sentir. No entanto, não se deve resumir essa proposta a capacidades isoladas, mas entendê-las como capacidades complementares que se realizam pelo ato projetual. Assim, elas fazem parte das ações de design estratégico que orientam as práticas em âmbito coletivo. Em suma, o design estratégico também está relacionado ao fazer sentir, conforme apresentado na Figura 7.

Figura 7 – Fazer sentir



Fonte: elaborado pela autora.

Na sequência dessa argumentação, opta-se por referir o design estratégico apenas como design. E mais, se é na estratégia que esse tipo de design se diferencia, é preciso retomá-la. Os autores italianos citados neste estudo não tratam com precisão metalinguística o conceito de estratégia, mas, em um âmbito geral, aproximam o termo a capacidades de projeto que vislumbram algum tipo de

transformação. Para Zurlo (2010), por exemplo, a estratégia está relacionada à produção de sentido. Esse tipo de conceituação torna possível diferentes interpretações, pois não assume um dado ponto de vista.

À luz da complexidade, parte-se da premissa de que é a estratégia que pode libertar o design de um determinismo lógico marcado exclusivamente pela racionalidade técnica. Deve-se pensar a estratégia não mais associada às perspectivas de controle, planejamento e previsão de resultados específicos, como o exigido em projetos de organizações tradicionais, como um *a priori*. A estratégia anda por caminhos distintos aos das ações controladas e de qualquer tipo de preparação que oriente para práticas e atividades predeterminadas. E ainda:

A estratégia permite, a partir de uma decisão inicial, encarar um certo número de cenários para a ação, cenários que poderão ser modificados segundo as informações que vão chegar no decurso da ação e segundo os imprevistos que vão surgir e perturbar a ação (MORIN, 2008, p. 116).

A ideia de estratégia integra os acasos, os acontecimentos e pode ser alterada no percurso da ação, sem tomadas de decisões predeterminadas. A tomada de decisão e as escolhas iniciais são desejáveis na projeção, para a execução de atividades e tarefas, mas não podem se sobrepor, pois acabariam com o movimento próprio do percurso estratégico. As mudanças são inerentes ao percurso, no qual é preciso o acolhimento dos acontecimentos, dos acasos, que não podem ser controlados ou previstos, mas que, ao surgirem, precisam ser incorporados à projeção. A estratégia permite “utilizar informações que aparecem na ação, de integrá-las, de formular esquemas de ação e de estar apto para reunir o máximo de certeza para enfrentar a incerteza” (MORIN, 2005, p. 192). Portanto, a estratégia auxilia o movimento metaprojetual. E, por essa razão, a estratégia está associada a uma inteligência metodológica, que também é coletiva, que age como uma força motriz.

A estratégia que acolhe as incertezas e os acasos também está relacionada ao âmbito coletivo, pois coloca em convergência diferentes perspectivas – do âmbito coletivo emerge formas de organização que são chamadas de colaborativas. Manzini (2008) é um dos principais autores associados ao design estratégico de tradição italiana a tratar das formas de organização chamadas colaborativas. A partir da observação de práticas sociais difusas, o autor observa e categoriza três tipos de organizações colaborativas: (a) serviços colaborativos: serviços sociais nos quais os usuários estão ativamente envolvidos, são codesigners e coprodutores dos serviços – a exemplo disso, o autor cita uma casa onde idosos de diferentes idades vivem em comunidade, compartilhando recursos e adaptando-os às suas diferentes necessidades; (b) empreendimentos colaborativos, empreendimentos

de produção ou iniciativas de serviços que fomentam novos modelos de atividades locais, em que os indivíduos são também coprodutores – o autor aponta como exemplo uma empresa de jovens que reformam casas para eles mesmos; e (c) cidadãos colaborativos, grupos de pessoas que colaborativamente resolvem problemas comuns a todos e que se tornam coprodutores dos resultados obtidos – como exemplo, o autor cita um jardim compartilhado entre vizinhos. Manzini (2008) entende que essas organizações colaborativas são iniciativas de produção de bens e serviços baseadas em relações entre pares e pressupõem um alto grau de confiança mútua. O que motiva, une, permite que esses sujeitos atuem juntos, é o que Cipolla (2004) chama de “qualidades relacionais” e o que Manzini (2008) destaca no trabalho entre pares, tratado como confiança. As qualidades relacionais citadas pelos autores são de ordem das relações interpessoais e de coesão social.

Manzini (2008) não aprofunda o tema, no entanto, destaca-se a importância do âmbito coletivo para o design, a partir de temas que indicam qualidades relacionais e que atuam na coesão social, em especial a solidariedade, a empatia e a convivência. Fazer junto, em um âmbito coletivo, é mais abrangente que colaborativo. O fazer junto pode envolver motivações comuns, como a resolução de um problema específico de interesse coletivo ou a simples vontade de querer projetar, mudar ou transcender uma dada realidade, que pode não ser pautada por um problema ou necessidade.

A solidariedade, pelo senso comum, pode ser compreendida como uma condição ou estado do indivíduo de compadecimento com o problema do outro, que acontece na alteridade e se expressa pelo ato de bondade em prol do bem-estar social. Entretanto, não é possível associar solidariedade somente a um conceito moral individual, de dever, de responsabilidade sobre o outro perante uma fraqueza; refere-se, sobretudo, àquilo que une os sujeitos socialmente, que produz a coesão social. É preciso superar a perspectiva de solidariedade apresentada por Durkheim (2008), na qual a solidariedade é representada pelos laços de coesão e controle entre os indivíduos, pelo grau de especialização do trabalho. Por outro viés, em uma sociedade complexa, esses laços vão além das relações de dependência relativas ao trabalho, o que requer uma flexibilidade no modo como se compreende a solidariedade. Morin (2002), aproxima a solidariedade ao compartilhamento de ordem material e afetiva (sensível), o que é uma característica do homem que possibilitou sua trajetória evolutiva. Ou seja, a sua sobrevivência esteve relacionada ao modo solidário de existência.

Daí que as relações de solidariedade entre diálogos de diferentes naturezas também estão presentes na relação de compartilhamento entre um e outro, entre sujeitos de

uma mesma relação, tal como ocorre na relação corpo-espírito, onde “um e outro são inseparáveis, nem um nem outro é “o primeiro”. Temos que compreender plenamente que a noção-anel de “autos” é produtivamente anterior às noções de corpo, de alma, de espírito, e que a noção-anel de indivíduo-sujeito é logicamente anterior a elas (MORIN, 2002, p. 321).

A solidariedade ocorre na interdependência entre os indivíduos nos mais diversos tipos de relações. A convivência, por exemplo, é uma condição necessária para que aconteça a solidariedade, ou seja, o estar próximo é condição para compartilhar momentos sociais e culturais, em relações solidárias. Acrescenta-se, ainda, a empatia, que é a capacidade de prever o que o outro sente ou pode sentir, colocar-se no lugar. Canevacci (1993, p. 23) diz: “Por empatia se entende a solidariedade com a diversidade. Portanto é horizontal, enquanto paritária; coloca sobre o mesmo plano fusional observado e observador”. Assim, solidariedade, convivência e empatia estão relacionadas ao âmbito coletivo do design e são inerentes ao bem-estar social.

2.3 A TRANSFORMAÇÃO SOCIOCULTURAL

De acordo com o que foi apresentado, a projeção visa, sobretudo, às transformações socioculturais, fundadas na produção de sentido. E quando um projeto é estratégico e coletivo, a possibilidade de transformar é favorecida, pois há a participação de diversos sujeitos no percurso projetual, agregando distintas visões de mundo e formas diversas de conhecimento. Esse tipo de transformação se aproxima do conceito de inovação social, porém preferimos nos referir a “transformação sociocultural”.

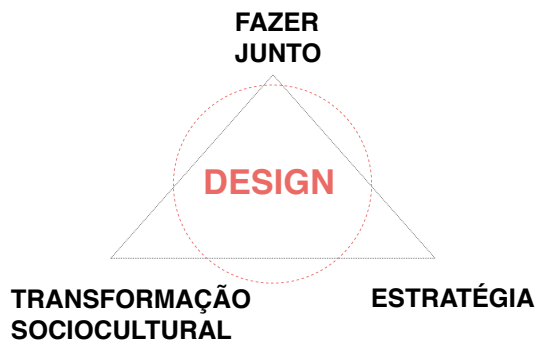
Para Manzini (2008), inovar é usar a criatividade e o design para resolver problemas, e, para isso, é preciso pesquisar e aplicar novos modelos para que se criem novas funções e significados nas culturas, introduzindo novas formas de pensar. Esse mesmo autor define, ainda, a inovação social como “mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades” (MANZINI, 2008, p. 61).

A inovação não está associada apenas à resolução de problemas, mas à (re)significação de práticas socioculturais. E, para Meroni (2008), a inovação exige mudanças comportamentais. No entanto, a mudança deve ser cultural, o que é mais abrangente que comportamental. Portanto, a inovação é parte da transformação sociocultural.

Assim posto, a estratégia, o fazer coletivo e a transformação sociocultural configuram um triângulo que fundamenta o design estratégico. Ou seja: (a) estratégia

é compreendida como inteligência que orienta o movimento metaprojetual; (b) fazer junto é evocado como atividade coletiva que requer solidariedade, empatia e convivência; e (c) transformação sociocultural é resultante de um projeto que transforma a realidade ao produzir sentido pelo ato projetual.

Figura 8 – Design estratégico: fazer junto, estratégia e transformação sociocultural



Fonte: elaborado pela autora.

PROCESSOS DE SIGNIFICAÇÃO NA PROJETAÇÃO

3.1 PRODUÇÃO DE SENTIDO

A produção de sentido interessa uma vez que remete à transformação da realidade tal como é concebida. Por essa razão, é preciso investigá-la pelo viés da linguagem e pelos processos de significação que ocorrem na projeção. A projeção refere-se ao processo projetual. E ato projetual é tratado como a ação que envolve atos estéticos, atos éticos e atos políticos na projeção.

A linguagem é uma condição humana: “a linguagem é a casa do ser”, de acordo com Heidegger (2003, p. 124). Em Saussure (2012), a linguagem está relacionada à compreensão da convencionalidade do signo linguístico que, em suma, é a associação entre a imagem (o significante) e o conceito (significado). Para compreender a significação, resgata-se a relação significado e significante que compõe o signo, e assim “o plano dos significantes constitui o plano de expressão e o dos significados o plano do conteúdo” (BARTHES, 2012b, p. 51). Portanto, plano dos significantes será acompanhado de (E) e o plano dos significados acompanhado de (C).

Cada plano comporta, de fato, para Hjelmslev, dois *strata*: a forma e a substância [...]. A forma é o que pode ser descrito exaustiva, simples e coerentemente (critérios epistemológicos) pela Linguística, sem recorrermos a nenhuma premissa extralinguística; a substância é o conjunto dos aspectos dos fenômenos linguísticos que não podem ser descritos sem recorrermos a premissas extralinguísticas (BARTHES, 2012b, p. 52).

A significação é compreendida como forma da expressão do significado e não como forma do conteúdo do significado. Segundo Barthes (2012b, p. 61), “a significação pode ser concebida como um processo; é o ato que une o significante e o significado, cujo produto é o signo”. Esse processo também é conhecido como semiose. Essa união não se encerra, uma vez que pelo ato semântico o signo vale também pelos seus contornos. Ou seja, o sentido não é subordinado apenas pela relação significado (C) e significante (E), mas também pela relação semântica com todos os demais signos daquele sistema. O funcionamento desse sistema depende da compreensão de que os signos estão em uma relação diferencial e negativa entre si e no sistema, ou seja, um signo é algo, adquire valor, na medida em que não é outra coisa. Na linguagem, portanto, existem apenas relações diferenciais. Barthes (2012b, p. 69) ainda explica que “o sentido só se fixa realmente a partir desta dupla determinação: significado e valor. O valor não é então a significação, mas provém, diz Saussure, ‘da situação recíproca das peças da língua’”. Sentido e significado não são sinônimos; conseqüentemente, a perspectiva da significação é relativa ao processo e o sentido relativo ao resultado. Nesse caminho, a linguagem é um sistema de signos convencionados, e, por meio do manejo dos signos, pensamos, ou seja, a possibilidade do pensamento está relacionada à faculdade da linguagem (BENVENISTE, 2005).

Para Greimas (1973), a significação tem como objeto o texto, e tal proposição implica considerá-la um todo de sentido e dotado de uma organização específica. Nesse caso, é preciso dar conta dos elementos que o estruturam e que o configuram em sua totalidade de sentido. É importante lembrar que a etimologia da palavra “texto” remete a tecer, trançar, e, portanto, existe um sistema de relações que dão sentido a essa estrutura, o texto. Tudo que é objeto de significação é, então, texto, e não apenas o que é escrito ou falado, uma vez que o signo é manifestado por diversas materialidades e processa diferentes sentidos. Ademais, a significação deve buscar integrar as demais linguagens que coexistem com as línguas naturais e artificiais, verbais e não verbais. E as linguagens verbais têm, nos vocábulos, o seu sistema de códigos, que também são visuais e sonoros, dependendo da sua natureza. Nesse caso, as linguagens visuais e não verbais têm estruturas de códigos que operam por signos visuais, representados em imagens, a exemplo da fotografia. Para Greimas (1973), a significação acontece no percurso entre o enunciador até

o enunciatário, na relação entre conteúdo e expressão, e é manifestada de forma discursiva. Não exatamente o que o texto diz, mas como é dito é o que importa na significação, que envolve o processo de acumulação e produção de sentido. O percurso gerativo de sentido, para Greimas (1973), é relativo ao plano do conteúdo, no qual encontra-se os efeitos de sentido do texto.

Contudo, se é por meio da linguagem que se criam as ideias, se significa o mundo, é por meio dela que se percebe, interpreta e transforma a realidade ao manejar os signos. A realidade é compreendida, nesse viés, como uma construção simbólica, representada pelas linguagens. Então, o design estratégico, como atividade projetual imaginativa, atua no campo da significação e trabalha com textos diversos. Quando o design confere valor a algo, quando produz sentido, constrói realidades.

3.2 O PROJETO DE DESIGN: DO TEXTO AO DISCURSO

Se o design transforma a realidade ao produzir sentido, tal proposição coloca em evidência a relação entre a projeção em design e os processos de significação. Logo, a projeção também configura um percurso narrativo, ou seja, um percurso gerativo de sentido, que ocorre em uma sucessão de ações, numa passagem de um estado anterior para um estado posterior (GREIMAS, 1973). A narrativa faz parte da vida em sociedade e, desde os primórdios, o homem conta histórias e narra acontecimentos passados. É o que caracteriza a narrativa como um modo de expressão, a exemplo dos mitos, das epopeias, dos romances, das metáforas e das histórias que conhecemos ao longo da vida. A narrativa “é um tipo de texto em que na sucessão de acontecimentos, eles se respondem uns aos outros, não necessariamente em ordem sequencial de acontecimentos reais verossímeis” (BENTZ, 2015, p. 238). Evidencia-se, com essa afirmação, que as narrativas: (a) constroem um percurso que pode ser não linear; (b) manifestam alguma transformação de estado; e (c) comunicam discursivamente valores e conceitos. Para Bentz (2015, p. 227), “as narrativas terão aqui relevância pelo fato de considerá-las instâncias de reconhecimento capazes de explicitar estratégias de ver, prever e fazer ver, portanto, serem de interesse dos processos de projeção”. Bentz (Ibid., p. 228) diz, ainda:

Relacionar o ato de projetar ao ato de narrar tem toda pertinência. O processo projetual cria uma narrativa-síntese do ser e do dever ser; a estratégia em que essa narrativa projetual pretende operar, corresponde, via de regra, aos sentidos postos e pressupostos, lineares e subliminares, processos praticados pelos sujeitos da operação nas linguagens.

Em especial, as narrativas favorecem a imaginação e representam uma visão de mundo, pois constroem, manifestam e comunicam as realidades. O design, nesse caminho, projeta em um percurso narrativo, articulando imagens por meio das linguagens visuais, manejando signos. E, novamente, concordamos nesse sentido com Bentz (Ibid., p. 233), quando afirma que:

A linguagem das imagens ganha relevância especial para o processo de projeto, pois correspondem ao mundo da referência (não do referente) e ao mundo da imaginação, ou seja, espaço textual do delírio, do sonho e da fantasia. Ela tem o poder de representar, por meios analógicos e por sistemas não lineares (difusos), o real que se quer construir.

Para Bentz (Ibid., p. 238), “na dimensão narrativa, é necessário um sujeito operador com condições de executar ações que materializam as transformações”. Portanto, no percurso narrativo, ocorre a produção de sentidos. E, desde Bauhaus, o design está comprometido com a visualidade, por meio do ato projetual. Para Gropius (apud SUBIRATS, 1988), o design seria uma ciência visual e, nessa perspectiva, Findeli (2001) propõe para o design uma inteligência visual que se aproxima do conceito de estratégia. Essa inteligência visual, para o autor, é parte de um sistema capaz de penetrar no mundo invisível da consciência humana (pensamentos, propósitos, motivações), sistemas estes que são da complexidade semiótica, da percepção e da recepção dos artefatos de design. De um outro modo, Zurlo (2010) igualmente destaca a visualidade e coloca as capacidades de ver, prever e fazer ver como competências de design. Para Zurlo (Ibid.), ver é a capacidade de observar os fenômenos além da sua superfície visível, é um ato imaginativo, assim como fazer ver o visível e o invisível, como diz Rancière (2012), ou seja, faz sentir. É possível, então, compreender que os recursos visuais são fundamentais para que se materializem as ideias (ZURLO, 2010). Portanto, as narrativas imagéticas conferem ao projeto de design uma habilidade de torná-lo visível, pois têm nas imagens a sua matéria significativa. Ao concordar com a natureza visual do design, entende-se que é preciso projetar por meio de imagens e comunicar-se com o mundo visualmente. E mais: para visualizar é preciso sentir, o que aproxima, no ato projetual, visualidade, sensibilidade, imagem e imaginação.

Sobre a imagem, Aumont (2006, p. 260) a define como “um objeto produzido pela mão do homem, em um determinado dispositivo, e sempre para transmitir ao seu espectador, sob forma simbolizada um discurso sobre o mundo”. A imagem, assim, pode ser um aspecto da realidade, representada por uma linguagem visual, uma forma de construir uma visão de mundo. A conceituação acerca da imagem transita entre diferentes perspectivas, simbólica, cultural e social. E a relação entre

imagem e sujeito é central na afirmação de Aumont (2006), que confere à imagem um caráter de mediação entre o sujeito e a realidade. O autor ainda relaciona o sujeito ao papel de construtor da realidade e vice-versa.

Por outro caminho, Barthes (2012a) compreende que a imagem em si é matéria significativa (E), de natureza polissêmica, e atua na produção de sentido, o que a distingue do conceito de mediação proposto por Aumont (2006). Por se tratar do significativo (E), a imagem nos conduz ao significado (C). Todavia, é preciso considerar que a imagem não está aprisionada a um objeto material, pois condiz ao mundo da referência. Logo, pode haver uma imagem sem que haja um dado referente. É nesse ínterim que a imaginação ganha espaço.

Ou seja, deve-se entender a imagem pelo seu caráter de representação (de realidades), como matéria significativa; e o projeto, como uma narrativa imagética. Todavia, essa representação é uma produção de sentido sobre o real que não produz verdade, mas verossimilhanças. E, portanto, a imagem amplia o espaço da interpretação e permite a imaginação fluir.

Em consonância com essa argumentação, Rancière (2012) propõe o caráter duplo da imagem: o primeiro caráter é uma relação simples que produz semelhanças de um original, não sua cópia, mas apenas o que é suficiente para tomar seu lugar; e o segundo caráter, que se apresenta pela arte: operações que resultam na alteração da semelhança. Para o autor:

[...] essa alteração pode assumir mil formas: pode ser a visibilidade conferida a pinceladas inúteis para nos fazer saber o que é representado num retrato; um alongamento dos corpos que expressa seu movimento a despeito de suas proporções; uma locução que exacerba a expressão de um sentimento ou torna mais complexa a percepção de uma ideia [...]. É nesse sentido que a arte é feita de imagens, seja ela figurativa ou não, quer reconhecamos ou não a forma de personagens e espetáculos identificáveis. As imagens da arte são operações que produzem uma distância, uma dessemelhança (RANCIÈRE, 2012, p. 15).

Para Rancière (2012, p. 12), as imagens “são operações, relações entre um todo e as partes, entre uma visibilidade e uma potência de significação e de afeto que lhe é associada, entre as expectativas e aquilo que vem preenchê-las”. E ainda, “palavras descrevem o que o olho poderia ver ou expressam o que jamais verá, esclarecem ou obscurecem propositalmente uma ideia. Formas visíveis propõem uma significação a ser compreendida ou a subtraem” (Ibid., p. 15). Nesse âmbito, Rancière (Ibid., p. 16) defende que a imagem não é uma exclusividade do visível, uma vez que “há um visível que não produz imagem, há imagens que estão todas

em palavras”. A imagem, ainda, é a “significação das coisas inscritas diretamente sobre os corpos, sua linguagem visível a ser decifrada” (Ibid., p. 22).

Sendo assim, a narrativa imagética constrói, manifesta e comunica, por meio de relações entre os enunciados, a produção de sentido que resulta da projeção em design. A narrativa é o encadeamento de enunciados e a enunciação, para Bakhtin (1992), é a marca da interação entre sujeitos (dialogismo), uma vez que a palavra tem duas faces, isto é, a de alguém e a de outro alguém. Ademais o sentido, na dialogia, desdobra-se sobre a significação.

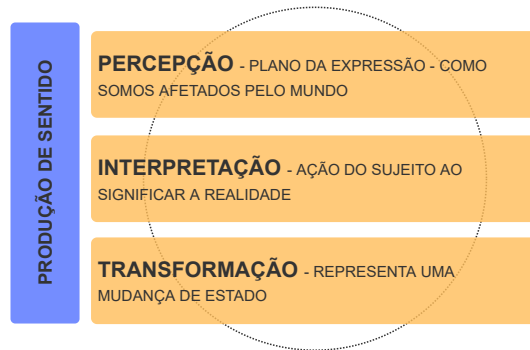
Nesse caminho, o discurso, para Bakhtin (1992), é um fenômeno social que acontece em processos dialógicos de representação, articulado por enunciados. O encadeamento de enunciados constitui, assim, uma narrativa que, nesse viés, é o próprio discurso que marca a presença do sujeito. O projeto, enquanto narrativa imagética, carrega a voz dos sujeitos, que coletivamente fazem parte da projeção. E, ainda, a polifonia, para Bakhtin (1992), é a relação entre diversos discursos, um atravessamento de multiplicidades de vozes em uma narrativa discursiva. O sujeito, portanto, só existe na perspectiva do coletivo e do seu entorno. É possível dizer que o dialogismo é o modo de funcionamento da linguagem, que se articula sempre entre relações de enunciados. “As relações dialógicas são relações (de sentidos) entre toda espécie de enunciados na comunicação discursiva” (BAKHTIN, 1992, p. 98). O design, ao produzir sentido, organiza e reorganiza essas relações dialógicas em enunciados discursivos.

3.3 PERCEPÇÃO, INTERPRETAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO

O projeto de design, pela narrativa imagética, visa a transformar a realidade pela ação dos processos de significação. A percepção, a interpretação e a transformação são processos de significação que resultam do manejo dos signos. Essa tríade é indissociável e é na narrativa que tudo se explicita: (a) a percepção corresponde ao plano da expressão, condiz com a forma que nos afeta pelo mundo sensível, apreendida pelos nossos sentidos; (b) a interpretação é a ação do sujeito, que, a partir da percepção de algo que se manifesta na realidade, confere a essa manifestação um significado. Para tanto, o sujeito relaciona, classifica e aponta para discontinuidades em um determinado sistema e organiza as relações semânticas a partir dos signos. Ao interpretar, compreende-se algo. Para Zingale (2016, p. 15), “O projetar [...] advém de uma incessante atividade de interpretação”. A interpretação é uma atividade exploratória, “é uma atividade de compreensão do que se apresenta à mente como obscuro ou surpreendente [...] é um sentido possível a ser construído” (ZINGALE, 2016, p. 15); (c) a transformação, assim, é

resultado de uma ação que aciona mudança de estado na narrativa, ao produzir mudança de nível metaprojetual. O signo transformado passa a representar algo que antes não tinha ocorrido e, então, um novo sentido é criado ao apontar para uma nova referência no mundo; novas relações são (re)organizadas no sistema do mundo sensível e, com isso, novas realidades são criadas. Em síntese:

Figura 9 – Instâncias da narrativa: percepção, interpretação e transformação



Fonte: elaborado pela autora.

A partir dessa tríade, possibilita-se um percurso gerativo de sentido, no plano da expressão, que foge, em parte, àquilo que se propõe nos estudos de significação dedicados aos modelos de interpretação no plano do conteúdo.

Em decorrência disso, ao perceber, interpretar e transformar os signos, o designer cria os efeitos de sentido e, a partir deles, constrói realidades. É, portanto, pela interpretação que podemos relacionar tais processos aos níveis de conhecimento (GREIMAS, 1973) situados em um nível metalinguístico, o que equivale ao metadesign ou metaprojeto. Para Bentz e Franzato (2016, p. 1.426), o metaprojeto é um “processo que traz a necessidade de refletir sobre os níveis de conhecimento, uma vez que o movimento que entre eles se dá materializa as relações dinâmicas dos processos projetuais”, em seus vários níveis. Para os autores, o ato projetual acontece entre o deslocamento desses níveis: “res” (realidade), língua-objeto, metaprojeto, metodológico e epistemológico. E o processo de projeção é desencadeado pelas operações de metaprojeto, metodológicas e epistemológicas.

De acordo com a hierarquia dos níveis apresentada por Bentz e Franzato (2016), na Figura 10 é possível situar a transformação a partir do deslocamento entre esses níveis projetuais e a metodologia que orienta esse movimento é o design estratégico.

Figura 10 – Níveis projetuais

| | |
|-----------------|-------------------------|
| EPISTEMOLÓGICO | (Bases epistemológicas) |
| METODOLÓGICO | (Design Estratégico) |
| ----- | |
| METALINGUÍSTICO | (Metadesign) |
| LÍNGUA-OBJETO | (Design) |
| ----- | |
| REALIDADE | (Res) |

Fonte: Elaborado a partir de Bentz e Franzato (2016, p. 1.426).

Desse modo, o conceito de percepção é (re)significado e apresentado como aquilo que acontece no nível da realidade, a interpretação está situada no nível do design e a transformação ocorre no deslocamento para o nível do metaprojeto. Em suma, ao transformar a realidade, o design realiza um deslocamento e atua no nível do metaprojeto, definido recursivamente pelas metodologias e pelas epistemologias de design. O movimento contrário também acontece: uma vez que um novo sentido é criado, ele é devolvido para a realidade, pois recebe um novo referente. A interpretação é a chave dessa operação metaprojetual. E a estratégia é responsável pelo movimento entre os níveis projetuais.

Se o percurso gerativo de sentido é atualizado pelo plano do conteúdo, ainda é preciso desenvolver um percurso gerativo de sentido no que tange ao plano da expressão. Essa separação entre plano do conteúdo e plano da expressão é relativa aos modelos interpretativos; logo, não é possível considerá-los atividades que ocorram separadamente em uma sucessão de acontecimentos. Conforme exposto:

No que concerne aos níveis de pertinência do plano da expressão, nada ainda hoje está suficientemente claro. Supõe-se que seja necessário buscar apoio, inicialmente, nos modos do sensível, no aparecimento do fenômeno e em sua esquematização em formas semióticas (FONTANILLE, 2005, p. 16).

Essa é uma proposição que tem como motivação pensar sobre a projeção em design no que diz respeito ao plano da expressão e à matéria sensível. O plano da expressão é, com certeza, matéria de interesse do design, mas é pouco explorado no âmbito da pesquisa nos modelos interpretativos.

3.4 HERMES NA CIDADE: DA PERCEPÇÃO À TRANSFORMAÇÃO

Um importante lócus de atuação para o design estratégico é a cidade, pois é um espaço dinâmico que está em constante processo de transformação. Desse espaço podem resultar projetos comprometidos com a própria cidade ou projetos que encontram na cidade substratos criativos que podem vir a atender a outras

demandas da sociedade. Em especial desde o século XIX, a cidade ou o viver na cidade despertam nos designers, filósofos, antropólogos, sociólogos, historiadores, geógrafos, artistas, engenheiros e arquitetos distintos modos de concepção sobre as formas de habitá-la. Os fenômenos sociais ocorridos a partir da revolução industrial modificam radicalmente esse espaço do ponto de vista sociocultural, econômico, político e ambiental. Em decorrência disso, iniciam-se os estudos de urbanização⁸ das cidades e o planejamento das vias públicas, edificações, áreas verdes e espaços públicos que visavam à organização da vida e também ao controle na cidade. O interesse não é pelo viés do urbanismo, mas pensar a cidade a partir das perspectivas: (a) cidade enquanto fenômeno social, fruto da modernidade e (b) cidade enquanto experiência estética.

A cidade é o reduto da modernidade, da técnica, da aceleração, das ferrovias, das máquinas e do consumo, em especial o lugar do comércio da *imageria*.⁹ Benjamin (2000) denuncia a degradação (*Erniedrigung*) da cidade, que seria a predominância da vivência e a diminuição da experiência do indivíduo, consequência da racionalização da organização social. De acordo com o que foi apresentado anteriormente, a experiência está relacionada a uma memória, à produção de sentido; a vivência cria no sujeito uma consciência que o ajuda a lidar com o mundo – uma não se contrapõe à outra. Portanto, a cidade deve ser experienciada pelo designer e não somente vivenciada. Para evitar a degradação, é preciso aprender a experienciar e a vivenciar a cidade, lócus de atuação do design, uma vez que a experiência estética faz ver (o visível e o invisível).

Benjamin (2000), ao observar a Paris transformada pela reforma de Haussmann no século XIX, não desenvolve uma teoria, mas realiza ensaios fragmentados que denunciam as profundas transformações sociais na cidade moderna. O registro de tais transformações também foi narrado pelo documentário *Um homem com uma câmera*, de Dziga Vertov, em 1929. Esse documentário seminal apresenta a cidade moderna e o homem moderno a partir de uma experiência cinematográfica.

Assim como a narrativa de Vertov, essa trajetória também é fragmentada; não há uma concepção de cidade, mas fragmentos que se apresentam ao experienciá-la e vivenciá-la. No documentário, imagens pulsam no ritmo da cidade.

⁸ O termo urbanização, que se refere ao planejamento urbano, foi apresentado no século XIX por Ildefonso Cerdá, em sua obra *Teoria geral da urbanização* (MOYNIHAN, 1980).

⁹ Em nota, o tradutor de Rancière (2012, p. 24) fala sobre essa expressão: “No original, *imagerie*; o termo deve ser tomado aqui em sentido amplo – relativo a todas as formas de produção e reprodução de imagens, não especificamente às produzidas por ‘equipamento imageador’ como repertório de imagens disponíveis”.

E a arquitetura, o comércio, os manequins, os carros, o mendigo e os passantes nos apresentam o *ethos* dessa cidade. Em um primeiro momento, o olhar sobre a cidade pode ser confundido com o olhar de um *flâneur*. No entanto o *flâneur*, na cidade moderna, é seduzido pelo fetiche das mercadorias e as olha com sonhos de consumidor, tornando-se ele mesmo mercadoria. Ele não sabe disso, pois o espírito da mercadoria age como um alucinógeno, explica Benjamin (2000). Dessa forma, perder-se na cidade parece um caminho interessante para quem busca experienciá-la:

[...] saber orientar-se numa cidade não significa muito. No entanto perder-se numa cidade, como alguém se perde numa floresta, requer instrução. Neste caso, o nome das ruas deve soar para aquele que se perde como o estalar do graveto seco ao ser pisado, e as vielas do centro da cidade devem refletir as horas do dia tão nitidamente quanto um desfiladeiro (BENJAMIN, 1993, p. 73).

Ao destacar a importância do perder-se na cidade, o autor reforça a experiência estética, pois afeta o modo como a percebemos. E, ao percebê-la, também a interpretamos e a transformamos. Barthes (1987, p. 184) define a cidade como um espaço significante “de elementos marcados e de elementos não marcados [...]”. Como é evidente, cada cidade possui uma espécie de ritmo”. Pela experiência estética, que faz perceber, é possível trilhar um caminho em direção à **interpretação** e à transformação da realidade a partir da cidade. E mais: “a cidade fala aos seus habitantes, nós falamos a nossa cidade, a cidade onde nos encontramos simplesmente quando a habitamos, a percorremos, a olhamos” (BARTHES, 1987, p. 184). Doravante, a cidade é compreendida como uma experiência estética e semiótica, e, portanto, “descobrimos que, quando se quiser fazer a semiologia da cidade, provavelmente será necessário levar mais longe e com uma minúcia maior o significante” (BARTHES, 1987, p. 186-187), ou seja, o plano da expressão. Para Barthes, é preciso olhar a cidade através dos seus signos e textos, para então desvendar os seus ritmos e os seus sentidos. É a fotografia que permite adentrar pelo plano da expressão no inconsciente óptico da cidade, o que nos revela uma dimensão sensível da cidade.

Nesse mesmo caminho, a cidade, para Canevacci (1993, p. 43), “é o lugar do olhar [...] o olhar significa não somente olhar; mas também ser olhado”. E ainda, a cidade “se caracteriza pela sobreposição de melodias e harmonias, ruídos e sons, regras e improvisos cuja soma total, simultânea ou fragmentária, comunica o sentido da obra” (CANEVACCI, 1993, p. 18). A cidade é, portanto, também polifônica e isso significa que

A cidade em geral e a comunicação urbana em particular comparam-se a um coro que canta, com uma multiplicidade de vozes autônomas que se cruzam, relacionam-se, sobrepõe-se umas às outras, isolam-se ou se contrastam; e também designa uma determinada escolha metodológica de “dar vozes a muitas vozes”, experimentando assim um enfoque polifônico como qual se pode representar o mesmo objeto – justamente a comunicação urbana. A polifonia está no objeto e no método (CANEVACCI, 1993, p. 18).

Para o autor, “a cidade é narrada com diversas técnicas interpretativas, cada qual uma diferente uma da outra” (CANEVACCI, 1993, p. 18). Essa não é uma tarefa solitária, não se pode experimentar a cidade só, é preciso observar e ser observado, e assim multiplicar as vozes de quem o acompanha. Canevacci (1993) também destaca que o estudo da cidade exige o desenraizamento e o estranhamento, o que permite que o sujeito interprete o sentido daquilo que lhe parece estranho e assim amplie o seu campo de percepção sobre a cidade.

Canevacci (1993) segue dizendo que “compreender uma cidade significa colher fragmentos. E lançar entre eles estranhas pontes, por intermédio das quais seja possível encontrar uma pluralidade de significados. Ou encruzilhadas herméticas” (CANEVACCI, 1993, p. 35). É pelo método que essas pontes serão lançadas. Ademais, segundo Graves (2008), Hermes, na mitologia grega, é o mensageiro. É o senhor dos caminhos, das passagens, um dos deuses mais espertos e, por isso, lhe é atribuída a habilidade da oratória e da negociação. É Hermes o responsável pela comunicação entre os mundos e sua principal tarefa é interpretar as vontades dos deuses. Filho de Zeus e de Maia, Hermes, no seu primeiro dia de vida, roubou as vacas de Apolo, seu irmão. Ele era malandro, astuto e transitava entre o mundo dos homens e dos deuses. Era ele quem conduzia as almas mortas para o Hades e quem carregava os sonhos enviados aos mortais por Zeus.

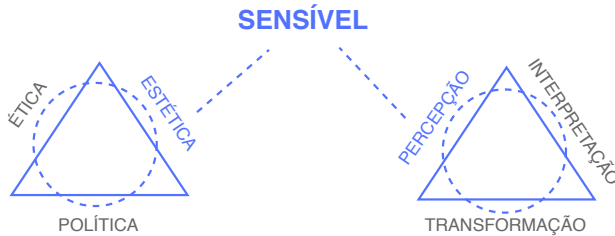
Portanto, ao registrar a cidade e lançar pontes sobre os fragmentos, o designer também interpreta mensagens. Canevacci (Ibid., p. 35) também afirma que “tenta-se compreender estes territórios. Descrevê-los e interpretá-los. Mas também transformá-los”. Por essa razão, o autor afirma:

O etnógrafo é um pouco como Hermes: um mensageiro que, contando com algumas metodologias para descobrir o mascarado, o latente, o inconsciente, pode obter a sua mensagem até mesmo através do furto. Ele apresenta linguagens, culturas e sociedades em toda a sua opacidade, estranheza e falta de sentido; então como se fosse um mágico, um hermeneuta – o próprio Hermes – esclarece o que não estava claro, torna familiar o que era estranho e dá sentido ao que era desprovido de sentido. Ele decodifica a mensagem. Ele o interpreta (CANEVACCI, 1993, p. 29).

A ação do antropólogo, de descrição, interpretação, transformação, assemelha-se à ação do design, de percepção, interpretação e transformação. O visual é objeto e método, deve ser interpretado e também deve ser o meio da interpretação (CANEVACCI, 1993), tanto para o antropólogo quanto para o designer. É preciso que o designer, como Hermes, perceba e interprete a narrativa da cidade para então projetar novos significados a partir da transformação desses signos.

Nesse sentido, é profícuo relacionar as tríades percepção/interpretação/transformação e estética/ética/política pelo viés do sensível, identificado pela percepção e manifestado pelo ato estético, conforme representado na Figura 11. Embora sejam indissociáveis, a conexão poderia se dar por quaisquer dessas faces, mas, neste contexto, interessa principalmente a conexão estética e percepção.

Figura 11 – Sensível: conexão entre estética e percepção



Fonte: elaborado pela autora.

TRANSFORMAÇÃO DA REALIDADE

4.1 TRANSDISCIPLINARIDADE

A transdisciplinaridade e a transculturalidade são processos que dialogam com o design estratégico. A transdisciplinaridade pode ser compreendida como um atravessamento transversal entre disciplinas e para além delas, um atravessamento de saberes e modos de aprendizagem que não prevê mais fronteiras de conhecimento, que se manifesta nos processos dinâmicos e fluidos, em uma perspectiva sistêmica. A transdisciplinaridade, para Nicolescu (2005), é a possibilidade de compreender a realidade a partir de suas múltiplas dimensões. Logo, mais do que reunir saberes e conhecimentos de áreas diversas, o projeto de design transdisciplinar tem a possibilidade de projetar na perspectiva de novas realidades.

Para Nicolescu (2005), a necessidade de criar laços entre diferentes disciplinas traduz-se, no século XX, pela pluridisciplinaridade e pela interdisciplinaridade. Para o autor, a pluridisciplinaridade é o estudo de um objeto de uma determinada disciplina por várias disciplinas, o que enriquece as perspectivas acerca da pesquisa pelo cruzamento de conhecimentos distintos. Ou seja, “a abordagem pluridisciplinar ultrapassa as disciplinas, mas sua finalidade continua inscrita na estrutura da pesquisa disciplinar” (NICOLESCU, 2005, p. 15). Para o autor,

“A interdisciplinaridade tem uma ambição diferente daquela da pluridisciplinaridade. Ela diz respeito à transferência de métodos de uma disciplina para outra (NICOLESCU, 2005, p. 15). E sobre a transdisciplinaridade, o autor argumenta que, “embora a transdisciplinaridade não seja uma nova disciplina, [...] alimenta-se da pesquisa disciplinar”. Por esse ângulo, as pesquisas disciplinares e transdisciplinares não são antagonistas, mas complementares. Assim sendo, os processos em design também são de natureza transdisciplinar e, por consequência, são favorecidos pelas relações de transferência e trocas com outras disciplinas. A transdisciplinaridade não é um estado a ser alcançado, mas um horizonte que se apresenta, uma vez que, para o design metaprojetual, a operação transdisciplinar é uma operação de deslocamento de nível de conhecimento, nunca situado no nível da realidade. É pelo movimento metaprojetual que novas realidades são postas em evidência. O prefixo “trans” refere-se às relações estabelecidas entre, através ou além da realidade.

É o diálogo estabelecido entre as culturas que permite que a assimilação das diferenças e a troca de conhecimento aconteçam. De acordo com Bakhtin (1992), a vida é, por natureza, dialógica. Viver significa participar de diálogos. O autor afirma, ainda, que a alteridade define o ser humano, pois o outro é imprescindível para sua concepção: é impossível pensar no sujeito fora das relações que o ligam ao outro. O modo como eu vivencio o eu do outro difere inteiramente do modo como vivencio o meu próprio eu; o outro faz parte da construção do eu. Enquanto representação, o diálogo é de natureza discursiva; em um mundo representado, diferencia-se de sujeito para sujeito e as culturas influenciam o modo como cada um representa a realidade. Em suma, a cultura é a expressão da coletividade que contempla as particularidades dos sujeitos. Logo, arte e design estão em dialogia, uma vez que a arte não é parte do design, mas, sim, existem relações de transferência e troca entre ambos, vivenciadas em culturas diversas.

4.2 TRANSCULTURALIDADE

A projeção ocorre em conjunturas de pluralidade/diversidade cultural, desse modo, faz-se necessário trabalhar em projetos de design de modo a considerar que haja um atravessamento de diversas culturas trazidas pelos sujeitos presentes na projeção. Plural e diverso estão juntos, uma vez que o primeiro se refere à quantidade de sujeitos envolvidos e destaca que cada indivíduo é um sujeito, e a diversidade considera a coexistência de culturas em que esses sujeitos estão inseridos.

Utilizar o termo “transculturalidade” em concomitância com o termo “multiculturalismo” permite a compreensão de que as culturas não são somente múltiplas, mas que vão entre, além de ou através de. Por essa razão, a transculturalidade não concorre com a cultura, mas a complementa. Além disso, a transculturalidade é correlata à transdisciplinaridade, na perspectiva de que “a pesquisa disciplinar diz respeito, no máximo, a um único e mesmo nível de Realidade [...]. Por outro lado, a transdisciplinaridade se interessa pela dinâmica gerada pela ação de vários níveis de Realidade ao mesmo tempo” (NICOLESCU, 2005, p. 14). Do mesmo modo, uma pesquisa cultural trata de uma cultura em uma dada realidade, e a pesquisa transcultural abre caminho para a possibilidade de investigação na perspectiva de novas realidades, em distintos níveis projetuais. Portanto, na projeção em design, a transculturalidade enseja novas visões de mundo que favorecem as transformações socioculturais.

Para melhor compreender os temas pertinentes à transculturalidade, convoca-se a linguagem e a cultura. As linguagens são de ordem sistêmica e o sujeito se insere na sociedade operando diferentes sistemas em um processo sincrônico de ressignificação do mundo. A sociedade é, desse modo, uma estrutura humana que tem, nas suas culturas, o seu modo de organização. Nesse paradigma, a cultura, em uma dimensão simbólica articulada pela linguagem, é a expressão de uma sociedade *hic et nunc*, em que o conhecimento estará associado ao ponto de vista do sujeito em dado tempo e espaço. A perspectiva de transculturalidade, então, liberta os sujeitos.

De acordo com Benveniste (2005), na cultura, como na língua, há um conjunto de símbolos, cujas relações faz-se necessário definir. Se existe, então, esse conjunto de símbolos (signos), é por meio da linguagem articulada por eles que poderemos significar e representar a cultura em uma dada sociedade. Na esteira dessa perspectiva, a cultura é uma construção coletiva estabelecida por relações entre os sujeitos em uma linguagem própria que se manifesta por signos. Sobre a cultura, Benveniste (2005, p. 31) diz: “chamo cultura ao meio humano, tudo o que, do outro lado do cumprimento das funções biológicas, dá à vida e à atividade humana forma, sentido e conteúdo. A cultura é inerente à sociedade dos homens”. O autor ainda reforça que a cultura é um fenômeno simbólico em um conjunto muito complexo de representações, organizadas por um código de relações e de valores, como as tradições, a religião, as leis, as artes e a política. É pela linguagem que o homem assimila a cultura, que a perpetua e a transforma. Assim, uma cultura é operada por diversas linguagens na sociedade que fazem parte de uma estrutura de significação e que são organizadas por diferentes tipos de signos.

O estudo dos signos, além do funcionamento e do uso da linguagem, remete, ainda, à dimensão social do signo, que o ressignifica (BAKTHIN, 1992). Essa dimensão fundamenta os códigos sociais estabelecidos pelas linguagens capazes de organizar e significar a sociedade. O signo social é um signo de participação: por meio dele, o sujeito manifesta a sua identidade e pertença a um grupo e, concomitantemente, reivindica e institui essa pertença.

No paradigma complexo, segundo Morin (2011), a compreensão de cultura também está relacionada à noção sistêmica e de linguagem. O autor afirma que “a cultura que caracteriza as sociedades humanas é organizada/organizadora via o veículo cognitivo da linguagem, a partir do capital cognitivo coletivo dos conhecimentos adquiridos [...] em uma sociedade” (MORIN, 2011, p. 19). Portanto, existe uma relação comum e indissociável entre conhecimento, cultura e sociedade. Ademais, à luz da complexidade, a compreensão da cultura parte da perspectiva de um sistema que envolve ordem-desordem e interação-organização, composta por códigos, modelos, saberes e modos de viver que não são uniformes, estanques ou sistematizados – ou, ainda, previsíveis. Esse sistema não é somente estruturado mas, complexo, desordenado e imprevisível. É a partir do caos que surgem as possibilidades de novas ordens; é pela tensão entre ordem e desordem que a imaginação em design é potencializada.

Além disso, a significação é também dinâmica, necessária à transformação, o que favorece a interpretação dos sujeitos e potencializa os sistemas de representação que são as linguagens. Portanto, não podemos considerar a cultura nem mesmo como algo que é ou está, mas como algo que está por vir, que pode ser ou resultar em algo, o que garante dinamismo imanente e possibilidade constante de transformação. A cultura, em uma relação de totalidade com o homem, estimula e colabora para a produção de conhecimento e transformação do mundo.

A transculturalidade abre portas para discussões acerca da produção de conhecimento. E de acordo com Morin (2011, p. 24): “A cultura e, via cultura, a sociedade estão no interior do conhecimento humano”. O autor acrescenta ainda:

A relação entre os espíritos individuais e a cultura não é indistinta, mas, sim, hologramática e recursiva. Hologramática: a cultura está nos espíritos individuais, que estão na cultura. Recursiva: assim como os seres vivos tiram sua possibilidade de vida do seu ecossistema, o qual só existe a partir de inter-retroações entre esses seres vivos, os indivíduos só podem formar e desenvolver seu conhecimento no seio da cultura, a qual só ganha vida a partir das inter-retroações cognitivas entre os indivíduos: as interações cognitivas dos indivíduos regeneram a cultura que as regenera (MORIN, 2011, p. 24).

Há uma relação indissociável entre homem, cultura e conhecimento. Nesse caminho proposto por Morin, no qual o homem e a cultura estão em uma relação hologramática e recursiva, surge o sujeito do conhecimento. Esse sujeito, segundo Morin (1999), vai além do sujeito da narrativa (GREIMAS, 1973) que busca o objeto-valor impulsionado por um desejo somente. Entende-se que o sujeito de Morin (Ibid.) produz conhecimento por suas particularidades em relação à cultura. A subjetividade, portanto, possibilita diferentes e criativas visões de mundo que já não coincidem com a imagem do sujeito moderno, portador de uma essência naturalmente passiva. A subjetividade é compreendida como as particularidades do sujeito tecidas em sua relação com a cultura e a sociedade, em fluxo contínuo.

A subjetividade interessa ao design de modo recursivo, em uma relação sujeito-cultura e cultura-conhecimento. O design não está além das culturas: opera e é operado pelos sistemas complexos que as constituem e, assim, os projetos de design orientados por esse paradigma encontram, nas dinâmicas complexas das relações entre os sujeitos, o potencial de inventividade. Para Morin (Ibid.), a pulsão, a emoção e a razão caminham juntas na subjetivação, propiciam ao sujeito do conhecimento uma certa alquimia mental em que as pulsões se tornam ferramentas de conhecimento. A partir dos estados emocionais, o homem constrói a sua compreensão do mundo, teoriza e interpreta os fenômenos vividos. Morin (Ibid.) esclarece, além disso, que a emoção supera a compreensão unívoca de um estado de espírito que produz satisfação, contentamento ou prazer, compreendendo-a como uma ação cognitiva que inclui estados de fúria, rebeldia e descontentamento e que, por isso, faz o sujeito agir, movimentar-se. A emoção não é regida pela racionalidade que aliena o homem moderno, para o qual prevalece no Esclarecimento justamente porque o exige de suas emoções.

Ademais, a complexidade é definida por Morin (2008) como um tecido (*complexus*: o que é tecido em conjunto) de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados (paradoxo do uno e do múltiplo) e, ainda, como o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos que constituem o nosso mundo fenomenal. Para o autor, a complexidade apresenta-se com os traços inquietantes da confusão, da desordem, da ambiguidade e da incerteza. E as narrativas imagéticas são manifestações complexas que podem expressar realidades difusas, inquietas, emocionadas e desordenadas em relações hologramáticas e recursivas nos projetos de design.

Segundo Morin (2011), nenhum conhecimento escapa às suas condições culturais, sociais e históricas de formação. O autor postula que “prisioneiro de uma cultura, o espírito só pode libertar-se com a ajuda da cultura” (MORIN, 2011,

p. 114). Para Morin (Ibid., p. 24), “o conhecimento está na cultura e a cultura está no conhecimento”. Em paradigmas nos quais existem a exigência de organização, sistematização, ordenamento e a rejeição da desordem há um grande risco de que tais operações reduzam a compreensão da realidade – limitando, assim, a ciência (MORIN, 2008) – e, por consequência, ignorem a multiplicidade de sentidos possíveis de serem manifestados. A complexidade permite, então, a expansão do conhecimento nas pesquisas em que as incertezas são consideradas no espaço da reflexão.

A polifonia, que marca a presença de diversos discursos (vozes) e aponta para o atravessamento da multiplicidade de sujeitos, também caracteriza o atravessamento entre as culturas, próprio da transculturalidade. A compreensão da pluralidade/diversidade cultural é necessária à transculturalidade, pois não se opera como ou com culturas distintas, mas com diversas culturas que estão em relações ubíquas de coexistências/convívios.

Morin (2011) relaciona a diversidade/pluralidade dos pontos de vista ao conceito de dialógica cultural. A dialógica cultural enseja a transculturalidade, manifesta-se pela diversidade encontrada em todas as sociedades, seja pelas diferenças cognitivas entre os indivíduos, seja pelas diferenças que emergem do intercâmbio de ideias entre as culturas. Para que não haja embate, é preciso que se estabeleça a lei do diálogo como regra da dialógica cultural. Morin (Ibid.) também explica que, na dialógica cultural, há um calor cultural entendido por analogia com o conceito físico, segundo o qual onde há calor, há agitação, instabilidade e turbulência. Sendo assim, podemos considerar que, onde há calor cultural, há multiplicidade, trocas, diversidade de opiniões e ideias. Para Morin (Ibid.), a dialógica cultural favorece o calor cultural, que, por sua vez, favorece a efervescência cultural em uma relação de totalidade. Assim,

A conjunção da pluralidade, do comércio, do conflito, do diálogo, do calor constitui uma alta complexidade cultural. Em consequência, a plena utilização de uma enorme diversidade, em uma dialógica em que as ideias antagônicas e concorrentes se tornam ao mesmo tempo complementares, a intensidade e a riqueza do próprio debate criam condições de autonomia para o espírito (Ibid., p. 32).

O princípio dialógico, da dialógica cultural, está entre a ordem e a desordem, o que promove a imaginação, uma vez que “nessa dialógica o imaginário pode transformar-se em imaginação e a ideia louca estimular ou enfraquecer o pensamento racional” (MORIN, 2015, p. 112). De acordo com Morin (2015), a continuidade da humanidade depende da possibilidade de criação de uma civilização planetária

a partir de um modelo de interação multicultural baseado na complexidade do conceito de *unitas multiplex*.

Desse modo, a transculturalidade é uma estratégia projetual, que acolhe as diferenças no percurso projetual. E o acolhimento das diferenças culturais está associado ao que Morin (2011) afirma sobre a existência de vida cultural e intelectual dialógica, o “calor” cultural e a efervescência cultural já referidos. Para ele, essas condições culturais enfraquecem os níveis deterministas do *imprinting* cognitivo, dos paradigmas, das doutrinas e dos estereótipos que são responsáveis por limitar a expansão do conhecimento, cegando e impedindo o surgimento da dúvida e da incerteza.

4.3 ESTRANHAMENTO

Na transculturalidade, diversos valores e visões de mundo são postos em dialogia. O que resulta em um embate marcado por diferenças culturais. Segundo Bhabha (1998), a assimilação de sentido pelas culturas acontece no domínio das diferenças. Para esse autor, o trabalho fronteiriço da cultura exige um encontro com o novo que não seja parte contínua do passado e do presente e é na assimilação dos contrários que surge a condição prévia para a articulação da diferença cultural (BHABHA, 1998). Contudo, é o sujeito da narrativa que permite o deslocamento e permite a aceitação do que é estranho em lugar da sua negação. As narrativas constroem discursivamente as experiências sociais dos sujeitos, que se deslocam e trazem à tona os entre-lugares. Nesse entre-lugar, acontece a tradução e o consenso que permitem a construção do novo; a partir da interpretação, o sujeito (re) significa aquilo que lhe é apresentado como novo. É importante, então, destacar que a pluralidade/diversidade cultural permite a produção de sentido e esse é um processo de enunciação que discrimina, diferencia e cria campos de força, o que resulta em estranhamento.

Os entre-lugares e os processos que resultam em estranhamento nas culturas correspondem ao movimento entre os níveis projetuais. O estranhamento pode favorecer a transformação sociocultural, percurso este marcado por conflito de ideias e embate cultural. Nesse viés, a enunciação auxilia a reflexão sobre o estranhamento, por ser aquilo que organiza a narrativa e que representa os sistemas culturais; é um espaço contraditório e ambivalente, no qual as condições discursivas da enunciação garantem que o significado e os símbolos da cultura não tenham unidade, mas possam ser apropriados, uma vez que são dinâmicos. Logo, é possível que haja a assimilação dos contrários em uma reorganização fluida e recorrente dos enunciados, sem que haja a sua negação.

Chklóvski (1991) é um dos primeiros pensadores a arrolar sobre o estranhamento na arte. Para o autor, o artista deve almejar o desconhecido, buscar por aquilo que se apresente como não familiar. Disso resulta uma construção simbólica de elevado grau de dificuldade que exige maior empenho e energia para fruir a obra. Assim como Chklóvski (1991), entendemos que o estranhamento permite renovar a percepção sobre a realidade, o que o aproxima das intenções aqui propostas para o ato projetual. Conforme dito anteriormente, o ato projetual reorienta o espaço da percepção ao introduzir novos objetos. O estranhamento distancia (estranha) o sujeito em relação ao modo comum como ele apreende o mundo e o leva a uma nova perspectiva de realidade, oriunda da experiência estética. Por outro viés, Canevacci (1993), em seus estudos etnográficos acerca das cidades, sugere que onde houver excesso de familiaridade é preciso modelar um tipo de estranhamento e onde houver diferenças é preciso que se aprenda a familiarizar. E, assim, “estranhar toda a familiaridade possível e, ao mesmo tempo, familiarizar-se com as suas múltiplas diferenças” (CANEVACCI, 1933, p. 30).

Morin (2011, p. 34) postula que “a dialógica cultural supõe o comércio cultural, constituído de trocas múltiplas de informações, ideias, opiniões, teorias [...] o intercâmbio de ideias produz o enfraquecimento dos dogmatismos e intolerâncias”. Em síntese, são as estratégias transculturais que orientam a projeção em design na busca pelo enfraquecimento do *imprinting* cultural; e, nesse caminho, o estranhamento favorece a dialógica cultural.

PROJETAÇÃO

5.1 A PROJETAÇÃO EM DESIGN: O LÓCUS DA IMAGINAÇÃO

Se a transformação da realidade acontece pela produção de novos sentidos, é preciso, então, ampliar a perspectiva de realidade no processo de projeção. Desse modo, Zingale (2016) aponta para o sentido da possibilidade no design, que é “complementar ao sentido da realidade, ou seja, a capacidade de pensar tudo o que puder ser, exatamente porque ainda não existe” (ZINGALE, 2016, p. 17).

Refletir sobre o sentido da possibilidade no design é refletir também sobre a imaginação presente na projeção, pois, segundo Nelson e Stolterman (2003), o design é a habilidade de imaginar aquilo que ainda não existe, fazê-lo aparecer em uma forma concreta e nova, além de criar propósito para o mundo real. A palavra imaginação tem a mesma etimologia de imagem, do latim *imago*, que significa a representação visual de algo. Em grego antigo corresponde a *eidos*, mesma raiz de ideia ou *idea*, conceito de Platão que discute a representação do real. Logo, imaginar é habilidade de fazer existir aquilo que ainda não é, de criar ideias. E, para Bachelard (2007), o ato de criar é dependente do ato de sonhar.

Compreender o design na sua faculdade imaginativa desloca-o para um tempo e um espaço diferenciados; os próprios autores também sugerem que o design,

através do percurso imaginativo, seja algo a se realizar em um tempo futuro. Esse deslocamento não acontece por dedução ou indução, não é referido a uma dada realidade, mas é um deslocamento abduutivo. Ou ainda, é uma experiência estética.

A abdução no processo projetual ocorre em consonância com a indução e a dedução. Sendo assim, Zingale (2016, p. 17) aproxima o sentido do possível à abdução: “a atividade inventiva e projetual se apoia na ideia da possibilidade que a abdução seja ativada no pensamento, enquanto capacidade de gerar hipóteses acerca da ausência do possível [...] a partir de um fato surpreendente”. A abdução, para Peirce (1974), é a operação para formar hipóteses explicativas. É a única operação lógica a introduzir ideias novas, uma vez que a dedução extrai inferências contidas nas próprias premissas e a indução confirma as inferências pela experimentação. Portanto, ambas tratam de um passado, e a abdução permite provar algo que possa vir a ser, em um tempo futuro. Em resumo, “a Dedução prova que algo deve ser; a Indução mostra que algo atualmente é operatório; e a Abdução faz uma mera sugestão de que algo pode ser” (PEIRCE, 1974, p. 52). Desse modo, a abdução não contém qualquer verdade em si, mas uma *uberdade*,¹⁰ que é uma alta capacidade criativa, tão necessária ao design quanto a verdade. Mais do que a busca por verdades, o design encontra na busca por *uberdades* um potencial criativo de elaboração daquilo que possui potencial de vir a ser. E mais, a transformação da realidade não poderia ser uma verdade, uma vez que ela ainda não é, mas é sempre algo que pode vir a realizar-se; desse modo, orienta o processo de projeção.

Na mesma esteira, Findeli (2001) sugere, portanto, que o design supere a lógica materialista, positivista e dualista. Um caminho é a construção de um percurso metodológico que privilegie a imaginação. Portanto, a relação dialógica entre arte e design favorece a imaginação, pois favorece a lógica abduitiva, necessária para estimular tais operações. É o que afasta o projeto de design da dicotomia problema e solução como única práxis. Dunne e Raby (2013) também se contrapõem ao entendimento do design como atividade orientada apenas para a resolução de problemas. Os autores criticam a ideia de que seja possível compreender genericamente problemas como fome e mudanças climáticas, por exemplo, e depois quebrá-los em partes para, então, resolvê-los. Segundo os autores, é evidente que muitos dos desafios hoje enfrentados são questões rígidas, entendem que a única maneira de superá-los é pela mudança de comportamento, o que deve ser cultural.

O design, assim, prospera na imaginação, pois visa a abrir novas perspectivas sobre o que às vezes é chamado de problema e cria espaços de debate sobre formas

¹⁰ *Uberdade*: do latim *uber*, que significa mama, referente ao significado de fértil, abundante.

alternativas de ser e viver que representam o bem-estar social. Ao projetar, os designers podem atuar como catalisadores para redefinir coletivamente a relação com a realidade. Entender o futuro é entender o presente e é, sobretudo, discutir o tipo de futuro que as pessoas sequer podem prever ou sonhar. Portanto, trata-se da ideia de imaginar um futuro a partir de iberdades: “Para nós, os futuros não são um destino ou algo a ser almejado, mas um meio para auxiliar o pensamento imaginativo” (DUNNE; RABY, 2013, p. 14).

O futuro não é uma verdade a ser antecipada, nem uma verdade a ser prevista, mas uma iberdade que coloca o designer diante daquilo que tem alta capacidade produtiva, de algo que pode vir a ser projetado, ao considerar-se a realidade presente. O futuro, em um projeto de design com potencial transformador, precisa ser, de algum modo, utópico, imaginativo e, portanto, manifestação de algo que pode vir a ser, que ainda não é.

5.2 UTOPIA: FORÇA MOTRIZ PARA O DESIGN

A premissa de que projetos comprometidos com a transformação sociocultural têm nas utopias alto potencial criativo é a base da argumentação na sequência desta seção. As utopias, enquanto estratégias de design, podem ser estimulantes como um ideal a ser alcançado, mas, por vezes, produzem deslocamentos distantes das realidades a serem enfrentadas. Em parte, a utopia é lugar de sonho, de vanguarda, uma verdadeira força motriz para a transformação, pois segue na busca do impossível em termos de conceitos e valores (SILVA; BENTZ; FRANZATO, 2019). Conforme aponta Foucault (1991), as utopias confortam; se não dispõem do tempo real, disseminam-se em um espaço maravilhoso. Thomas More, em 1516, propôs na obra *Utopia* uma sociedade fictícia que, situada em uma ilha imaginária, correspondia ao seu ideal de justiça e perfeição. Essa nova sociedade representa um projeto humanista. E, assim como Thomas More, outros autores ao longo da história pensaram utopicamente a sociedade. More ensinou que o exercício da imaginação desafia o *status quo* e apresenta-se como uma força motriz, tão desejada em tempos de crise como o que se apresenta na atualidade, por exemplo. Essa força liberta o designer das amarras do presente e permite projetar um futuro promissor, simplesmente porque o coloca em frente aos dissensos da realidade. A utopia emerge da possibilidade daquilo que pode vir a ser, justamente porque ainda não é. E essa é uma operação lógica de natureza abduativa que não encontra inferências contidas nas próprias premissas, como a dedução, nem confirma inferências pela experimentação, como a indução.

Desse modo, o pensamento utópico está associado a: (a) uma sociedade real que é criticada; (b) uma proposta de modelo que é a resposta a essa crítica; e propõe, assim, (c) um espaço-modelo idealizado que é criado como uma plataforma de experimentação. Nas artes, os movimentos de vanguarda como o surrealismo, o dadaísmo e o cubismo tiveram na utopia a inspiração para a criação de uma nova arte que buscava no impossível novos conceitos e valores.

Foucault (1991) propõe dois tipos de espaços: as utopias e as heterotopias. As heterotopias se apresentam em uma perspectiva de espaço, como forma de relações de posições, e levam em conta indivíduos e fenômenos que anteriormente seriam descartados devido ao seu caráter marginal, inconstante e apolítico. A heterotopia tem origem no grego: *heteros* significa o diferente, e *topia* significa o lugar, o espaço. As utopias “são posicionamentos sem lugar real” (FOUCAULT, 2004, p. 45) e as heterotopias são lugares reais que, em parte, obedecem a padrões, normas e regras aceitas pela sociedade, mas que se manifestam por conflitos, mudanças, e fogem ao padrão de comportamento cultural vigente (SILVA; BENTZ; FRANZATO, 2019). As sociedades criam no seu interior heterotopias, lugares reais que estão fora dos lugares aceitos pela sociedade. Esses lugares apresentam comportamentos sociais fora do comum, desviantes às normas e têm um caráter de vanguarda. Para Foucault (1970), esses espaços são caracterizados pela inversão, suspensão ou neutralização da ordem oficial.

Foucault (1970) destaca que a heterotopia causaria efeitos que vão além da ordem pública e que esse tipo de espaço causa uma sensação de desconforto em todos aqueles que dela fazem parte, que a vivenciam. No entanto, para o autor, esses espaços heterotópicos continuariam a ser frequentados pelos indivíduos, pois eles saciam algum tipo de necessidade. Por isso, Foucault (1970) julgava importante o papel das heterotopias para a renovação social, ainda que não ocorresse de forma ordenada. A natureza contestatória desses espaços é apresentada por suas formas de comportamentos e novas produções de sentido que são atípicas em relação àquelas previstas pela sociedade. As heterotopias buscam a utopia e, para Silva, Bentz e Franzato (2019, p. 167), “enquanto a utopia é sempre uma força tensionadora, e não um espaço-tempo a ser alcançado de fato, as heterotopias são vivenciadas *hic et nunc* e é onde se processam as transformações”.

Para o design, as heterotopias, situadas nas cidades, são espaços de produção de sentido, de compartilhamento de ideias e de efervescência cultural. E, “isso equivaleria a dizer que parte relevante da pesquisa em design deveria ocupar-se da proposição de novos dispositivos comprometidos para além dos fins ético-estéticos e políticos específicos da ação projetual” (SILVA; BENTZ; FRANZATO, 2019,

p. 167). As heterotopias são o lócus onde o design encontra um campo fértil para projeção, pois é onde a pluralidade e a diversidade cultural geram conflitos de valores e ideias, onde se fomenta a imaginação. O que, em parte, contraria a posição hegemônica na área de design que prega a resolução de conflitos ou a neutralização da controvérsia como forma de percorrer, sem sobressaltos e com as melhores alternativas, o percurso que vai do problema à solução. Diante disso, os espaços projetuais em prol da transformação sociocultural deveriam ser heterotópicos.

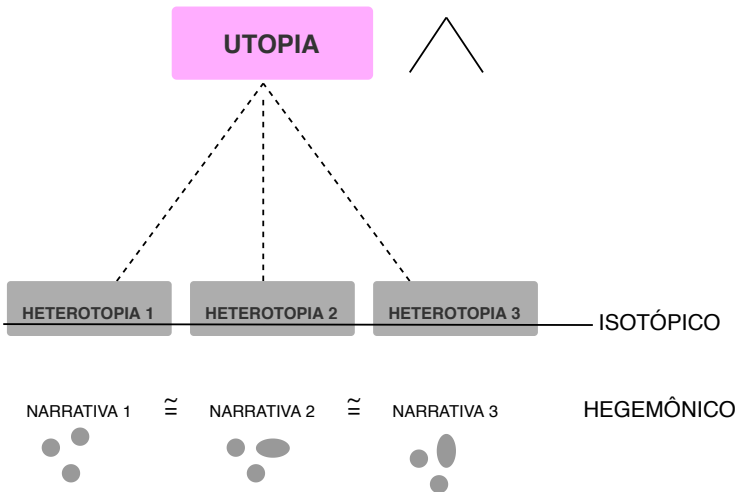
Para Reyes (2015, p. 149), “é na força da utopia e da imaginação que os processos racionais de projeto são alimentados e que ganham substrato”. Se as utopias são modos de pensar transformadores, são as distopias que remetem a uma realidade diferenciada, porque são correlatas à não utopia. Nesses espaços heterotópicos, estariam os deslocamentos pautados pelo reconhecimento da vida humana como não onírica, perfeita, equilibrada ou permanente.

A projeção motivada pela utopia é a proposta deste estudo, o que consideramos ser uma construção narrativa que amplia a visão da realidade e que fomenta novas perspectivas. As utopias são os espaços das narrativas hegemônicas que se sobressaem no discurso da sociedade, representam sonhos e desejos compartilhados e aceitos pela sociedade. Por outro lado, as distopias são discursos não hegemônicos. A distopia marca os desvios, as diferenças e as contradições, representa de fato o discurso transformador; enquanto a utopia faz sonhar, a distopia provoca o dissenso, rompe o *status quo*. Para Silva, Bentz e Franzato (2019, p. 167),

É nas distopias que se observam narrativas predominantes, ou seja, que se sobrepõem umas às outras, em uma tensão de forças de poder, pois as utopias são os espaços das narrativas hegemônicas. No lugar de contrapor utopia versus distopia, propõe-se aqui associar utopia e distopia. A utopia, então, faz sonhar, e a distopia marca os desvios, contradições e diferenças, ou seja, representa, de fato, a possibilidade de inovação.

Os mesmos autores propõem um modelo a partir da isotopia para analisar as narrativas heterotópicas. Na Figura 12, as distopias se expressam na utopia, pois existem diversos relatos narrados como possíveis e que se harmonizam em uma narrativa maior “capaz de subsumir os potenciais significados por uma linha isotópica, no sentido greimaseano [...]. Então, a isotopia poderia ser o princípio ordenador dessas múltiplas organizações” (SILVA; BENTZ; FRANZATO, 2019, p. 168).

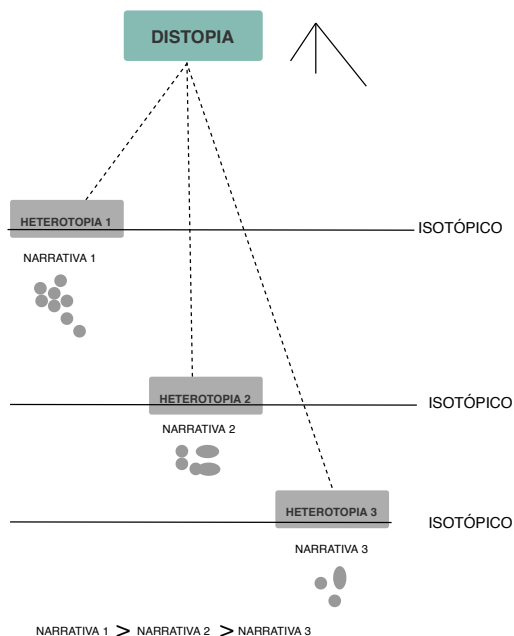
Figura 12 – Relação entre utopia, heterotopia e isotopia



Fonte: elaborado pela autora a partir de Silva, Bentz e Franzato (2019).

Por outro lado, a distopia, no modelo isotópico, é relativa às narrativas que se sobrepõem, que se destacam umas em relação às outras – elas “seriam distópicas quando, na rede de relações de poder, uma narrativa tivesse predominância sobre as demais. Não haveria disputas plurais e equilibradas entre as heterotopias, o que poderia ser também transformador” (SILVA; BENTZ; FRANZATO, 2019, p. 169), conforme apresentado pela Figura 13.

Figura 13 – Relação entre distopia, heterotopia e isotopia

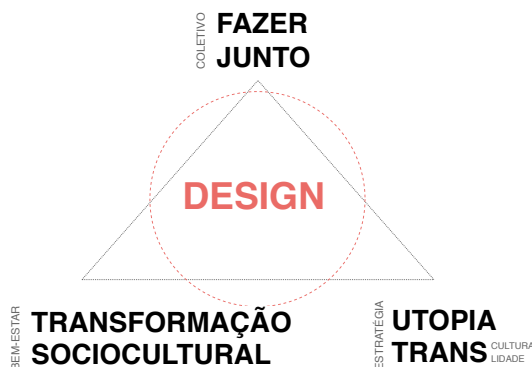


Fonte: elaborado pela autora a partir de Silva, Bentz e Franzato (2019).

Ao verificar narrativas distópicas nas narrativas heterotópicas, é possível indicar a presença de uma realidade diferenciada que pode ser transformadora. “O que daí resulta é inaugural, no sentido de que é a não-presença dos fatores marcantes nas utopias e nas heterotopias e, talvez por isso, esses consigam pautar a crítica pelo que está fora (não marcado) dos sistemas hegemônicos” (SILVA; BENTZ; FRANZATO, 2019, p. 169). Ou seja, existe uma relação fundante entre utopia, imaginação e narrativa imagética, portanto projetual.

A utopia, em consonância com a transculturalidade, configura-se como estratégias projetuais em design estratégico que favorecem o fazer junto na busca pelo bem estar social. É o que a Figura 14 representa.

Figura 14 – Design estratégico: fazer junto, transformação sociocultural, utopia e transculturalidade



Fonte: elaborado pela autora.

5.3 A FOTOGRAFIA COMO EXPERIÊNCIA ESTÉTICA

A fotografia é uma narrativa imagética e, sobretudo, uma forma de expressão responsável pela experiência estética. O que equivale a superar o caráter figurativo que descaracteriza a fotografia, próprio da mediação. A fotografia, nesse sentido, é um processo de percepção da realidade, de matéria sensível. Essa discussão não pretende disciplinar a fotografia, até porque Barthes (2012a, p. 12) já esclareceu: “dir-se-ia que a Fotografia é inclassificável”. O autor segue: “aquilo que a fotografia reproduz até o infinito só aconteceu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente”. Ou seja, a fotografia permite a percepção, a interpretação e a transformação da realidade. Barthes (2012a, p. 132) continua:

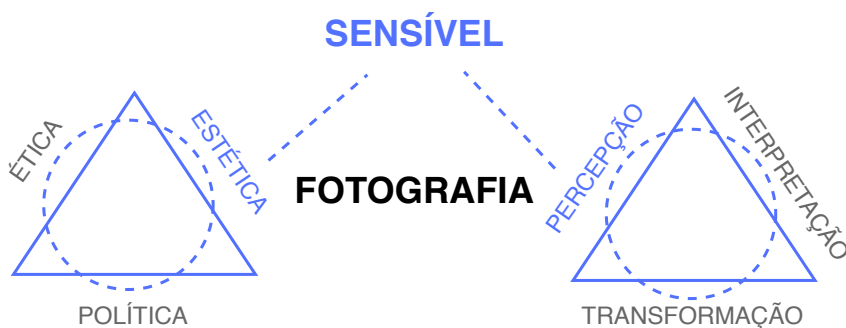
Os realistas, entre os quais estou, e entre os quais eu já estava quando afirmava que a Fotografia era uma imagem sem código, não consideram de modo algum a foto como uma “cópia” do real, mas como uma emanção do real passado: uma magia, não uma arte. [...] O importante é que a foto possui uma força constativa, e que o constativo da Fotografia incide, não sobre o objeto, mas sobre o tempo.

A imagem fotográfica, para Rancière (2012), opera uma articulação entre o visível e o dizível, aproxima-se da imaginação ou, mais especificamente, do regime de *imagéité*.¹¹ Para o autor, é nesse regime que nasce a fotografia e é essa

¹¹ *Imagéité*: neologismo conceitual do francês, ausente nos dicionários vernaculares; corresponde à formação de um substantivo abstrato a partir da palavra “imagem”, distinto de “imaginação”. Refere-se, também, a um regime de relações entre elementos e entre funções

condição que lhe permitiu se desenvolver como produção de semelhança e como arte. Para Rancière (2012, p. 20), a fotografia é arte, pois, simultaneamente ou separadamente, faz de suas imagens “os testemunhos legíveis de uma história escrita nos rostos ou nos objetos e puros blocos de visibilidade, impermeáveis a toda narrativização, a qualquer travessia do sentido”. Esse regime de relações entre a imagem e o real, no qual a fotografia opera e que Rancière chama de *imagéité*, é o que entendemos como transformador na projeção em design. A fotografia é matéria sensível e matéria significativa, portanto está situada entre a estética e a percepção, conforme representa a Figura 15:

Figura 15 – Fotografia, estética e percepção



Fonte: elaborado pela autora.

Benjamin (2017), de certo modo, também não confere à fotografia uma relação direta com a realidade; pelo contrário, ele diz que, ao reproduzir a realidade, cada vez menos se diz algo sobre a realidade: “uma fotografia das fábricas Krupp ou da AEG não revela praticamente nada sobre essas instituições” (BENJAMIN, 2017, p. 68).

Sob a perspectiva da técnica, Benjamin (2017, p. 55) explica que “a natureza que fala à câmera é diferente da que fala aos olhos, sobretudo porque um espaço conscientemente explorado pelo homem se substitui por um espaço em que ele penetrou inconscientemente”. É pela fotografia que adentra-se em aspectos da realidade antes inalcançáveis. Trata-se do inconsciente ótico. “Se é vulgar dar-mos conta [...] do modo de andar das pessoas, já nada podemos saber da sua atitude na fração de segundo de cada passo. Mas a fotografia, com os seus meios auxiliares – o retardador, a ampliação – capta esse momento” (BENJAMIN, 2017, p. 55). Benjamin postula, então, que só se conhece esse inconsciente ótico

(RANCIÈRE, 2012).

pela fotografia, assim como só se conhece o inconsciente pulsional através da psicanálise. E, portanto,

[...] a fotografia revela com esse material os aspectos fisionômicos, mundos de imagens que habitam o infinitamente pequeno, suficientemente interpretáveis e ocultos para encontrarem o seu lugar nos sonhos diurnos, mas agora, grandes e formuláveis, que tornam visíveis a diferença entre a técnica e a magia enquanto variável totalmente histórica (BENJAMIN, 2017, p. 55).

Na projeção, a fotografia permite adentrar o inconsciente ótico da sociedade, o que por si só é transformador. Esse inconsciente é próximo da experiência estética, uma vez que cria novos modos de percepção sobre a realidade, em uma dimensão sensível. Por essa razão, a fotografia permite fazer sentir, pelo jogo entre o visível e o dizível, também o invisível. Pela fotografia, novas imagens são reveladas e, ao se incorporar essa perspectiva na projeção, enaltecemos a imaginação. Deve-se pensar a fotografia não apenas como uma imagem resultante de um processo de captura de uma determinada cena ou momento. Entender o processo fotográfico por outros ângulos permite incorporar na projeção não apenas a imagem, mas todas as instâncias fotográficas.

Nesse caminho está Barthes (2012a) que, a partir da noção de corpo do sujeito, discute a fotografia por três perspectivas: o *Operator*, que é o fotógrafo; o *Spectator*, quem observa, consome a fotografia; e o *Spectrum*, aquilo que é fotografado, o referente. Com isso, o autor sugere entender a fotografia como sujeito que olha e sujeito olhado. No âmbito do *Spectator* só se pode realizar a leitura da narrativa fotográfica pela sensibilidade: “vejo, sinto, portanto, noto, olho e penso” (BARTHES, 2012a, p. 39). Fazer ver exige fazer sentir, conforme argumentado anteriormente, é, portanto, pela fotografia como imagem que podemos fazer sentir. A fotografia enquanto uma experiência estética é a própria realização de atos éticos, atos políticos e atos estéticos, pois além de ser uma ação que perturba a dimensão sensível, também reorienta o espaço da percepção ao introduzir novos objetos no campo do sensível. Desse modo, a fotografia opera com o consenso e também com dissenso, próprios da estética e da política, respectivamente.

Rancière (2012, p. 17) lembra que:

Barthes quer fazer valer, contra o múltiplo dispersivo das operações da arte e dos jogos da significação, a imediata alteridade da Imagem, isto é, *stricto sensu*, a alteridade do Um. Ele quer estabelecer uma relação direta entre a natureza indicial da imagem fotográfica e o modo sensível por meio do qual ela nos afeta: esse *punctum*, o efeito pático, que ele opõe ao *studium*, ou seja, às informações que a fotografia transmite e às significações que ela acolhe.

Para Barthes (2012a), o *studium* é matéria significante e o *punctum* é o que atinge o buraco da câmara escura, o corpo que emitiu a luz capturada pela fotografia, aquilo que é. Contudo, Barthes (2012a, p. 62) denuncia a “fraqueza de seu poder crítico”. Para ele, a fotografia é justamente consumida mais estética do que politicamente, pelo fato de carregar em si o perigo de induzir a pensar. Então, aproximar a fotografia do pensamento crítico na projeção é um dos desafios a que esta metodologia se propõe. É pelo ato projetual que os atos estéticos, políticos e éticos se realizam. Para consumir mais politicamente, é necessário trabalhar com os dissensos, com as diferenças e, portanto, com o estranhamento.

METODOLOGIA

6.1 PROJETAR CENÁRIOS VERSUS PROJETAÇÃO POR CENÁRIOS

Desenvolveu-se, até aqui, uma visão crítica da sociedade e, por conseguinte, do design, bem como perspectivas teóricas convergentes acerca do processo de projeção. Essa perspectiva é sustentada por argumentos de natureza dedutiva e indutiva e também abdutiva, e resulta em uma metodologia de projeto, nomeada como cenários panoramáticos, que orienta os processos de transformação da realidade a partir da produção de sentido e pela articulação de imagens fotográficas em cenários.

Devido à sua dimensão sensível, os cenários panoramáticos configuram um importante espaço imaginativo. Esta proposta afasta-se do conceito de cenários tal como Moraes (2010) e Manzini e Jégou (2006) apresentam. A perspectiva é contrária a desses autores, uma vez que o processo projetual está implicado por cenários em vez de projetar os cenários. O processo de construção de novas realidades (utópicas) ocorre pela percepção, interpretação e transformação de imagens. E, ainda, esta metodologia se contrapõe ao conceito de projeto de cenários que os autores defendem, o qual coloca o futuro como uma cena possível, criando-se, a partir disso, artefatos e caminhos para que ocorra a sua efetivação. Reyes (2015)

também critica essa perspectiva, pois quem não compartilha da mesma visão de futuro proposta pelo cenário, é excluído. E, ainda, nenhum outro tipo de realidade conflitiva é posta em debate. É preciso superar a compreensão de cenários como a representação de futuro possível a partir da articulação do presente. Logo, é questionável a afirmação de Moraes (2010, p. 40): “o cenário existente é senão a fotografia da realidade momentânea [...], o cenário futuro pode ser percebido como antecedência (inovação) [...] e é um vetor de prospecção importante”. Tal noção de futuro que os autores propõem é refutável; mais profícuo seria pensar que o futuro pode ser uma construção a partir do presente, uma realidade utópica, resultado de um processo imaginativo.

Nas mais diversas perspectivas, o cenário como abordagem metodológica é uma prática comum e amplamente difundida nas pesquisas e na prática profissional de design. Consequentemente, não se almeja o projeto de cenários ou projetar cenários, mas a projeção por cenários; desse modo, os cenários marcam o princípio do percurso projetual e não o fim. Por essa razão, os cenários panorâmicos são metaprojetuais, pois auxiliam no deslocamento entre os níveis projetuais. Com esta proposta, rompe-se a visão unívoca de realidade e a noção de futuro como uma causalidade que o projeto de cenários ilusoriamente possa criar.

A projeção por cenários panorâmicos pretende, ainda, promover a pluralidade/diversidade dos pontos de vista dos sujeitos pela dialogia, o que exige que esse tipo de projeção seja sustentado por estratégias transculturais. Entende-se também que os cenários panorâmicos diferenciam-se dos cenários propostos por autores como Moraes (2010) e Manzini e Jégou (2006) no que se refere à possibilidade de mudança de níveis projetuais (que alteram a realidade) e à ótica plural garantida pelas estratégias transculturais e utópicas. Os cenários panorâmicos permitem, pela projeção, que a realidade seja transformada em realidades dinâmicas e transitórias, compreendidas como utópicas. Nicolescu (2005) vai ao encontro dessa perspectiva ao sugerir que as verdades são provisórias e que as realidades são um local de transição. Ao superar a compreensão de cenários como a representação de futuros possíveis a partir da articulação do presente, os cenários poderão representar futuros utópicos que constroem novas realidades.

6.2 CENÁRIOS PANORÂMICOS: UMA METODOLOGIA PARA PROJEÇÃO EM DESIGN

O percurso realizado a partir desta metodologia configura-se, então, como o método, o caminho construído no decorrer desta pesquisa. Assim como Morin

(2015), consideramos relevante a distinção entre método e metodologia, uma vez que “as metodologias são um guia *a priori* que programam as pesquisas, enquanto o método derivado do nosso percurso será uma ajuda à estratégia” (MORIN, 2015, p. 36). Para Morin, a estratégia comporta necessariamente a descoberta e a mudança no percurso da ação. Portanto, a estratégia está associada a uma inteligência metodológica que age como uma força que orienta e movimenta o processo de projeção entre os níveis projetuais. O autor ainda afirma: “o objetivo do método, aqui, é ajudar a pensar por si mesmo, para responder ao desafio da complexidade dos problemas” (MORIN, 2015, p. 36).

Primeiro será apresentado a proposta de metodologia e, na sequência do texto, uma experiência que qualifica os conceitos teórico-metodológicos desenvolvidos. Desse modo, será explicitado o que configura o método, que é particular, específico do percurso projetual desenvolvido e relativo à experiência. A metodologia marca o nosso lugar de saída, como um guia *a priori*, mas não cerceia o método. Outros métodos podem ser desenvolvidos a partir desse mesmo lugar de saída, o que vai comportar diferentes descobertas a partir dos acontecimentos próprios do percurso projetual que possa vir a ser realizado. Desse modo, também é ressignificado os conceitos de metodologia e método em design.

É imprescindível lembrar que a origem da metodologia em design é marcada pela racionalização da técnica do processo projetual, que buscava sistematicamente ordenar e orientar a definição do projeto a partir do problema a ser resolvido, apresentando-o de forma estruturada e com objetivos específicos a serem alcançados. É o que pode ser observado em uma das primeiras publicações sobre o tema, *Design methods* (JONES, 1992), que apresentava trinta e cinco métodos de design com essas características.

A racionalidade do método em design prevalece ainda hoje, em modelos cartesianos (DESCARTES, 1983) que buscam apontar para alguma verdade conforme o uso da razão. É preciso, então, retomar à crítica ao Esclarecimento e apresentar uma metodologia sensível que permite o desenvolvimento de um método orientado pela experiência estética que não busca uma verdade, mas encontra na uberdade um potencial inventivo. Essa metodologia pode ser sistematizada para fins de compreensão, o que não equivale à sua instrumentalização. Se essa é uma pesquisa própria das ciências do espírito, é preciso lembrar que:

As ciências da natureza gozam, certamente, de uma objetividade superior, porque nelas o objeto não tem implicações subjetivas, pois nos é oferecido como um dado; no entanto, quando avaliamos eventos históricos, textos, eventos e experiências humanas (as “obras do espírito”), é a vida que interroga a vida, ou seja, não podemos esquecer

que nós fazemos parte do mundo sobre o qual nos pronunciamos, e que portanto nosso conhecimento é sempre circunstancial e dotado de certeza inferior (D'AGOSTINI, 2002, p. 48).

Portanto, essa proposta de metodologia configura-se como uma proposta aberta, dinâmica e complexa, não marcada por uma racionalidade instrumental, mas favorecida pela sensibilidade. Coloca-se luz à subjetividade, uma vez que pela dialogia, a presença dos sujeitos é evidenciada pela natureza discursiva da narrativa imagética construída coletivamente. E as principais estratégias que orientam a metodologia são a utopia e a transculturalidade.

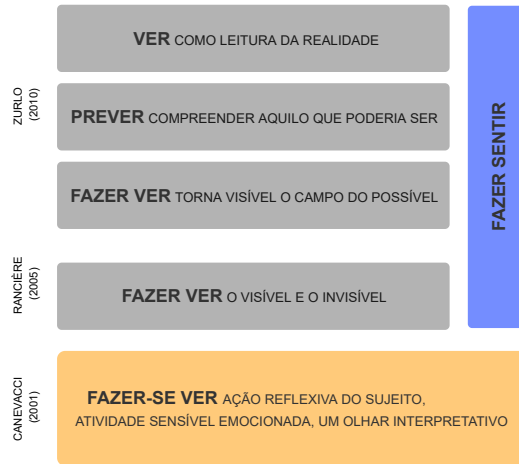
Os cenários panorâmicos, como metodologia, compreendem um certo tipo de organização prévia que orienta as ações metaprojetuais com técnicas e ferramentas específicas que articulam imagens fotográficas em processos de significação. A nomenclatura *cenários panorâmicos* é inspirada na proposta de corpos panorâmicos de Canevacci (2001). Esse termo, *panoramático*, refere-se à relação complexa e fluida entre sujeito e objeto na relação entre corpo e cidade, no fluxo comunicacional que os corpos das metrópoles urbanas carregam e a retomada do sujeito, em uma ação reflexiva com o objeto. Etimologicamente, “panorama” tem origem no grego *pan*, “todo”, mais *horama*, “vista” ou “aquilo que se vê” e remete à vista do todo. No entanto, não se pode reduzir o todo às partes, nem as partes ao todo, o que nos remete ao ideal de *unitas multiplex*, que explica a heterogeneidade/homogeneidade das partes sob a visão do todo.

Esta metodologia opera em uma dimensão sensível, por meio de atos éticos, estéticos e políticos implicados no ato projetual, e a principal técnica de design relativa à produção de sentido é a (re)montagem de fragmentos visuais. O prefixo “re” atribui à montagem um dinamismo, um estado de repetição constante e renovação que não se encerra em si. A (re)montagem não é uma etapa do projeto; ela atravessa os níveis projetuais na projeção por cenários. Ou seja, o cenário não marca uma etapa de projeto e não é um resultado, mas ele perpassa a projeção; por conseguinte, é metaprojetual. A (re)montagem confere um dinamismo, uma possibilidade de adaptação e mudança de acordo com as estratégias projetuais vigentes. Para Bentz (2015, p. 232), “são movimentos metodológicos que podem caracterizar o ato de projetar como ação reflexiva permanente, no fluxo da complexidade e da transitoriedade. O como orientar essa ação coloca em cena a metodologia reconhecida”. Os cenários indicam movimentos metodológicos e representam as transformações da realidade, orientados estrategicamente pela utopia e pela transculturalidade.

Os cenários narram visões de mundo, especulam o(s) futuro(s), representam sonhos, imaginações, anseios, desejos ou vontades dos sujeitos envolvidos no projeto. Na busca pela utopia, o estranhamento apresenta-se como uma condição necessária, pois marca a diferença, coloca o sujeito diante de realidades difusas e inquietas e não somente do belo, onírico ou harmonioso, uma vez que se beneficiam da possibilidade da imaginação. O estranhamento é responsável por um tipo de experiência que altera a percepção do sujeito sobre a realidade e ainda permite a interpretação e a transformação, ao conferir o sentido daquilo que se apresenta como estranho. Portanto, esses cenários, enquanto narrativas imagéticas, são responsáveis por fazer-se ver e são um lócus dialógico. É no percurso narrativo, então, que ocorre a interpretação, o que permite a assimilação do que é estranho, no lugar da negação.

Destaca-se que este é um tipo de projeção articulado por linguagens visuais, cuja materialidade são as imagens fotográficas. E as fotografias também são compreendidas como experiência estética, como fazer-se ver, que, segundo Canevacci (2001), é uma ação transformadora e reflexiva que envolve o sujeito em coisa que se vê, no ver. Segundo o autor, é preciso tornar-se olhos, colocando-se na posição óptica em fluxos visuais, o que significa uma atividade sensível. Então, o fazer-se ver é uma operação metodológica que requer um movimento por parte do pesquisador, um deslocamento em relação à realidade experienciada. O fazer-se ver exige o desenvolvimento de qualidades sensitivas, fundadas na percepção do olhar, de sensibilidade para ver além do sujeito em ação, um desafio estético, concomitante ao fazer sentir. Aliado a isso, o projeto de design deve fazer sentir, como ato estético, que é relativo à sensibilidade e, para isso, o estranhamento é fundamental. Fazer-se ver, ainda, amplia a faculdade óptica e envolve a experiência estética do sujeito; portanto, também faz sentir. Dito isso, a referência será sempre ao fazer-se ver, como fazer ver e fazer sentir e suas implicações. Em síntese:

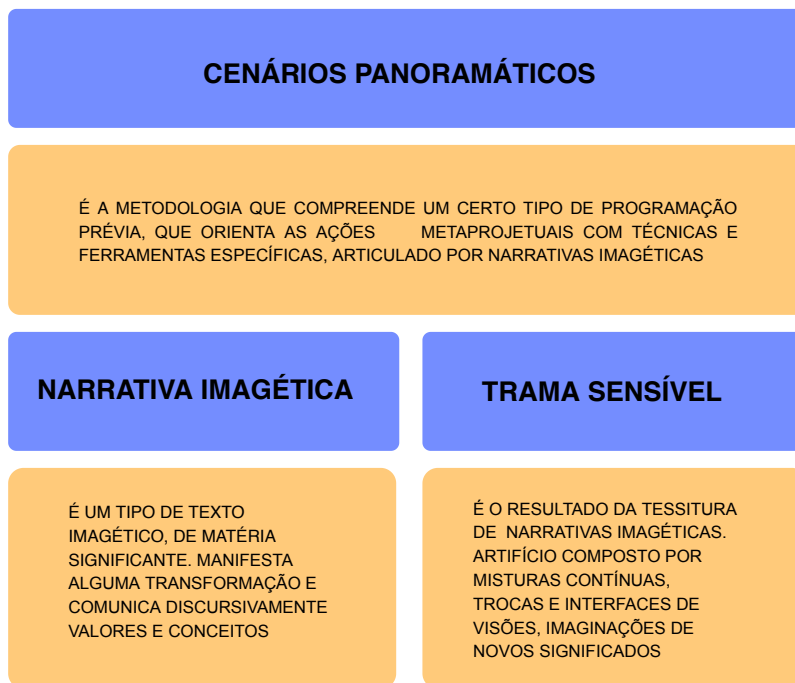
Figura 16 – Fazer-se ver



Fonte: elaborado pela autora.

Esse tipo de projeção pode ser representado por uma trama sensível, que é a tessitura de diversas narrativas imagéticas. A trama é sensível porque resulta de uma experiência estética. Pela ação de fazer-se ver, a trama coloca no campo da percepção o visível e o invisível. Assim como o conceito de trama de Canevacci (2001), entende-se a trama sensível como não linear, como artifício composto por misturas contínuas, trocas e interfaces de visões, associações e abstrações de linguagens visuais. A não linearidade da trama propicia o surgimento de novos significados a cada (re)montagem e a cada leitura que se realize a partir dela. E, desse modo, a tessitura da trama é realizada a partir de processos de significação semânticos e sintagmáticos.

Assim, três termos são interdependentes: cenário panorâmático, narrativa imagética e trama sensível. A Figura 17 apresenta a síntese desses conceitos:

Figura 17 – Síntese de cenários panorâmáticos, narrativa imagética e trama sensível

Fonte: elaborado pela autora.

6.3 A (RE)MONTAGEM

Projetar a partir de imagens fotográficas indica uma importante operação metodológica. Na perspectiva de Canevacci (2011, p. 90): “é na organização e na interpretação dos dados, e não na coleta, que se produz o método”. O conceito de montagem que Canevacci (2011) propõe é inspirado em Benjamin (1992) e refere-se ao tipo de montagem que caracteriza a arte e o cinema. A montagem cinematográfica, nesse sentido, é análoga à montagem industrial que, por sua vez, é a própria metodologia industrial. No cinema, a montagem é também o próprio processo cinematográfico. Por outro viés, a montagem de imagens como método foi e é amplamente abordada pelas artes nas mais diversas escolas, desde o dadaísmo até a poesia literária. São abordagens metodológicas de dimensão sensível que têm na produção de sentido uma abordagem comum.

A (re)montagem afasta-se do processo industrial, marcado por etapas e pela repetição, e aproxima-se de um processo sistêmico, complexo e dinâmico que resulta na produção de sentido. Por essa razão, também interessa a esta pesquisa

a perspectiva de que “a montagem pressupõe a fragmentação da realidade” (BÜRGER, 2012, p. 132). Para Bürger, existe uma diferença entre a montagem no cinema e a montagem na arte. No cinema, trata-se de um princípio técnico, que é responsável por criar a ilusão do movimento a partir da sequência de imagens. É, portanto, o princípio do próprio cinema, o que exige um rigor na sua aplicação – não há como alterar a técnica, o cinema sem a montagem não seria o cinema. Na pintura, a montagem tem um *status* de princípio artístico, ou seja, a arte não depende da montagem para continuar sendo arte, embora Bürger (2012) defenda que a montagem possa ser considerada como necessária à arte vanguardista. A obra “montada” aponta para o fato de ter sido composta de fragmentos da realidade: “ela rompe com a aparência de totalidade” (BÜRGER, 2012, p. 132). No cubismo, por exemplo, a montagem é responsável por destruir o sistema de representação visual vigente desde o Renascimento, é, portanto, um ato estético. Por conseguinte, o conceito de montagem, relacionado ao ato estético, também é (re)significado a partir da fotomontagem, que é um outro tipo de montagem, de natureza comunicacional, que utiliza distintas fotografias para criar uma nova obra.

A fotomontagem surge, assim, em um discurso crítico, como um ato estético, ético e político contra o regime nazista e contra a indústria cultural. Ao montar uma narrativa imagética a partir de fragmentos visuais de fotografias, produz-se um novo sentido representado por uma nova composição fotográfica. A (re) montagem, neste contexto, não é equivalente à fotomontagem, mas tem nos seus princípios estéticos uma inspiração. O artista, na fotomontagem, tem um controle sobre os fragmentos visuais que monta, pois a escolha de cada elemento figurativo é planejada *a priori*. De outro modo, na (re)montagem defendida neste trabalho, os fragmentos visuais devem ter origem aleatória.

A compreensão da produção de sentido dá-se pela compreensão dos processos de conotação e denotação; na conotação, a imagem carrega em si algo além da representação literal de um referente, a representação conotativa simbólica. Nesse ínterim, parece oportuno resgatar brevemente a semiótica conotativa de Barthes (2012a), inspirada na glossemática de Hjelmslev (1971), segundo a qual um sistema significativo é constituído por um plano de expressão (E) e um plano de conteúdo (C). A relação estabelecida entre (E) e (C) é o processo de significação (R). A conotação ocorre quando o primeiro sistema de significação tem relação com um segundo sistema, de modo que os dois sistemas estão implicados, mas, ainda sim, distintos. Nesse processo, um signo (E e C) produz um significado denotado; em um segundo plano, esse signo é E de um novo C, este de natureza conotativa, operado por analogias. A imagem denotativa opera em apenas um sistema de significação;

e a imagem conotativa, em mais de um sistema, sobreposto e acoplado pela E. As operações decorrentes dessas implicações têm potencial criativo, pois produzem novos sentidos em processos que vão além da objetividade imediata da imagem. Para Barthes (2012a), o plano da conotação é cultural, descontínuo e simbólico. A denotação, então, seria a mensagem literal e contínua; e a conotação, o potencial criativo que a fotografia (e também as demais linguagens) possuem.

As fotografias que servirão de insumo projetual e estarão presentes nas narrativas imagéticas tecidas na trama sensível devem ser conotativas. Diversos sistemas de significação estarão operando as narrativas, que se apresentarão, por vezes, confusas, ambíguas e contraditórias; principalmente, não serão objetivas, pois a objetividade é própria da denotação. É o que confere à trama um tipo de estranhamento, e a partir da interpretação do seu sentido pode-se produzir um novo significado. Para Bentz (2015, p. 238), “na dimensão narrativa, é necessário um sujeito operador com condições de executar ações que materializam as transformações”. As imagens são importantes operadores metodológicos que atuam no diálogo entre diferentes culturas; ao (re)montá-las, nós as transformamos, e, com isso, novos sentidos são produzidos.

Portanto, a perspectiva de Canevacci (2005, p. 164) ganha relevância, pois considera a montagem “como método labiríntico [...] a ser liquidificada com tramas multifacetadas e polifônicas. Creio que na montagem labiríntica ocorram os pontos de vista mais inovadores dos últimos anos”. Se o projeto de design é um percurso narrativo, os cenários panorâmáticos são processos projetuais construídos por narrativas imagéticas.

6.4 FRAGMENTAÇÃO

As imagens a serem (re)montadas são fotografias fragmentadas. Esta proposta potencializa a transformação da realidade e ainda fomenta a condição de estranhamento, necessária à produção de sentido. As fotografias utilizadas como insumo projetual devem ser fragmentadas aleatoriamente, diferentemente do que ocorre na fotomontagem, em que o artista seleciona com precisão os fragmentos visuais que farão parte da composição da obra, em um percurso narrativo controlado. O que se pretende é promover o contrário e não orientar, de forma prescritiva, esse percurso narrativo, mas, sim, favorecer a imaginação com a aleatoriedade dessa fragmentação. Se as fotografias fossem utilizadas sem serem fragmentadas aleatoriamente, o percurso narrativo estaria cerceado, de algum modo, haveria o risco de que o percurso projetual fosse condicionado pelas imagens. Assim, distintos sistemas de significação são sobrepostos pelas imagens conotativas. Ainda sobre

a fragmentação, Bürger (2012, p. 139) destaca que “a inserção de fragmentos de realidade transforma de maneira radical a obra de arte. [...] e que, como signos as partes não se referem mais à realidade, elas são a realidade”. Para Rancière (2012, p. 14), “a fragmentação não quebra o encadeamento narrativo, simplesmente opera um jogo duplo em relação a ele”. Para o autor, imagem nunca é uma realidade simples. As imagens, a exemplo do cinema, por serem fragmentadas, “são antes de mais nada operações, relações entre o dizível e o visível, maneiras de jogar com o antes e o depois, a causa e o efeito” (RANCIÈRE, 2012, p. 14).

A fragmentação das imagens deve ser aleatória, para isso a utilização de padrões visuais (patterns) é recomendada. Um *pattern* pode ser extraído das próprias imagens para servir como padrão para a fragmentação de todas as imagens ou pode ser escolhido ao acaso. Os fragmentos visuais, pelo exercício das sensações, perturbam e inserem novos objetos no campo da percepção. E assim, com a (re)montagem dos fragmentos visuais, a realidade como percebemos pode ser alterada. Para Canevacci (2001), a potencialidade do método significa multiplicá-lo em seu próprio agir, ou seja, o método não restringe o percurso de investigação. A proposta é, então, potencializar o método através de uma (re) montagem de fragmentos visuais em um fluxo visual que envolva o designer e o os sujeitos relacionados ao projeto de design, que resultam em tramas sensíveis, articuladas por narrativas imagéticas.

Sabe-se que o percurso projetual é um caminho de incertezas, erros e equívocos, antes que de certezas. À luz desse diálogo teórico-metodológico, pela (re) montagem, as imagens fotográficas podem ser articuladas em uma tessitura de fragmentos visuais representada por tramas sensíveis. Esse é o mesmo processo da percepção, interpretação e transformação da realidade, em uma visão utópica. O estranhamento é o que pode favorecer a imaginação, pois corresponde ao ato estético. O resultado desse processo manifesta-se por novas visões de realidade utópicas, percepções de mundo tecidas em cenários panorâmicos, que carregam a pluralidade/diversidade dos pontos de vista de diferentes sujeitos. As tramas, portanto, são uma tessitura de diversas narrativas imagéticas que se inter-relacionam, são a materialidade dos cenários panorâmicos.

6.5 FAZER-SE VER

Se é a cidade um importante locus de atuação para o design, é a etnografia visual que pode inspirar o design no desafio de experienciar esse espaço significativo, pois permite perceber, interpretar e também transformar a cidade, a partir da fotografia. É importante lembrar que o registro visual como metodologia

etnográfica foi inaugurado por Bateson e Mead (1962) e permitiu que fosse construída uma narrativa discursiva visual, o que inspira a nossa narrativa imagética. Essa atividade exige do fotógrafo uma ação reflexiva, um fazer-se ver, que supera a relação sujeito-objeto. Para isso, é preciso um olhar sensível e emocionado, é preciso que o fotógrafo se transforme na coisa que vê, no ver.

A etnografia visual de Canevacci (2011) é desregrada, pois não busca classificar, agrupar e hierarquizar os dados, mas coloca o sujeito pesquisador no fluxo visual da realidade observada. Canevacci (2011) inspira o método que envolve percepção, interpretação e transformação da cidade, uma vez que conduz o designer para uma experiência estética. Esse mesmo autor explica que, ao olhar para a cidade, é preciso tornar familiar o estranho e estranhar aquilo que é familiar, perceber os signos. “A etnografia olha obliquamente para todos os arranjos coletivos, distantes ou próximos” (CANEVACCI, 1993, p. 35). Ao estranhar algum signo, o sujeito assimila o seu sentido, no lugar da sua negação. Segundo o autor: “É necessário, pois, aprender a observar os produtos individuais da comunicação visual como se fossem exóticos, utilizar um olhar não familiar por parte do observador e modificar a própria sensibilidade perceptiva de “fazer-se ver” (CANEVACCI, 2001, p. 14).

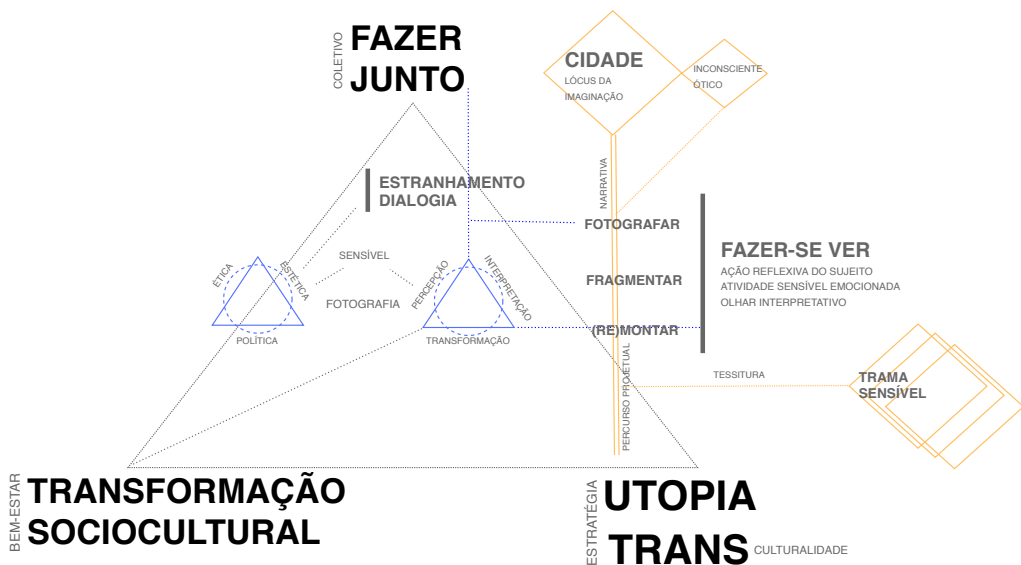
Esse tipo de etnografia, proposto por Canevacci (2001), tem uma diferença substancial em relação à etnografia tradicional. Para o autor, interessa, nessas imagens, o estranho, as diferenças culturais, aquilo que se manifesta como novo, como diferente, e não as analogias e semelhanças propostas pela antropologia. Uma questão emerge nesse panorama: diante dos signos que se apresentam no espaço comunicativo urbano, o antropólogo descreve e interpreta a cidade, o designer a transforma. Então, não poderia o design se apropriar dos métodos etnográficos para produzir aquilo que um antropólogo, com maior propriedade, faria, mas para (re)significar os seus processos metaprojetuais.

Se o design estratégico está comprometido com a transformação sociocultural, a tríade percepção (sensibilidade), interpretação (significação) e transformação (produção de sentido) torna-se condição *sine qua non* para a projeção. Pontua-se, assim, que os processos de significação estão implicados nos processos de projeção.

A proposta não é verificar na realidade algum tipo de verdade, mas, pela experiência, construir um caminho próprio, um método que tem na metodologia o seu alicerce e, também, a possibilidade de se movimentar durante o percurso. Ou seja, a metodologia abre caminhos que são explorados a partir do método. Experimentar, neste caso, é uma atividade metaprojetual de dimensão sensível, que exige uma ação reflexiva por parte do designer, que é também o sujeito

pesquisador. Nesse momento é preciso compreender que o método que enfrenta a cidade também deve ser polifônico. A polifonia, enquanto método, multiplica os pontos de observação e os estilos de representação a respeito do mesmo objeto (CANEVACCI, 2011) em uma ação subjetiva, que coloca o sujeito em relação com o objeto, tornando-se coisa que vê. Para Canevacci (1993), a polifonia está no objeto e no método. Entendemos que a metodologia em formulação favorece um método polifônico. Essa metodologia de projeção por cenários panorâmicos está representada na Figura 18.

Figura 18 – Metodologia para projeção por cenários panorâmicos



Fonte: elaborado pela autora.

A EXPERIÊNCIA DO MÉTODO

7.1 A EXPERIÊNCIA NAS CIDADES POLIFÔNICAS

Neste capítulo será apresentada uma experiência que qualifica a metodologia de projeção por cenários panorâmicos e coloca em evidência o agir projetual na prática. Três cidades polifônicas são o lócus de atuação nesta experiência projetual: São Paulo, Nova Iorque e Cidade do México, onde foram realizadas atividades de observação participativa (com registros fotográficos) e oficinas artísticas, das quais resultaram narrativas imagéticas. Por fim, foi realizada uma tessitura dessas narrativas imagéticas representada por uma trama sensível, que é a materialidade dos cenários panorâmicos.

Os cenários panorâmicos resultam da tessitura de uma trama sensível, o que significa estarem integrados à processualidade que envolve a projeção. Contudo, não se trata de um trajeto linear que sai de um ponto A para um ponto B, mas do princípio de um movimento metaprojetual, relativo ao deslocamento entre níveis projetuais, o que também equivale aos níveis de conhecimento. Esse deslocamento ocorre no âmbito da percepção, da interpretação e da transformação da realidade. A partir dessa perspectiva, foi realizada uma experiência de projeção por cenários panorâmicos com o tema “Cidade utópica”.

Três técnicas principais marcaram este método: (a) as atividades de observação participativa; (b) a fragmentação das fotografias; e (c) as oficinas artísticas. Todas essas técnicas implicam a concomitância da percepção, da interpretação e da transformação de imagens fotográficas. Todas as atividades dessa experiência foram elaboradas à luz das formulações teórico-metodológicas e da metodologia desenvolvida neste estudo. O fazer-se ver atravessa transversalmente a experiência, marca o olhar interpretativo do sujeito pesquisador e destaca o caráter sensível dos movimentos metodológicos realizados. A escolha dessas técnicas responde às exigências oriundas dos conceitos metodológicos que orientam esse percurso projetual: fazer junto, transformação sociocultural e estratégia.

Essas atividades ocorreram entre outubro de 2019 e março de 2020 em Nova Iorque, Cidade do México e em São Paulo. As cidades foram escolhidas por estarem classificadas entre as cidades mais populosas do continente americano. Além disso, foram escolhidas: uma cidade cuja língua oficial é a portuguesa, uma cidade cuja língua oficial é a espanhola e uma cidade cuja língua oficial é a inglesa. As atividades aconteceram em parceria com a The New School – Parsons, em Nova Iorque, com a Universidad Iberoamericana, na Cidade do México, e com o Instituto Europeo di Design, em São Paulo, pois são instituições que pesquisam design estratégico nas suas mais variadas vertentes teóricas.

O objetivo da atividade foi intercambiar narrativas imagéticas nesses três países, a fim de promover, ainda mais, a transculturalidade na projeção. É importante enfatizar que seria possível realizar a mesma experiência nos limites de uma cidade apenas; no entanto, essas três cidades potencializam ainda mais a dialógica cultural almejada nesse tipo de projeção. A experiência é representada pelo símbolo que remete ao infinito, o triplo círculo. Ele é constituído por três espirais interligadas e é conhecido como *triskle*, *triskelion*, *triskele*, *triscele*, *threefold*, nó celta ou espiral tripla. A palavra *triskle*, de origem grega, significa “três pernas” e na cultura celta possui dois grandes significados: o primeiro, relativo à representação da ação, ao constante movimento e aos ciclos; e o segundo significado representa a triplicidade de corpo, mente e espírito e também passado, presente e futuro. Esse símbolo representa a possibilidade de as narrativas imagéticas resultantes de cada cidade fluírem entre si, conforme representado na Figura 19.

Não se trata de três experiências distintas, mas de uma experiência que circunscreve as três cidades. Em síntese, os fragmentos visuais, resultantes da atividade de observação participativa realizada na cidade de São Paulo, foram substrato para a oficina artística que ocorreu na cidade de Nova Iorque; os fragmentos visuais oriundos de Nova Iorque foram substrato criativo para a oficina

artística que ocorreu na Cidade do México; e os fragmentos visuais oriundos da Cidade do México foram substrato criativo para a oficina artística que ocorreu em São Paulo. Com essa dinâmica, um fluxo de informações culturais foi criada. A tessitura final das narrativas imagéticas geradas em cada uma das oficinas artísticas resultou em uma trama sensível que carrega um discurso transcultural.

Figura 19 – Experiência: Nova Iorque, Cidade do México e São Paulo



Fonte: elaborado pela autora.

7.1.1 A ATIVIDADE DE OBSERVAÇÃO PARTICIPATIVA

A atividade de observação participativa é inspirada pela etnografia visual, que busca a interpretação do *ethos* de uma cultura e utiliza a técnica da fotografia para registro. Ao fotografar a cidade, observa-se os modos de viver, que por vezes fogem ao comum. É preciso interpretar as diferenças, os desvios e, principalmente, as fantasmagorias,¹² assim como um Hermes. Essas fotografias revelam, pelo inconsciente ótico das cidades, formas de conhecimento, visões de mundo que interessam ao design por familiarizar o estranho e estranhar o que é familiar.

O ato de fotografar é uma ação subjetiva que coloca o sujeito pesquisador e o sujeito fotógrafo em um fluxo cultural. E a subjetividade é compreendida como particularidades dos sujeitos tecidas em sua relação com o mundo em um fluxo

¹² O conceito de fantasmagoria refere-se ao fetichismo mercadológico. Uma crítica ao consumo capitalista, em que a lógica da mercadoria confere sentido à vida. Ou seja, fantasmagoria, para Benjamin (1993), é a cultura capitalista.

de contínuo devir (MORIN, 2011). Essas particularidades são privilegiadas na articulação das imagens que possibilita diferentes processos de significação, o que resulta em novos efeitos de sentido.

A atividade de observação participativa em cada cidade durou em média quinze dias, em percursos realizados a pé, com duração de seis a dez horas por dia. Foram visitados os centros comerciais dessas cidades, periferia, bairros históricos e bairros de classe média alta, onde se concentra o centro financeiro das cidades, assim como feiras de rua e mercados públicos. Os roteiros dessa atividade eram marcados por lugares de saída, mas não foi previsto lugares de chegada. Foi necessário o exercício de perder-se nessas cidades e realizar a ação do fazer-se ver, um olhar emocionado e reflexivo por parte do pesquisador fotógrafo.¹³

As Figuras 20, 21 e 22 apresentam uma seleção de fotografias que representam o *ethos* de cada cidade. No total foram 350 fotografias selecionadas para a experiência, entre mais de mil registros realizados nas três cidades.

Figura 20 – *Ethos* de São Paulo



Fonte: acervo da autora.

¹³ As câmeras fotográficas utilizadas para os registros foram: celular smartphone Samsung S9, Canon EOS Rebel T3i com lentes 50 mm f/1.8 e 35 mm f/1.8 e Samsung NX300M com lentes 30 mm f/1.2 mm.

Figura 21 – Ethos de Nova Iorque



Fonte: acervo da autora.

Figura 22 – Ethos da Cidade do México



Fonte: acervo da autora.

Durante a primeira atividade de observação participativa em São Paulo, alguns questionamentos sobre a cidade foram anotados livremente em um diário de campo. Essas perguntas apresentam os dissensos da vida nas cidades e, de algum modo, quando tentou-se respondê-las, elas provocam uma crítica à sociedade vigente, pois revelam as fantasmagorias, as contradições, os desvios, os excessos e as ambiguidades presentes no *ethos* das cidades observadas.

Figura 23 – Perguntas elaboradas durante a atividade de observação participativa

OBSERVAÇÃO PARTICIPATIVA

POR QUE VIVEMOS NESSA CIDADE?
O QUE SIGNIFICA VIVER EM UMA CIDADE?
O QUE FAZ DE UMA CIDADE, UMA CIDADE?
COMO SERÃO AS CIDADES NO FUTURO?
QUAIS OS LIMITES DA CIDADE?
QUEM SÃO OS OUTROS?
QUEM MANDA NA CIDADE?
QUEM OBEDECE?
QUEM TRABALHA?
QUAIS OS FLUXOS DA CIDADE?
DE ONDE VÊM E PARA ONDE VÃO?
QUEM VIVE COM VOCÊ NESSA CIDADE?
VOCÊ JÁ SE SENTIU SOZINHO NA MULTIDÃO?
COMO NOS LOCOMOVIEMOS?
COMO NOS ALIMENTAMOS?
COMO NOS ABRIGAMOS?
O QUE VOCÊ MAIS AMA NA CIDADE?
O QUE VOCÊ ODEIA NA CIDADE?

Fonte: elaborado pela autora.

7.1.2 FRAGMENTAÇÃO

A partir das fotografias geradas em campo, foi realizada a fragmentação visual. A escolha do *pattern* que serviu como modelo para a fragmentação foi extraída das próprias imagens, pois com um *pattern* de fragmentação os fragmentos resultantes são aleatórios, ou seja, não predefinido o que seria fragmentado em cada imagem. As fotografias são digitais, sua unidade mínima, portanto, é o *pixel*, pixelar essas imagens pareceu um caminho interessante na busca pelo *pattern*. O *pixel*, em inglês, significa *picture* e *element*, ou seja, o elemento da imagem. Na linguagem computacional, o *pixel* é a menor unidade da imagem digital.

A imagem digital é composta por um conjunto de pixels. Em um monitor colorido, por exemplo, cada *pixel* é composto por um conjunto de três pontos:

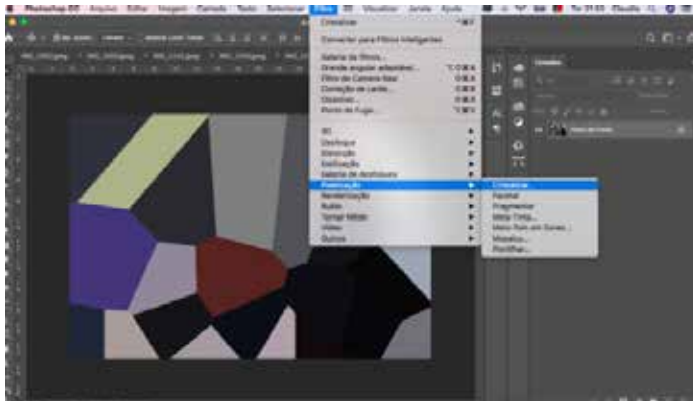
verde, vermelho e azul.¹⁴ Desse modo, pode-se utilizar recursos técnicos de softwares como Photoshop ou Illustrator para extrair, por meio dos pixels das imagens, unidades mínimas de cor e então agrupá-las por tonalidade. A partir daí, foi criado um *pattern* colorido que é formado pela quantidade de cores presentes na imagem por meio da reorganização dos seus pixels. Os arranjos de grupos de cores presentes nos pixels das imagens criam, então, um *pattern* específico, conforme o resultado que se observa nas Figuras 24 e 25.

Figura 24 – Etapa 1 de pixelização



Fonte: elaborado pela autora.

Figura 25 – Etapa 2 de pixelização

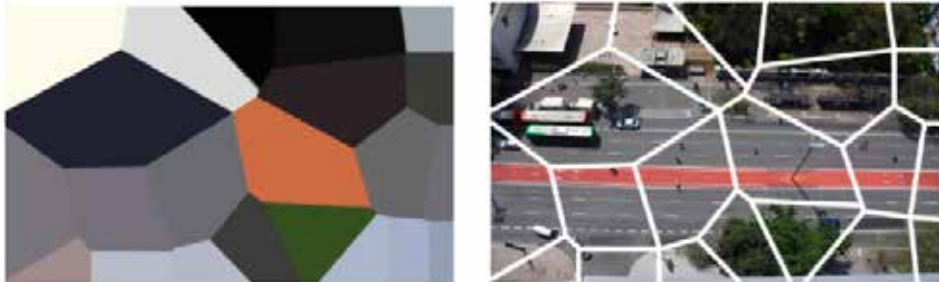


Fonte: elaborado pela autora.

¹⁴ Em monitores de alta resolução, cada um desses pontos é capaz de exibir 256 tonalidades diferentes (o equivalente a 8 bits), e combinando tonalidades dos três pontos é então possível exibir pouco mais de 16.7 milhões de cores diferentes (exatamente, 16.777.216). Em resolução de 640 x 480, temos 307.200 pixels; a 800 x 600, temos 480.000 *pixels*; a 1.024 x 768, temos 786.432 pixels, e assim sucessivamente.

Com o *pattern* extraído da fotografia, conforme a Figura 26, foi possível criar uma grade de corte padrão para então fragmentar as demais fotografias. Esse procedimento foi necessário para garantir a aleatoriedade dos fragmentos visuais, pois isso potencializa o estranhamento. Nessa experiência, três modelos de grades foram utilizados para fragmentar as 350 fotografias no total.

Figura 26 – Grade para fragmentação



Fonte: elaborado pela autora.

As fotografias realizadas nas cidades de São Paulo, Nova Iorque e Cidade do México foram, portanto, fragmentadas a partir dos *patterns* oriundos das próprias imagens.

Figura 27 – Fragmentação das fotografias



Fonte: acervo da autora.

Contudo, nem todos os fragmentos visuais poderiam ser utilizados como insumo projetual na oficina artística, pois havia dois tipos de fragmentos visuais resultantes: significantes (E) e não significantes. Apenas os fragmentos significantes (E) foram mantidos. Essa classificação acontece por nível de pertinência (FONTANILLE, 2005) em unidades significantes elementares, aquelas que ainda

representassem algum signo ou figura de representação. Pois as unidades não significativas não apresentam dimensão simbólica, isto é, não poderão constituir novos conjuntos significantes.

Figura 28 – Fragmentos significantes (E) e não significantes



Fonte: elaborado pela autora.

A partir disso, os fragmentos visuais foram selecionados e apenas os fragmentos (E) foram escolhidos como substrato criativo para a (re)montagem durante a atividade artística. Sendo assim fragmentos significantes são acompanhados por (E).

7.2 A OFICINA ARTÍSTICA

Na oficina artística, os participantes puderam (re)montar os fragmentos (E) criando novas narrativas que representam a sua cidade utópica. Em cada país, a atividade teve a participação¹⁵ de designers, não designers e estudantes de design (nível de graduação e mestrado). Na cidade de Nova Iorque, a atividade aconteceu na Parsons School of Design; na Cidade do México, a atividade aconteceu na Universidad Iberoamericana; e na cidade de São Paulo, no Instituto Europeo di Design.

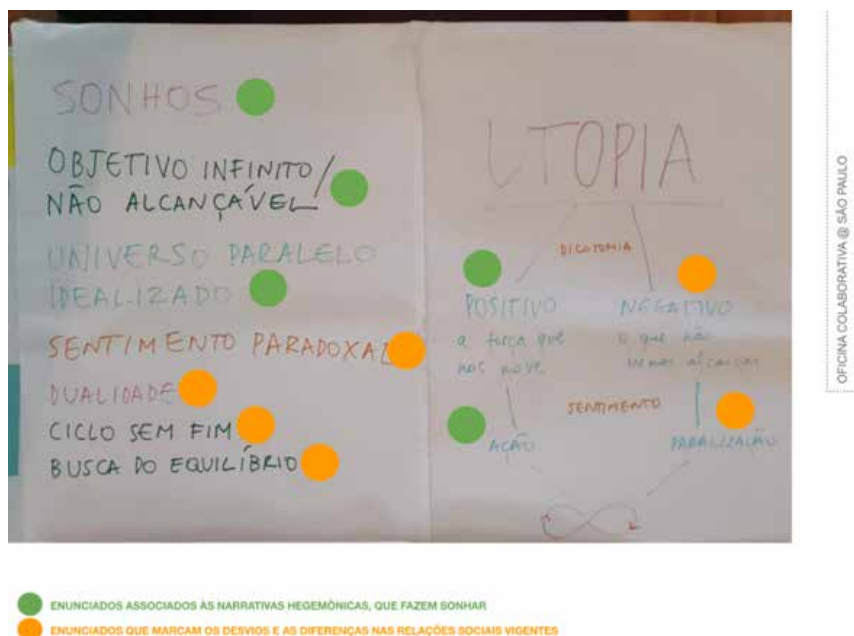
Não houve a expectativa de reunir uma amostragem de pessoas com perfis predeterminados. Entendeu-se que a realização das atividades em cidades distintas já destacava a transculturalidade e o estranhamento na trama sensível. Outros métodos poderiam garantir a presença de sujeitos com perfis distintos, mas não era esse o objetivo da atividade.

¹⁵ A inscrição dos participantes foi voluntária. Cartazes de divulgação foram enviados por e-mail para os alunos e pesquisadores e afixados em murais nas instituições.

As oficinas artísticas duraram em média três horas cada; foram trinta participantes no total e, em cada cidade, houve dois grupos de trabalho, divididos em quatro e seis pessoas. O objetivo dessa divisão era favorecer a participação de todos, com o pressuposto de que coletivos maiores têm maior dificuldade de acolher todas as ideias alheias e permitir o diálogo entre todos os participantes. Se o tema da oficina era cidade utópica, julgamos necessário iniciar a atividade com a pergunta “O que é utopia?”. Essa foi uma pergunta aberta a diversas interpretações, sem que houvesse certo ou errado. Cada grupo registrou a sua compreensão sobre o que seria utopia e compartilhou com o outro grupo.

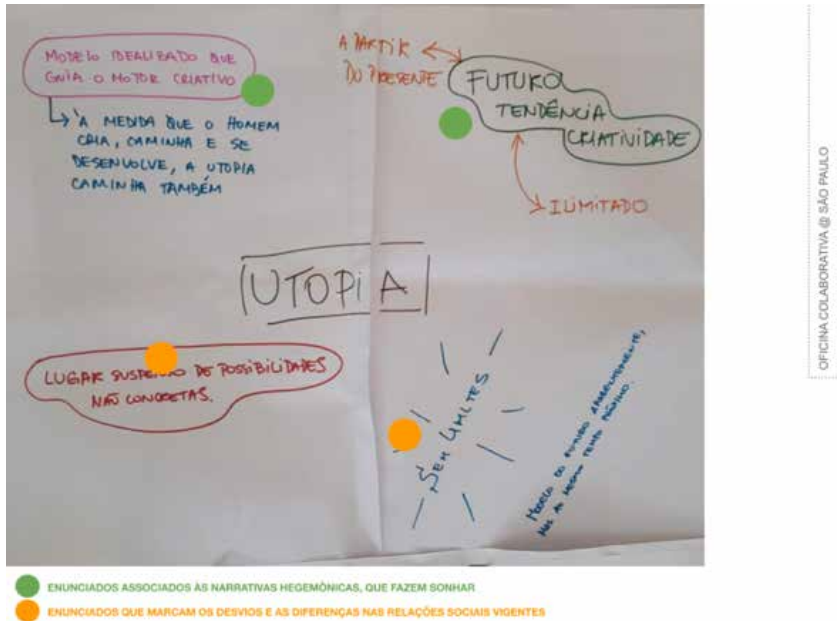
De algum modo, ao se analisar os registros visuais da discussão sobre utopia, eles em muito se parecem com aquilo que entendemos como utopia. Os ideais de sonho, vanguarda e futuro, próprios da utopia, é o que interpretamos nas imagens das Figuras 29 a 35, mas também as diferenças e os desvios, próprios das distopias. De algum modo, pensar sobre a utopia ajudou os participantes a se sentirem livres para pensar a cidade sob as perspectivas de novas realidades. E mais, o que os participantes entendem por utopia é também utopia/distopia, conforme podemos observar nas figuras a seguir. Em verde está destacado o que classificamos como utopia e em laranja, o que classificamos como distopia.

Figura 29 – Utopia: elaborado pelos participantes do grupo 1 em São Paulo



Fonte: acervo da autora.

Figura 30 – Utopia: elaborado pelos participantes do grupo 2 em São Paulo



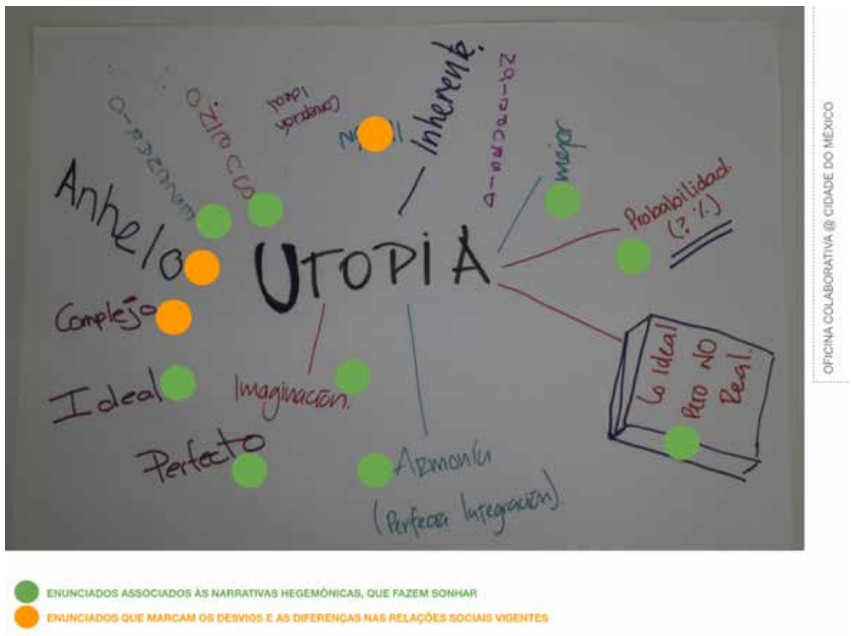
Fonte: acervo da autora.

Figura 31 – Utopia: elaborado pelos participantes do grupo 1 na Cidade do México



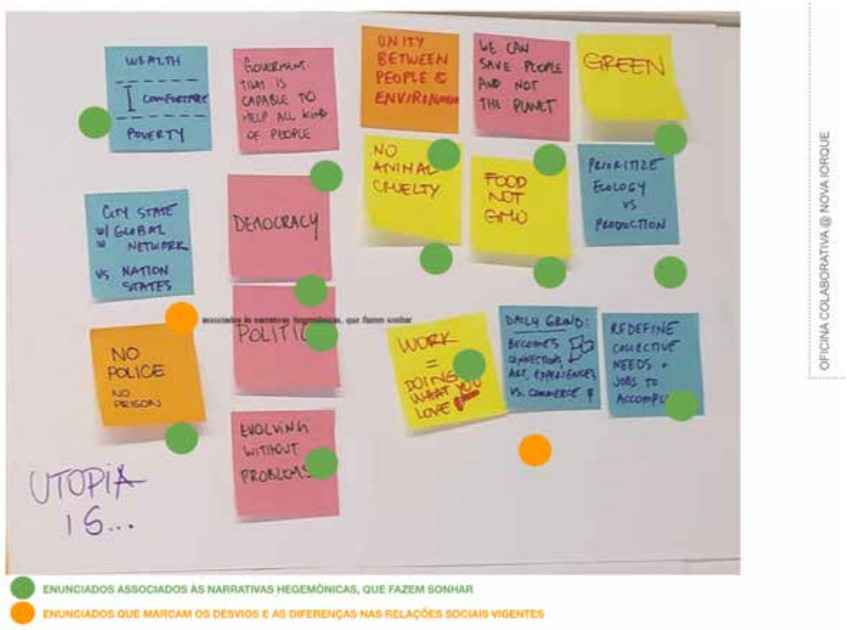
Fonte: acervo da autora.

Figura 32 – Utopia: elaborado pelos participantes do grupo 2 na Cidade do México



Fonte: acervo da autora.

Figura 33 – Utopia: elaborado pelos participantes do grupo 1 em Nova Iorque



Fonte: acervo da autora.

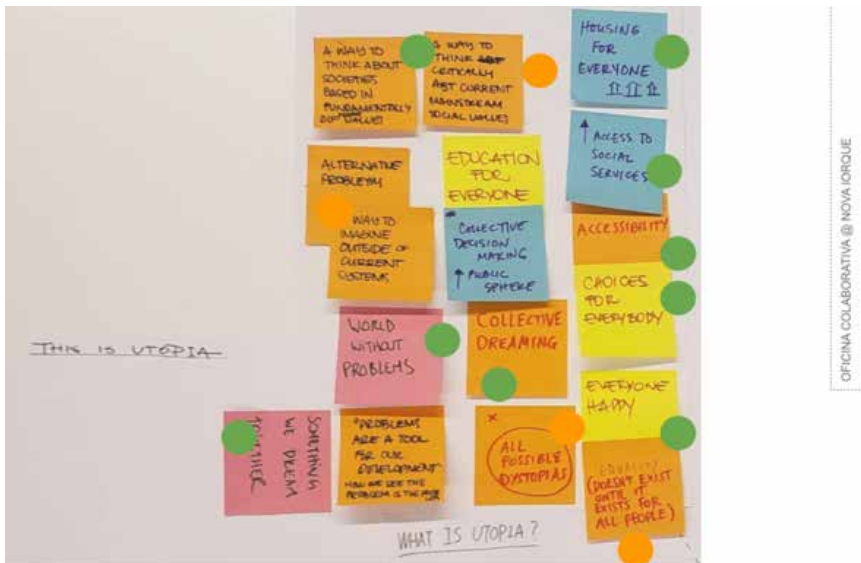
Figura 34 – Utopia: elaborado pelos participantes do grupo 2 em Nova Iorque



- ENUNCIADOS ASSOCIADOS ÀS NARRATIVAS HEGEMÔNICAS, QUE FAZEM SONHAR
- ENUNCIADOS QUE MARCAM OS DESVIOS E AS DIFERENÇAS NAS RELAÇÕES SOCIAIS VIGENTES

Fonte: acervo da autora.

Figura 35 – Utopia: elaborado pelos participantes do grupo 2 em Nova Iorque



- ENUNCIADOS ASSOCIADOS ÀS NARRATIVAS HEGEMÔNICAS, QUE FAZEM SONHAR
- ENUNCIADOS QUE MARCAM OS DESVIOS E AS DIFERENÇAS NAS RELAÇÕES SOCIAIS VIGENTES

Fonte: acervo da autora.

É possível compreender, pela análise das figuras, que as narrativas sobre utopia elaboradas pelos participantes das três cidades é ambivalente: há nas narrativas, a presença de enunciados que apresentam termos associados às narrativas hegemônicas, que fazem sonhar (assinalados em verde), e a presença de enunciados que apresentam termos relativos às narrativas predominantes em relação às demais, ou seja, que marcam os desvios e as diferenças nas relações sociais vigentes (assinalados pela cor laranja). Portanto, essa análise confirma a utopia na distopia, ou seja, os participantes não fazem distinção, mas entendem, naquilo que é predominante, que desvia e que diferencia, algum potencial utópico e, portanto, com potencial transformador. Logo, se as narrativas fossem somente hegemônicas, a estratégia projetual marcada pela utopia não teria validade. Enfatizamos que a classificação entre utopia e distopia, apresentada nas figuras, é uma interpretação implícita, portanto não são explicitadas pelas imagens, e utopia e distopia não são dicotomias que estão em oposição.

Após a discussão sobre o que seria utopia, que durou aproximadamente trinta minutos, os participantes receberam envelopes fechados que continham cerca de vinte fragmentos (E) e duas das perguntas que foram elaboradas pela autora desta pesquisa durante a observação participativa. Os envelopes fechados garantiram a aleatoriedade dos fragmentos que cada participante recebeu, condição necessária para esse tipo de projeção.

Figura 36 – Envelopes entregues aos participantes com fragmentos (E) e perguntas



Fonte: acervo da autora.

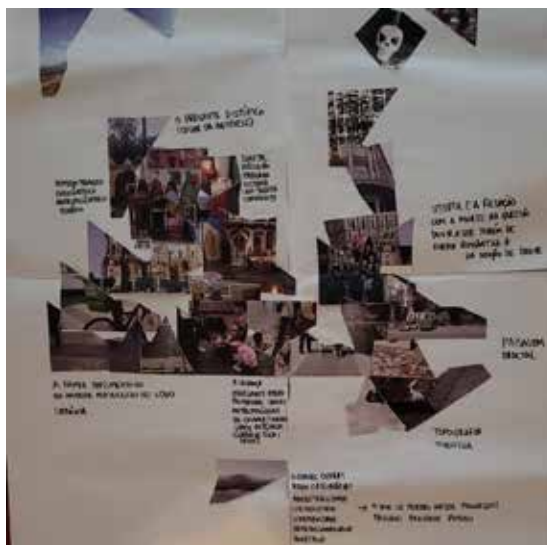
De posse dos fragmentos e das perguntas, os participantes iniciaram debates sobre o tema “Cidade utópica”. Não foi solicitado aos participantes que respondessem de forma literal às perguntas, mas todos os grupos iniciaram o diálogo a

partir das perguntas. As perguntas ajudaram na reflexão sobre a realidade vigente, sobre como percebemos a cidade onde vivemos e como as cidades são narradas. Durante a oficina, não houve nenhum tipo de intervenção ou mediação por parte da pesquisadora, somente o tempo de início e término foi controlado.

Nas três oficinas, havia dois grupos de trabalho e cada grupo reuniu suas ideias em uma folha comum, compartilhada entre todos. Essa oficina artística não respondia a nenhum tipo de *briefing* e nenhum problema estava sendo solucionado. As estratégias foram a utopia e a transculturalidade, que agiram como força motriz, promovendo a dialogia e criando um deslocamento pelos níveis projetuais. Verifica-se, assim, que a estratégia orientou as ações dos participantes e o diálogo foi responsável pelo movimento e pelo dinamismo da projeção.

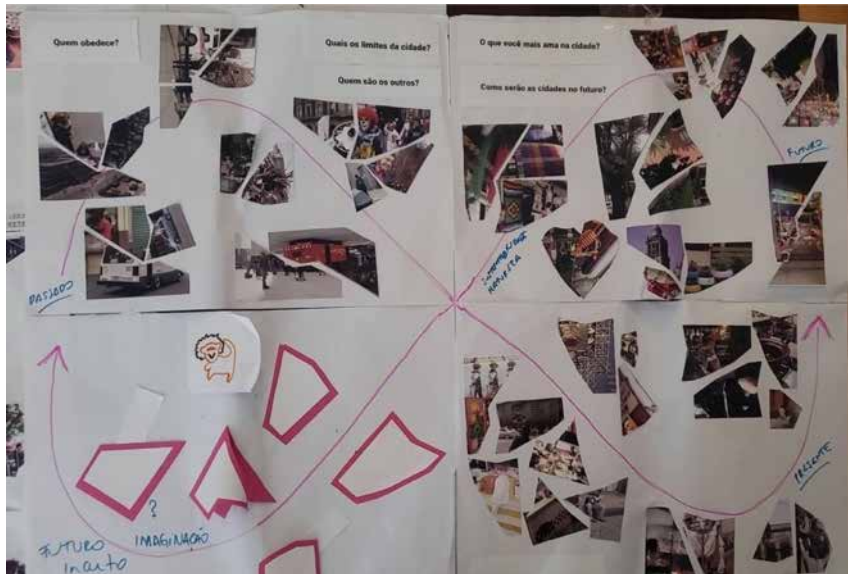
Com essa oficina não pautada pela necessidade de resolução de um problema inicial convencional, mas por um tema (cidade utópica), entende-se ser possível desenvolver atividades projetuais nas quais a utopia e a transculturalidade sejam estratégias e, conseqüentemente, favoreçam a possibilidade de transformação sociocultural. A experiência estética colocou novos objetos no campo da percepção, alterando a dimensão sensível e ampliando o espaço interpretativo, o que emancipou os participantes das narrativas hegemônicas e favoreceu a construção de novas representações de realidades. Em suma, a atividade conseguiu, a partir de fragmentos (E), produzir um deslocamento pelos processos de percepção, interpretação e transformação, que podem ser observados nas narrativas imagéticas.

Figura 37 – Narrativa imagética produzida pelo grupo 1 na cidade de São Paulo



Fonte: acervo da autora.

Figura 38 – Narrativa imagética produzida pelo grupo 2 na cidade de São Paulo



Fonte: acervo da autora.

Figura 39 – Narrativa imagética produzida na cidade de Nova York



Fonte: acervo da autora.

Figura 40 – Narrativa imagética produzida na Cidade do México

Fonte: acervo da autora.

Houve, ainda, elaborações em textos verbais sobre as cidades utópicas que foram realizadas espontaneamente por alguns dos participantes. Essas narrativas imagéticas são difusas e ambíguas, não são lineares ou canônicas.¹⁶ A narrativa não canônica utiliza-se de linguagem implícita e de metáforas que favorecem a perspectiva humana e a subjetividade no processo de interpretação. Nas narrativas não canônicas, a interpretação da realidade não é unívoca. Esse espaço interpretativo configura-se como um espaço metaprojetual, pois permite o deslocamento da realidade e a produção de sentido. Se as narrativas fossem canônicas, a interpretação estaria restrita pelo significado explícito da imagem. É possível inferir que se essas narrativas imagéticas fossem lineares e canônicas, novos sistemas de significados não estariam operando nas imagens conotadas.

O estranhamento foi condição necessária para que houvesse um debate e novas ideias surgissem a partir da discussão em grupo. Uma vez que ocorreu a assimilação do sentido, como previsto, não houve a negação das diferenças e novas

¹⁶ Entendemos como narrativa canônica as narrativas que apresentam uma sucessão de acontecimentos numa mesma linha temporal, com início, meio e fim. Canônico também é aquilo que está de acordo com os cânones, com as normas estabelecidas ou convencionadas.

imagens puderam ser (re)montadas. Portanto, foram os sujeitos das narrativas que realizaram um deslocamento e permitiram a aceitação do que é estranho em lugar do que é negado. Assim como Chklóvski (1991), o estranhamento permitiu renovar a percepção, a partir do ato estético realizado pelos fragmentos de realidade, pois ele reorienta o espaço da percepção ao introduzir novos objetos no campo da percepção. As oficinas artísticas, então, foram atividades de diálogo e estranhamento que resultaram na produção de novos sentidos, a partir da interpretação dos fragmentos (E).

Ao (re)montar os fragmentos (E), os grupos iniciaram a tessitura de uma narrativa imagética. Ao final de cada atividade, eles compartilharam suas ideias e debateram sobre suas narrativas com os demais. Convoca-se mais uma vez o modelo de isotopia para observar nas narrativas imagéticas marcas de narrativas hegemônicas que caracterizam sonhos e desejos, mas também marcas das narrativas não hegemônicas, os desvios e as diferenças, próprios da distopia, o que aponta para um caráter inventivo das propostas apresentadas a partir dos fragmentos visuais. Conforme argumentado no Capítulo 5, se a distopia marca os desvios, as diferenças e as contradições, ela representa de fato o discurso transformador. Enquanto a utopia faz sonhar, a distopia provoca o dissenso, rompe o *status quo*. Logo, essas narrativas configuram-se como discursos utópicos/distópicos. A intenção não é diferenciar aquilo que é utopia ou distopia, mas observar que há um discurso utópico/distópico e, por essa razão, transformador. E ainda, esse discurso foi favorecido pelo processo que envolveu a fotografia-fragmentação-(re)montagem, quanto mais (re)montagens houver, mais transformador o discurso da narrativa pode vir a ser, pois novas realidades são postas em evidência, novos processos de percepção, interpretação e transformação são realizados em um fluxo contínuo. A (re)montagem também perpassa toda a atividade projetual, ela não é uma etapa de projeto, mas há um movimento metaprojetual constante, orientado pelo percurso narrativo.

7.3 TESSITURA DA TRAMA SENSÍVEL

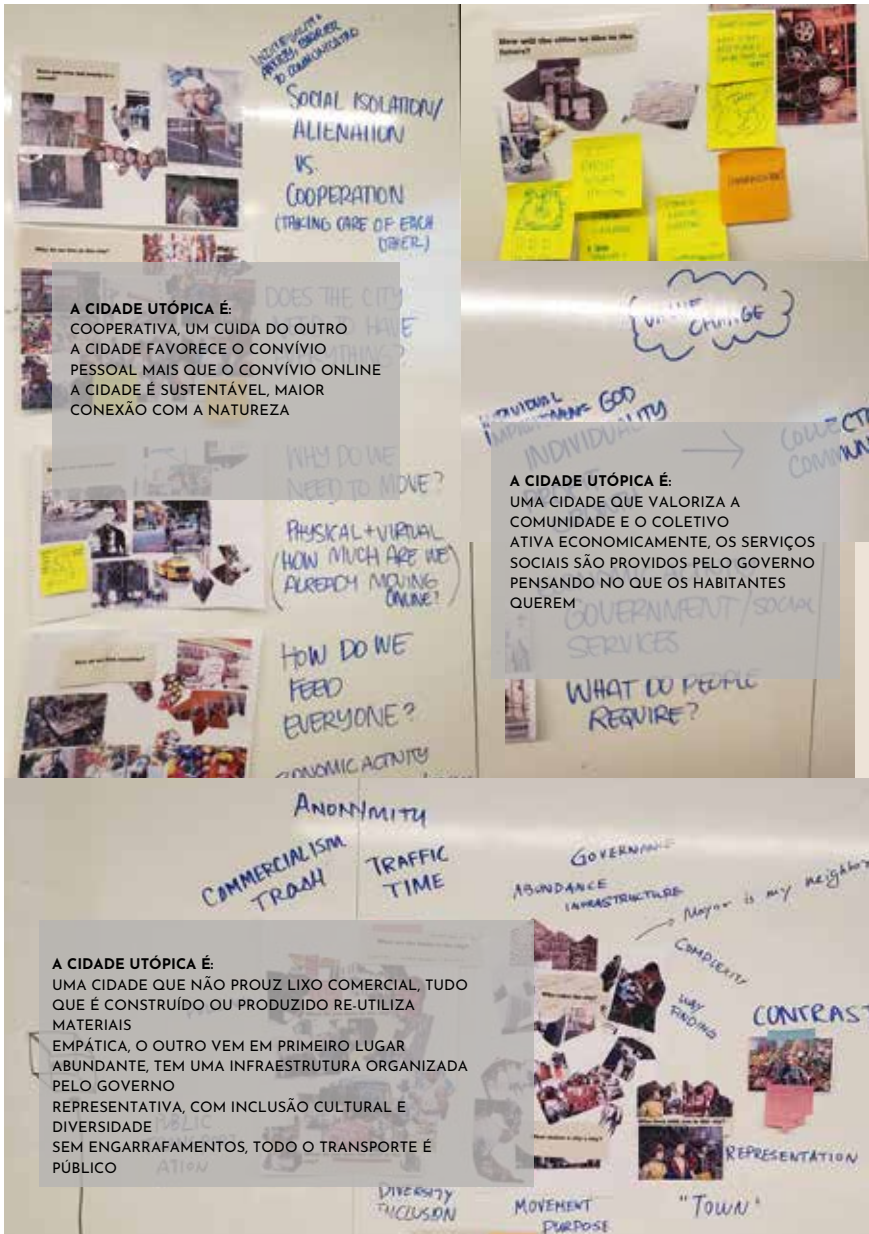
As narrativas imagéticas também são fragmentadas, o que amplia o espaço interpretativo. A tessitura dessas narrativas é um desafio de natureza (a) semiótica, por essa razão, é uma trama de narrativas, e (b) estética, por essa razão o resultado é sensível. Portanto, trata-se de uma trama sensível que carrega o discurso das três cidades e também a polifonia dos sujeitos que participaram do processo projetual. Esse percurso narrativo, desencadeado pelas fotografias, visa à produção de sentido e manifesta o *ethos* da cidade utópica projetada. Esses modos de viver utópicos

foram narrados pelos sujeitos dessa experiência em um discurso que organiza essas culturas. Esse *ethos* tem origem nas cidades observadas e na visão de mundo dos sujeitos envolvidos na projeção. E são as **heterotopias**, vivenciadas nas cidades, que inspiram tais utopias.

O ponto de vista do sujeito pesquisador deste estudo também está presente nessa trama sensível, nos registros fotográficos, na fragmentação e nas escolhas realizadas na tessitura que resume os cenários panorâmicos. O movimento de tessitura das narrativas imagéticas pode ser representado pelo movimento da figura do *triple circle*, um movimento fluido e intermitente, assim como a trama sensível. Ao tecer as narrativas imagéticas oriundas das oficinas, uma vez que a (re)montagem foi um operador, se novas (re)montagens forem realizadas a partir dessa trama sensível, novas tramas poderão surgir em um fluxo contínuo. Essas tramas podem se entrelaçar ao tecido social, à partilha do sensível, como diz Rancière (2005). E se o regime estético é o que sustenta o modo de funcionamento desse sistema, a trama sensível só poderia ser de natureza estética.

A realização dessa tessitura exigiu a percepção, a interpretação e a transformação das narrativas imagéticas, por meio da seleção, da classificação e da combinação dos enunciados das narrativas imagéticas. O resultado do processo de interpretação dessas narrativas difusas e ambíguas é uma nova organização, que apresenta enunciados que manifestam os anseios, desejos e proposições dos sujeitos que fazem parte do percurso projetual que faz ver o *ethos* da cidade. As narrativas imagéticas são então transformadas em narrativas verbais, como se observa na Figura 41:

Figura 41 – Interpretação das narrativas imagéticas



Fonte: elaborado pela autora.

Cinco categorias que organizam o *ethos* da cidade utópica: coletiva, dinâmica, sustentável, espiritual e tecnológica foram elaboradas a partir da listagem, organização e classificação dos enunciados presentes nas narrativas imagéticas criadas pelos coletivos.

Figura 42 – Classificação dos enunciados das narrativas imagéticas

CLASSIFICAÇÃO DOS ENUNCIADOS

| | |
|---|--|
| C UMA CIDADE QUE PRIORIZA OS ESPAÇOS PÚBLICOS PARA A INTERAÇÃO SOCIAL | |
| C COMPARTILHADA, OS ESPAÇOS PERMITEM UM NOVO ESTILO DE VIDA, POIS FAVORECEM O CONVÍVIO | |
| D MODULAR, TEM MENOS ESPAÇOS COM FUNCIONALIDADES FIXAS | |
| D DINÂMICA, PERMITE QUE OS HABITANTES TENHAM A LIBERDADE PARA ESCOLHER A FUNCIONALIDADE DOS ENTORNOS | |
| C SISTÊMICA, TEM AS RELAÇÕES DE TRABALHO BASEADAS EM INTERCÂMBIO E CÍCLICA | |
| D DINÂMICA | |
| C SEGURA | |
| C DIVERSA, CONVIVEM MUITAS TRIBOS E DIFERENTES IDENTIDADES CULTURAIS | |
| C AGREGADORA, GERA OPORTUNIDADES | |
| E IMAGINATIVA, FAZ SONHAR | |
| E NOSTÁLGICA, O PASSADO ESTÁ PRESENTE | |
| D FUNCIONAL E DINÂMICA | |
| C UM ESPAÇO PARA COABITAR, HABITAR JUNTO | |
| D UMA CIDADE EM FLUXO DE MOVIMENTO | |
| T INTELIGENTE, HÁ UMA OTIMIZAÇÃO DAS VIAS | |
| C SEGURA, CUIDA E PROTEGE OS HABITANTES | |
| C O LUGAR QUE RESPEITA A PRIVACIDADE, NÃO HÁ VIGILÂNCIA | |
| T SEM CONEXÃO, POIS A CONECTIVIDADE GERA O CAOS, O EXCESSO | |
| C DIVERSA, TEM MUITAS TRIBOS QUE CRIAM O SENTIDO DE PERTENCIMENTO DO COLETIVO | |
| C COLETIVA, POIS SÓ SOBREVIVEREMOS SE VIVERMOS JUNTOS | |
| C COLETIVA, MAS RESPEITA O INDIVÍDUO, A PRIVACIDADE | |
| E ESPIRITUAL, TODOS ESTÃO JUNTOS | |
| C COOPERATIVA, UM CUIDA DO OUTRO | |
| C A CIDADE FAVORECE O CONVÍVIO PESSOAL MAIS QUE O CONVÍVIO ONLINE | |
| S A CIDADE É SUSTENTÁVEL, MAIOR CONEXÃO COM A NATUREZA | |
| C UMA CIDADE QUE VALORIZA A COMUNIDADE E O COLETIVO | |
| S ATIVA ECONOMICAMENTE, OS SERVIÇOS SOCIAIS SÃO PROVIDOS PELO GOVERNO PENSANDO NO QUE OS HABITANTES QUEREM | |
| S UMA CIDADE QUE NÃO PRODUZ LIXO COMERCIAL, TUDO QUE É CONSTRUÍDO OU PRODUZIDO REUTILIZA MATERIAIS | |
| C EMPÁTICA, O OUTRO VEM EM PRIMEIRO LUGAR | |
| S ABUNDANTE, TEM UMA INFRAESTRUTURA ORGANIZADA PELO GOVERNO | |
| C REPRESENTATIVA, COM INCLUSÃO CULTURAL E DIVERSIDADE | |
| S SEM ENGARRAFAMENTOS, TODO O TRANSPORTE É PÚBLICO | |
| E O LUGAR DA ANTÍTESE | |
| D FRACTAL, AS PARTES SÃO IGUAIS AO TODO, VÁRIAS CIDADES EM UMA SÓ | |
| C O LUGAR DA DIVERSIDADE CULTURAL | |
| E UMA CIDADE QUE RESPEITA OS ANCESTRAIS | |
| E ESPIRITUAL, A RELAÇÃO COM A MORTE E QUESTÃO DE DE VIR | |
| E A RELIGIÃO NÃO É UM SISTEMA CAPITALISTA | |
| E CIDADE HOLÍSTICA | |
| D CÍCLICA | |
| S SUSTENTÁVEL, TEM UMA RELAÇÃO COM A NATUREZA | |
| E ESPAÇO DA IMAGINAÇÃO | |
| D DINÂMICA, ESTÁ EM MOVIMENTO | |
| C BASEADA EM VALORES SOCIAIS QUE APROXIMAM FISICAMENTE OS INDIVÍDUOS | |
| C COLETIVA E COOPERATIVA | |
| S RESPONSÁVEL POR PROVER AS NECESSIDADES BÁSICAS: ABRIGO, COMIDA, TRABALHO | |
| C CULTURALMENTE DIVERSA | |
| S CONSCIENTE: USA TUDO QUE JÁ EXISTE AO INVÉS DE CONSTRUIR ALGO NOVO | |
| S NÃO PRODUZ EXCESSO DE LIXO | |
| C INCLUSIVA COM TODOS, NÃO EXCLUI | |
| C UMA CIDADE COM MAIS ESPAÇOS DE INTERAÇÃO SOCIAL | |
| D FUNCIONAL, MICROSSISTEMAS ABERTOS QUE FUNCIONAM SEPARADOS OU JUNTOS | |
| D OS HABITANTES TÊM LIBERDADE PARA ESCOLHER AS FUNÇÕES DO ENTORNO, DE ACORDO COM SUAS NECESSIDADES E VONTADES | |
| T INTELIGENTE, CONECTADA | |
| T ENTREGAS POR DRONES | |
| T CARROS AUTÔNOMOS | |
| S ILIMITADA | |

COLETIVA

DINÂMICA

SUSTENTÁVEL

ESPIRITUAL

TECNOLÓGICA

Fonte: elaborado pela autora.

O percurso semântico que classifica e organiza os enunciados nas cinco categorias envolveu: (1) listar todos os enunciados; (2) selecionar os termos principais de cada enunciado; (3) excluir os termos repetidos; (4) agrupar os termos por redundância; (5) classificar os grupos em categorias semânticas; e (6) eleger os principais predicados de cada categoria. As figuras a seguir apresentam esse percurso.

Figura 43 – Seleção dos enunciados relacionados ao predicado “coletiva”

SELEÇÃO DOS ENUNCIADOS RELACIONADOS AO PREDICADO **COLETIVA**

C A CIDADE **FAVORECE O CONVÍVIO PESSOAL** MAIS QUE O CONVÍVIO ONLINE
C **AGREGADORA**, GERA OPORTUNIDADES
C BASEADA EM VALORES SOCIAIS QUE **APROXIMAM FISICAMENTE OS INDIVÍDUOS**
C **COLETIVA E COOPERATIVA**
C **COLETIVA**, MAS **RESPEITA O INDIVÍDUO**, A PRIVACIDADE
C **COLETIVA**, POIS SÓ SOBREVIVEREMOS SE **VIVERMOS JUNTOS**
C **COMPARTILHADA**, OS ESPAÇOS PERMITEM UM NOVO ESTILO DE VIDA, POIS FAVORECEM O **CONVÍVIO**
C **COOPERATIVA**, UM **CUIDA DO OUTRO**
C CULTURALMENTE **DIVERSA**
C **DIVERSA**, **CONVIVEM MUITAS TRIBOS E DIFERENTES IDENTIDADES CULTURAIS**
C **DIVERSA**, TEM **MUITAS TRIBOS** QUE CRIAM O SENTIDO DE **PERTENCIMENTO DO COLETIVO**
C **EMPÁTICA**, O **OUTRO** VEM EM PRIMEIRO LUGAR
C **INCLUSIVA** COM **TODOS**, NÃO EXCLUI
C O LUGAR DA **DIVERSIDADE CULTURAL**
C O LUGAR QUE **RESPEITA A PRIVACIDADE**, NÃO HÁ **VIGILÂNCIA**
C **REPRESENTATIVA**, COM **INCLUSÃO CULTURAL E DIVERSIDADE**
C **SEGURA**
C **SEGURA**, **CUIDA E PROTEGE OS HABITANTES**
C **SISTÊMICA**, TEM AS **RELAÇÕES DE TRABALHO** BASEADAS EM **INTERCÂMBIO** E DE MANEIRA CÍCLICA
C UM ESPAÇO PARA **COABITAR, HABITAR JUNTO**
C UMA CIDADE COM MAIS ESPAÇOS DE **INTERAÇÃO SOCIAL**
C UMA CIDADE QUE **PRIORIZA OS ESPAÇOS PÚBLICOS PARA A INTERAÇÃO SOCIAL**
C UMA CIDADE QUE **VALORIZA A COMUNIDADE E O COLETIVO**

Fonte: elaborado pela autora.

Figura 44 – Classificação – Coletiva

| TERMOS RELACIONADOS À COLETIVIDADE | EXCLUSÃO DOS TERMOS REPETIDOS | REDUNDÂNCIAS | CLASSIFICAÇÃO |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------|
| AGREGADORA | AGREGADORA | AGREGADORA | |
| APROXIMAM FISICAMENTE OS INDIVÍDUOS | APROXIMAM FISICAMENTE OS INDIVÍDUOS | APROXIMAM FISICAMENTE OS INDIVÍDUOS | AGREGADORA |
| COLETIVA | COLETIVA | COLETIVA | |
| COLETIVO | COLETIVO | COLETIVO | |
| COLETIVA, RESPEITA O INDIVÍDUO | COLETIVA, RESPEITA O INDIVÍDUO | COLETIVA | |
| COLETIVA VIVERMOS JUNTOS | COLETIVA VIVERMOS JUNTOS | COLETIVO | COLETIVA |
| COMPARTILHADA | COMPARTILHADA | COLETIVA VIVERMOS JUNTOS | |
| CONVÍVIO | CONVÍVIO | COMUNIDADE | |
| CONVIVEM MUITAS TRIBOS | CONVIVEM MUITAS TRIBOS | PERTENCIMENTO | |
| COOPERATIVA | COOPERATIVA | | |
| COOPERATIVA | COABITAR | CONVÍVIO | |
| COABITAR | COMUNIDADE | CONVÍVIO PESSOAL | CONVIVIAL |
| COMUNIDADE COLETIVO | CUIDA DO OUTRO | CONVIVEM MUITAS TRIBOS | |
| CUIDA DO OUTRO | DIFERENTES IDENTIDADES CULTURAIS | | |
| DIFERENTES IDENTIDADES CULTURAIS | DIVERSA | COOPERATIVA | |
| DIVERSA | DIVERSIDADE CULTURAL | RELAÇÕES DE TRABALHO | COOPERATIVA |
| DIVERSA | DIVERSIDADE | | |
| DIVERSA | EMPÁTICA | HABITAR JUNTO | |
| DIVERSIDADE CULTURAL | CONVÍVIO PESSOAL | COMPARTILHADA | COMPARTILHADA |
| DIVERSIDADE | HABITAR JUNTO | COABITAR | |
| EMPÁTICA | INCLUSIVA | | |
| CONVÍVIO PESSOAL | INCLUSÃO CULTURAL | CUIDA DO OUTRO | |
| HABITAR JUNTO | INTERAÇÃO SOCIAL | EMPÁTICA | EMPÁTICA |
| INCLUSIVA | INTERCÂMBIO | OUTRO | |
| INCLUSÃO CULTURAL | MUITAS TRIBOS | | |
| INTERAÇÃO SOCIAL | OUTRO | DIFERENTES IDENTIDADES CULTURAIS | |
| INTERAÇÃO SOCIAL | PERTENCIMENTO | DIVERSA | DIVERSA/PLURAL |
| INTERCÂMBIO | PRIVACIDADE | DIVERSIDADE CULTURAL | |
| MUITAS TRIBOS | REPRESENTATIVA | DIVERSIDADE | |
| OUTRO | TODOS | MUITAS TRIBOS | |
| PERTENCIMENTO | VIGILÂNCIA | REPRESENTATIVA | |
| PRIVACIDADE | RELAÇÕES DE TRABALHO | | |
| REPRESENTATIVA | | | |
| TODOS | | INCLUSIVA | |
| VIGILÂNCIA | | INCLUSÃO CULTURAL | INCLUSIVA |
| RELAÇÕES DE TRABALHO | | TODOS | |
| | | INTERAÇÃO SOCIAL | INTERATIVA |
| | | INTERCÂMBIO | |
| | | PRIVACIDADE | PÚBLICO/PRIVADO |
| | | VIGILÂNCIA | |

COLETIVA

- S AGREGADORA
- O COLETIVA
- D CONVIVIAL
- A COOPERATIVA
- D COMPARTILHADA
- I EMPÁTICA
- D DIVERSA/PLURAL
- E INCLUSIVA
- R INTERATIVA
- P PÚBLICO/PRIVADO

Fonte: elaborado pela autora.

Figura 45 – Seleção dos enunciados relacionados ao predicado “dinâmica”

SELEÇÃO DOS ENUNCIADOS RELACIONADOS AO PREDICADO **DINÂMICA**

- D MODULAR, TEM MENOS FUNCIONALIDADES FIXAS
- D DINÂMICA, PERMITE QUE OS HABITANTES TENHAM A LIBERDADE PARA ESCOLHER A FUNCIONALIDADE DOS ENTORNOS
- D DINÂMICA
- D FUNCIONAL E DINÂMICA
- D UMA CIDADE EM FLUXO DE MOVIMENTO
- D FRACTAL, AS PARTES SÃO IGUAIS AO TODO, VÁRIAS CIDADES EM UMA SÓ
- D CÍCLICA
- D DINÂMICA, ESTÁ EM MOVIMENTO
- D FUNCIONAL, MICROSSISTEMAS ABERTOS QUE FUNCIONAM SEPARADOS OU JUNTOS
- D OS HABITANTES TÊM LIBERDADE PARA ESCOLHER AS FUNÇÕES DO ENTORNO, DE ACORDO COM SUAS NECESSIDADES E VONTADES

Fonte: elaborado pela autora.

Figura 46 – Classificação – Dinâmica

| TERMOS RELACIONADOS À DINÂMICA | EXCLUSÃO DOS TERMOS REPETIDOS | REDUNDÂNCIAS | CLASSIFICAÇÃO |
|--------------------------------|-------------------------------|------------------------|--------------------|
| MODULAR | MODULAR | MODULAR | MODULÁVEL |
| FUNCIONALIDADES | DINÂMICA | DINÂMICA | DINÂMICA |
| DINÂMICA | FUNCIONALIDADE | FUNCIONALIDADE | DINÂMICA |
| FUNCIONALIDADE | FUNCIONAL | FUNCIONAL | FUNCIONAL |
| DINÂMICA | FLUXO | FLUXO | FUNCIONAL |
| FUNCIONAL | MOVIMENTO | MOVIMENTO | FUNCIONAL |
| DINÂMICA | FRACTAL | FRACTAL | FUNCIONAL |
| FLUXO | CÍCLICA | CÍCLICA | FUNÇÕES |
| MOVIMENTO | MICROSSISTEMAS ABERTOS | FLUXO | FLUXO |
| FRACTAL | FUNCIONAM | MOVIMENTO | MOVIMENTADA |
| CÍCLICA | FUNÇÕES | CÍCLICA | MOVIMENTADA |
| DINÂMICA | | | |
| MOVIMENTO | | FRACTAL | FRACTAL |
| FUNCIONAL | | | FRACTAL |
| MICROSSISTEMAS ABERTOS | | MICROSSISTEMAS ABERTOS | SISTÊMICA E ABERTA |
| FUNCIONAM | | | SISTÊMICA E ABERTA |
| FUNÇÕES | | | SISTÊMICA E ABERTA |

DINÂMICA

S
O
S
D
A
C
A
I
D
P
R
E

MODULÁVEL
DINÂMICA
FUNCIONAL
MOVIMENTADA
FRACTAL
SISTÊMICA E ABERTA

Fonte: elaborado pela autora.

Figura 47 – Seleção e classificação dos enunciados relacionados ao predicado “sustentável”

SELEÇÃO DOS ENUNCIADOS RELACIONADOS AO PREDICADO **SUSTENTÁVEL**

- S A CIDADE É **SUSTENTÁVEL**, MAIOR **CONEXÃO COM A NATUREZA**
- S **ATIVA ECONOMICAMENTE**, OS SERVIÇOS SOCIAIS SÃO **PROVIDOS** PELO GOVERNO PENSANDO NO QUE OS HABITANTES QUEREM
- S UMA CIDADE QUE **NÃO PRODUZ LIXO COMERCIAL**, TUDO QUE É CONSTRUÍDO OU PRODUZIDO **REUTILIZA MATERIAIS**
- S **ABUNDANTE**, TEM UMA **INFRAESTRUTURA ORGANIZADA** PELO GOVERNO
- S SEM ENGARRAFAMENTOS, TODO O **TRANSPORTE É PÚBLICO**
- S **SUSTENTÁVEL**, TEM UMA **RELAÇÃO COM A NATUREZA**
- S **RESPONSÁVEL POR PROVER AS NECESSIDADES BÁSICAS**: ABRIGO, COMIDA, TRABALHO
- S **CONSCIENTE**: **USA TUDO QUE JÁ EXISTE** AO INVÉS DE CONSTRUIR ALGO NOVO
- S **NÃO PRODUZ EXCESSO DE LIXO**
- S **ILIMITADA**

| TERMOS RELACIONADOS À DINÂMICA | EXCLUSÃO DOS TERMOS REPETIDOS | REDUNDÂNCIAS | CLASSIFICAÇÃO |
|--------------------------------|-------------------------------|----------------|---------------------|
| SUSTENTÁVEL | SUSTENTÁVEL | SUSTENTÁVEL | SUSTENTÁVEL |
| NATUREZA | NATUREZA | NATUREZA | RESPEITA A NATUREZA |
| ATIVA | ATIVA | PROVIDOS | PROVEDORA |
| PROVIDOS | PROVIDOS | PROVER | CONSCIENTE |
| LIXO | LIXO | CONSCIENTE | CONSCIENTE |
| REUTILIZA | REUTILIZA | REUTILIZA | USA |
| ABUNDANTE | ABUNDANTE | INFRAESTRUTURA | ORGANIZADA |
| INFRAESTRUTURA | INFRAESTRUTURA | ORGANIZADA | ORGANIZADA |
| ORGANIZADA | ORGANIZADA | PROVER | ABUNDANTE |
| SUSTENTÁVEL | PROVER | EXCESSO | ILIMITADA |
| NATUREZA | CONSCIENTE | ILIMITADA | LIXO |
| PROVER | USA | | |
| CONSCIENTE | EXCESSO | | |
| USA | ILIMITADA | | |
| EXCESSO | | | |
| ILIMITADA | | | |

SUSTENTÁVEL

P
R
E
D
I
C
A
D
O
S

- SUSTENTÁVEL
- RESPEITA A NATUREZA
- PROVEDORA
- CONSCIENTE
- ORGANIZADA
- ABUNDANTE

Fonte: elaborado pela autora.

Figura 48 – Seleção e classificação dos enunciados relacionados ao predicado “espiritual”

SELEÇÃO DOS ENUNCIADOS RELACIONADOS AO PREDICADO **ESPIRITUAL**

E **IMAGINATIVA**, FAZ **SONHAR**
 E **NOSTÁLGICA**, O PASSADO ESTÁ PRESENTE
 E **ESPIRITUAL**, TODOS ESTÃO **JUNTOS**
 E O LUGAR DA **ANTÍTESE**
 E UMA CIDADE QUE RESPEITA OS **ANCESTRAIS**
 E **ESPIRITUAL**, A RELAÇÃO COM A **MORTE** É QUESTÃO DE **DEVIR**
 E A **RELIGIÃO** NÃO É UM SISTEMA CAPITALISTA
 E CIDADE **HOLÍSTICA**
 E ESPAÇO DA **IMAGINAÇÃO**

| TERMOS RELACIONADOS À DINÂMICA | EXCLUSÃO DOS TERMOS REPETIDOS | REDUNDÂNCIAS | CLASSIFICAÇÃO |
|--------------------------------|-------------------------------|--------------|---------------|
| IMAGINATIVA | IMAGINATIVA | IMAGINATIVA | |
| SONHAR | SONHAR | SONHAR | IMAGINATIVA |
| NOSTÁLGICA | NOSTÁLGICA | IMAGINAÇÃO | |
| ESPIRITUAL | ESPIRITUAL | | |
| JUNTOS | JUNTOS | ESPIRITUAL | ESPIRITUAL |
| ANTÍTESE | ANTÍTESE | | |
| ANCESTRAIS | ANCESTRAIS | NOSTÁLGICA | |
| ESPIRITUAL | MORTE | ANCESTRAIS | NOSTÁLGICA |
| MORTE | DEVIR | | |
| DEVIR | RELIGIÃO | MORTE | |
| RELIGIÃO | HOLÍSTICA | DEVIR | CONTÍNUA |
| HOLÍSTICA | IMAGINAÇÃO | | |
| IMAGINAÇÃO | | RELIGIÃO | |
| | | HOLÍSTICA | HOLÍSTICA |
| | | JUNTOS | |
| | | ANTÍTESE | CONTRADITÓRIA |

ESPIRITUAL

S
 O
 D
 A
 C
 U
 I
 D
 D
 E
 P
 R

IMAGINATIVA
 ESPIRITUAL
 NOSTÁLGICA
 CONTÍNUA
 HOLÍSTICA
 CONTRADITÓRIA

Fonte: elaborado pela autora.

Figura 49 – Seleção e classificação dos enunciados relacionados ao predicado “tecnológica”

SELEÇÃO DOS ENUNCIADOS RELACIONADOS AO PREDICADO **TECNOLÓGICA**

T INTELIGENTE, HÁ UMA OTIMIZAÇÃO DAS VIAS
 T SEM CONEXÃO, POIS A CONECTIVIDADE GERA O CAOS, O EXCESSO
 T INTELIGENTE, CONECTADA
 T ENTREGAS POR DRONES
 T CARROS AUTÔNOMOS

| TERMOS RELACIONADOS À DINÂMICA | EXCLUSÃO DOS TERMOS REPETIDOS | REDUNDÂNCIAS | CLASSIFICAÇÃO |
|--------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|
| INTELIGENTE | INTELIGENTE | INTELIGENTE | INTELIGENTE |
| OTIMIZAÇÃO | OTIMIZAÇÃO | OTIMIZAÇÃO | OTIMIZADA |
| CONEXÃO | CONEXÃO | CONEXÃO | CONECTADA |
| CONECTIVIDADE | CONECTIVIDADE | CONECTIVIDADE | CONECTADA |
| INTELIGENTE | CONECTADA | CONECTADA | |
| CONECTADA | DRONES | DRONES | |
| DRONES | AUTÔNOMOS | AUTÔNOMOS | AUTOMATIZADA |
| AUTÔNOMOS | | | |

TECNOLÓGICA

S
 O
 D
 A
 C
 I
 D
 E
 P
 R
 E
 D
 I
 C
 A
 D
 O
 S
 INTELIGENTE
 OTIMIZADA
 CONECTADA
 AUTOMATIZADA

Fonte: elaborado pela autora.

As cinco categorias de predicados correspondem à interpretação do *ethos* da cidade utópica realizado a partir da tessitura das narrativas imagéticas.

Figura 50 – Resumo dos predicados

ESPIRITUAL

P
R
E
D
I
C
A
D
O
S

IMAGINATIVA
ESPIRITUAL
NOSTÁLGICA
CONTÍNUA
HOLÍSTICA
CONTRADITÓRIA

SUSTENTÁVEL

P
R
E
D
I
C
A
D
O
S

SUSTENTÁVEL
RESPEITA A NATUREZA
PROVEDORA
CONSCIENTE
ORGANIZADA
ABUNDANTE

DINÂMICA

P
R
E
D
I
C
A
D
O
S

MODULÁVEL
DINÂMICA
FUNCIONAL
MOVIMENTADA
FRACTAL
SISTÊMICA E ABERTA

COLETIVA

P
R
E
D
I
C
A
D
O
S

AGREGADORA
COLETIVA
CONVIVAL
COOPERATIVA
COMPARTILHADA
EMPÁTICA
DIVERSA/PLURAL
INCLUSIVA
INTERATIVA
PÚBLICO/PRIVADO

TECNOLÓGICA

P
R
E
D
I
C
A
D
O
S

INTELIGENTE
OTIMIZADA
CONECTADA
AUTOMATIZADA

Fonte: elaborado pela autora.

O percurso de semantização das narrativas imagéticas até a organização dos predicados da cidade utópica é um percurso que, pelo plano da expressão (significante), atualiza o plano do conteúdo (significado), e disso resulta a transformação

das imagens em enunciados. Essa tessitura de significados representa a diversidade/pluralidade das propostas de cidade utópica apresentada pelos sujeitos envolvidos nessa projeção. A classificação e a organização das categorias ajudam a orientar o percurso projetual que segue a partir disso.

Dessa maneira, é preciso retomar o bem-estar social, que neste estudo é relativo à transformação sociocultural. O conceito de bem-estar relacionado à cidade utópica, nessa experiência, é oriundo da interpretação sobre o *ethos* e sugere principalmente a harmonia entre homem e natureza.

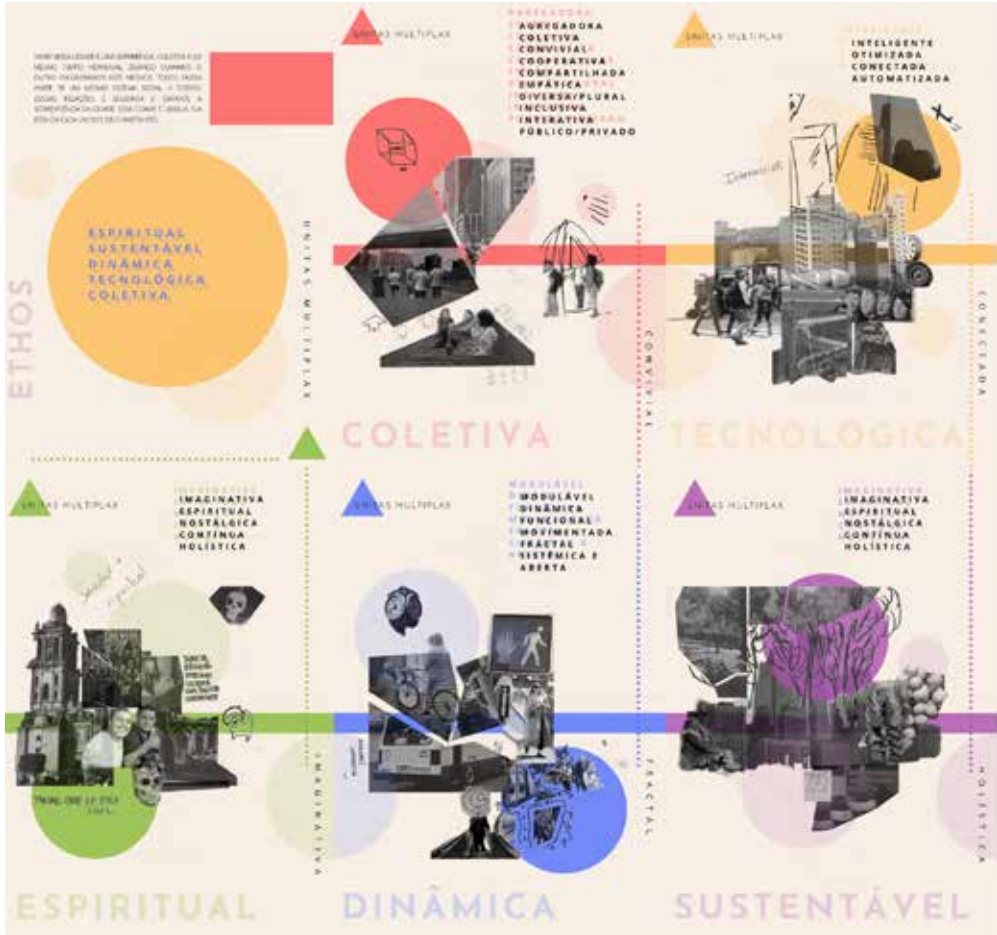
Enfatiza-se que as categorias “coletiva”, “tecnológica”, “dinâmica”, “sustentável” e “espiritual” são interpretações próprias desta experiência, porém, outras categorias poderiam ser propostas a partir de outros percursos projetuais. E mais, essas categorias são as categorias de bem-estar que apontam para o ideal de transformação sociocultural almejado. Entende-se que as categorias e os predicados semantizados podem ser organizados sintaticamente e, nesse caso, o bem-estar age como o paradigma.

Para Benveniste (2005), é o paradigma e o sintagma que definem, respectivamente, as relações de seleção e as relações de combinação entre os elementos linguísticos. Sintagma é a unidade formada por uma ou várias palavras que, juntas, desempenham uma função na frase. A combinação das palavras para formar as frases não é aleatória; elas obedecem a determinados princípios. O paradigma não é uma série de elementos linguísticos suscetíveis de figurar no mesmo ponto do enunciado, se o sentido for outro. A organização sintática visa à produção do sentido; desse modo, a sintagmatização é o processo de seleção e organização dos enunciados. Portanto, as relações de enunciados possíveis são articuladas pelas questões que norteiam essa experiência e pela visão de mundo circunscrita nas narrativas imagéticas que foram semantizadas. A partir disso, é possível realizar novas combinatórias que conduzem à produção de novos sentidos e, portanto, de transformação da realidade, de mudança de paradigma.

Essa operação linguística foi re(significada), o ideal de bem-estar atua como um paradigma e os predicados das categorias, como operadores em um nível sintagmático. Em suma, o bem-estar dessa cidade utópica está subordinado aos predicados apresentados. O *ethos* dessa cidade é constituído de valores, comportamentos e modos de viver coletivos, dinâmicos, sustentáveis, espirituais e tecnológicos. Assim, a sustentabilidade, por exemplo, passa a ser uma questão ética e política, e não pode mais ser pensada como uma escolha, uma vontade, mas constitui os valores e normas que orientam os modos de ser e viver dessa cidade.

A trama sensível manifesta visualmente um cenário ético, estético e político correspondente à cidade que projetamos:

Figura 51 – Trama sensível



Fonte: elaborado pela autora.

Os cenários panorâmáticos colocam no campo da percepção o visível e torna dizível o invisível. É o que se espera de um cenário em design, que tenha a potência para fazer imaginar a partir do regime de *imaginété* imposto pelas imagens. A fotografia não seria capaz, sozinha, de realizar tal função, uma vez que ela nasce no regime do dizível e do visível; é a fragmentação da fotografia que faz ver um novo significado, relativo ao *studium* e não mais ao *punctum*. As imagens desse cenário carregam o espírito do *studium* das fotografias que serviram como insumo projetual. O resultado que se observa não é uma semelhança ou dessemelhança

com o real, mas uma arquissemelhança,¹⁷ que representa o lugar da utopia, uma produção sobre a realidade.

Se houver novas (re)montagens dessas mesmas narrativas imagéticas, novas tramas sensíveis poderão representar outras realidades diversas e plurais. E, assim, a trama sensível é fluida, complexa e aberta para novos processos de transformação.

A metodologia de projeção por cenários panorâmicos propõe a construção de um percurso narrativo (projeto), favorecido pela transculturalidade, que ganha potência a partir das fotografias urbanas (representadas pelos fragmentos (E)) e é tecido coletivamente (oficina artística). Disso resulta uma trama sensível que é transdisciplinar, de natureza utópica/distópica e, portanto, inventiva e imaginativa. Ao projetar por cenários panorâmicos, abre-se caminho para pensar novas realidades que apresentam propostas, soluções, ideias, visões de futuro diferenciadas. Não se trata de um planejamento urbano para as cidades, mas de uma transformação da realidade. Ao perceber e interpretar, os sujeitos envolvidos nessa trama transformaram as cidades em uma dimensão simbólica.

¹⁷ Sobre arquissemelhança: “[...] a semelhança que não fornece a réplica de uma realidade, mas o testemunho imediato de um outro lugar, de onde ela provém” (RANCIÈRE, 2012, p. 17).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este texto consiste em fragmentos de um discurso que contempla uma crítica aos modelos sociais vigentes, aos modelos científicos e, principalmente, que faz ver e sentir o design através de novos prismas. Essa fragmentação refrata as teorias clássicas de design e o pensamento hegemônico das pesquisas contemporâneas em design, principalmente no Brasil. Tal escolha não é um ato rebelde, mas um ato de resistência, é um ato político que enseja um projeto de design humanista. Para tanto, não se considera a utopia como uma qualidade do projeto, mas se considera uma estratégia. Em tempos de pandemia, de crise política e econômica, como o que se enfrenta na atualidade, nada poderia ser mais inspirador. A utopia não trouxe soluções, a utopia trouxe, para este projeto, a possibilidade de transformações, condições para enfrentar a realidade, ou melhor, as realidades.

Esse caminho envolveu a cidade como o lócus da imaginação e, a partir dos movimentos metodológicos que envolvem a fotografia-fragmentação-(re)montagem-tessitura, foi possível projetar por cenários. Esses cenários não antecipam ou prospectam o futuro que está por vir. A noção de futuro nesse tipo de metodologia atua como agente de transformação do presente, pois auxilia na construção de novas realidades. É a estratégia da utopia e da transculturalidade que nos permite esse deslocamento de tempo e espaço. O que significa abandonar o pensamento

linear que conduz a uma perspectiva causal no âmbito do projeto, marcado por etapas, restrito aos moldes cartesianos.

A motivação de transformação permite contrapor a visão unívoca da realidade. Tal perspectiva ainda é um desafio para o design contemporâneo, que insiste em modelos de projetos orientados pela dicotomia problema e solução, por exemplo. Enfatizamos, assim, que o projeto de design orientado por metodologias que privilegiam o sensível ganha força para enfrentar os desafios sociais, pois prospera na imaginação e, com isso, liberta o homem. Antes de verdades inferidas pela dedução/indução, é preciso encontrar uberdades sustentadas pela abdução. E, neste âmbito, é a imagem, em especial a fotográfica, a matéria sensível que dá vida à imaginação, que abduz.

Trabalhar o design estratégico pela dimensão sensível permite compreender que a estética não está fadada ao artefato, mas está nos processos de projeção em que estão implicados os atos políticos e os atos éticos. O percurso projetual é marcado pelas escolhas feitas no decurso da ação. Portanto, não são as escolhas *a priori* que determinaram o percurso, mas as escolhas feitas diante dos acontecimentos, diante da experiência vivenciada, é o que pode ser chamado de método. A pergunta que surge é: como fazer essas escolhas? Elas devem ser feitas à luz da metodologia que orienta o designer e exige uma postura sensível e emocionada em face do estupor que isso possa causar. O planejamento inicial marca o lugar de saída; o lugar de chegada, a trama sensível, é resultado dos movimentos metodológicos realizados ao longo do percurso. As estratégias: a utopia e a transculturalidade impulsionam, favorecem e orientam o projeto.

A projeção em design envolve uma ação reflexiva que critica a realidade e, com potencial prático, age sobre essa realidade. Ao apontar a relevância da relação entre arte e design, buscou-se a possibilidade da transformação da realidade em que a técnica prevalece para uma nova sociedade que a incorpora, mas que não é dominada por ela.

Por fim, destaca-se que a fragmentação e a (re)montagem atuam no favorecimento da imaginação e da inventividade neste tipo de cenário. O estranhamento, próprio da experiência estética, favorece a dialogia, provoca o debate e cria um fluxo visual que perpassa todos os momentos da experiência. A (re)montagem marca todo o percurso narrativo e encadeia os enunciados, tecendo, então, a trama sensível.

A trama sensível tecida a partir das narrativas imagéticas representa a transformação sociocultural. Esses processos atuam em sistemas culturais que são caracterizados pelas heterotopias. Das heterotopias surgem narrativas que

então alimentam novas visões de mundo, que são utópicas/distópicas e promovem transformações sistematicamente. Desse modo, a transformação é sempre uma iberdade que é norteadora da imaginação em processos projetuais a serem desenvolvidos em espaços plurais/diversos, onde a dialógica cultural prevalece. E o prefixo *trans*, de transformação, que significa além de ou através de, liberta a forma, liberta o design. Por conseguinte, os cenários panoramáticos configuram um espaço transitório para a assimilação de novos sentidos, lugar do exercício livre da imaginação.

A arte também é emancipatória para o design, ao encontrar nos processos artísticos o espaço da crítica, da reflexão e também de sonho e de devaneio. Logo, o design estratégico orientado por estratégias utópicas e transculturais emancipa-se da racionalidade instrumental e prospera na imaginação.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2004.

ADORNO, T. W. *Minima moralia: reflexões a partir da vida danificada*. Tradução de Luiz Eduardo Bicca. 2. ed. São Paulo: Ática, 1993.

ADORNO, T. W. *Teoria estética*. Lisboa: Edições 70, 1970.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

AUMONT, J. *A imagem*. Campinas: Papyrus, 2006.

BACHELARD, G., 2007. *A intuição do instante*. Campinas: Verus Editora.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992, p. 277-326.

BARTHES, R. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Tradução de Manuela Torres. Lisboa: Edições 70, 2012a.

BARTHES, R. *Elementos de semiologia*. São Paulo: Cultrix, 2012b.

BARTHES, R. Semiologia e urbanismo. *In: BARTHES, R. A aventura semiológica*. Tradução de Maria de Santa Cruz. Lisboa: Edições 70, 1987.

BATESON, G.; MEAD, M. *Balinese character: a photographic analysis*. Nova Iorque: The New York Academy of Sciences, 1962.

BENJAMIN, W. *Estética e sociologia da arte*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

BENJAMIN, W. *Rua de mão única*. São Paulo: Brasiliense, 1993. (Obras escolhidas II)

BENJAMIN, W. Sobre alguns temas em Baudelaire. *In: BENJAMIN, W. Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 2000. (Obras escolhidas III)

BENJAMIN, W. *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1992.

BENTZ, I. Do ponto de vista à produção de sentidos: um percurso metodológico. *In: REYES, P. Projeto por cenários: território em foco*. Porto Alegre: Sulina, 2015, p. 224-246.

BENTZ, I.; FRANZATO, C. O metaprojeto nos níveis do design. *In: 12º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN*, Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2. São Paulo: Blucher, 2016, p. 1.416-1.428.

BENVENISTE, É. *Problemas de linguística geral I*. Campinas: Pontes, 2005.

BERDINI, P. *Walter Groupis*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1986.

BHABHA, H. K. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BÜRGER, P. *Teoria da vanguarda*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CANEVACCI, M. *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. Tradução de Cecília Prada. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

CANEVACCI, M. *Antropologia da comunicação visual*. São Paulo: DP&A Editora, 2001.

CANEVACCI, M. *Comunicação visual*. Tradução de Elena Versolato. São Paulo: Brasiliense, 2011.

CANEVACCI, M. *Culturas eXtremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Tradução de Alba Olmi. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

- CELASCHI, F. Dentro al progetto: appunti di merceologia contemporanea. In: CELASCHI, F.; DESERTI, A. *Design e innovazione: strumenti e pratiche per La ricerca applicata*. Carocci, Roma, 2007.
- CELASCHI, F.; MORAES, D. Futuro, bem-estar, interdependência: palavras-chave para o design contemporâneo. In: CELASCHI, F.; MORAES, D. *Cadernos de estudos avançados em design: design e Humanismo*. Barbacena: EdUEMG, 2013, p. 35-60.
- CHKLÓVSKI, V. *The third factory*. London: Dalkey Archive Press, 1991.
- CIPOLLA, C. Tourist or guest: designing tourism experiences or hospitality relations? In: WILLIS, A.-M. (org.). *Design philosophy papers: collection two*. Ravensbourne, Australia: Team D/E/S Publications, 2004.
- D'AGOSTINI, F. *Analíticos e continentais: guia à filosofia nos últimos trinta anos*. São Leopoldo: UNISINOS, 2002.
- DESCARTES, R. *Discurso do método*. Tradução de J. Guinsburg & B. P. Júnior. 3. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- DUNNE, A.; RABY, F. *Speculative everything: design, fiction, and social streaming*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2013.
- DURKHEIM, E. *Da divisão do trabalho social*. Tradução de Eduardo Brandão. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FINDELI, A. Rethinking design education for the 21st century: theoretical, methodological, and ethical discussion. *Design Issues*, n. 17, v. 1, p. 5-18, 2001.
- FONTANILLE, J. *Significação e visualidade: exercícios práticos*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. São Paulo: Graal, 2004.
- FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1970.
- FOUCAULT, M. *As palavras e as coisas*. Lisboa: Edições 70, 1991.
- FRANZATO, C.; DEL GAUDIO, C.; BENTZ, I.; PARODE, F.; BORBA, G.; FREIRE, K. Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: FREIRE, K. (org.). *Design estratégico para a inovação social e cultural*. São Paulo: Kazuá, 2015, p. 157-182.
- GRAVES, R. *O grande livro dos mitos gregos*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2008.
- GREIMAS, J. *Semântica estrutural*. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- HEIDEGGER, M. *A caminho da linguagem*. Petrópolis: Vozes, 2003.

- HJELMSLEV, L. *Essais linguistiques*. Paris: Minuit, 1971.
- JONES, J. C. *Design methods*. 2. ed. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1992.
- KANT, I. *Crítica da faculdade do juízo*. Tradução de Valério Rohden e Antônio Marques. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- KOSKINEN, I. Agonistic, convivial, and conceptual aesthetics in new social design. *Design Issues*, n. 3, v. 32, p. 17-30, 2016.
- MANZINI, E. (org.). *Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro: e-Papers, 2008.
- MANZINI, E.; JÉGOU, F. Design dos cenários. In: BERTOLA, P.; MANZINI, E. *Design multiverso: notas de fenomenologia do design*. Milão: Edizioni POLI. design, 2006, p. 189-207.
- MARX, K. *Manuscritos econômico-filosóficos*. São Paulo: Boitempo, 2006.
- MERONI, A. Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline. *Strategic Design Research Journal*, v. 1, n. 1, p. 31-38, dez. 2008.
- MORAES, D. de. *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher, 2010.
- MORE, T. *Utopia*. Brasília: Editoria Universidade de Brasília, 2004.
- MORIN, E. O desafio da complexidade. In: MORIN, E. *Ciência com consciência*. Tradução de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005, p. 175-195.
- MORIN, E. *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- MORIN, E. *O método 2: a vida da vida*. Tradução de Marina Lobo. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- MORIN, E. *O método 3: o conhecimento do conhecimento*. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- MORIN, E. *O método 4: as ideias: habitat, vida, costumes, organização*. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- MOYNIHAN, D. P. (org.). *Desafio urbano*. São Paulo: Cultrix, 1980.
- NELSON, H. G.; STOLTERMAN, E. *The design way*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications, 2003, p. 11-40.
- NICOLESCU, B. *O manifesto da transdisciplinaridade*. São Paulo: Triom, 2005. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4147299/mod_resource/

- content/1/O%20Manifesto%20da%20Transdisciplinaridade.pdf. Acesso em: 10 fev. 2019.
- NIEMEYER, L. *Design no Brasil: origens e instalação*. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- PAPANÉK, V. *Diseñar para el mundo real: ecología humana y cambio social*. Madri Hermann BlumeEdiciones, 1977.
- PEIRCE, C. S. *Conferências sobre pragmatismo*. Tradução de Armando M. D'Oliveira; Sergio Pomerangblum. São Paulo: Abril Cultural, 1974, p. 11-66. (Os Pensadores)
- RANCIÈRE, J. The aesthetic revolution and its outcomes. *In: New Left Review*, NLR 14, mar-abr. 2002, p. 133-151. Disponível em: <http://newleftreview.org/>. Acesso em: 21 ago. 2020.
- RANCIÈRE, J. *O destino das imagens*. Tradução de Mônica Costa Netto. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- RANCIÈRE, J. O dissenso. *In: NOVAES, A. (org.). A crise da razão*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- RANCIÈRE, J. *O inconsciente estético*. São Paulo: Editora 34, 2009.
- RANCIÈRE, J. *A partilha do sensível: estética e política*. Tradução de Mônica Costa Netto. São Paulo: Editora 34, 2005.
- REYES, P. *Projeto por cenários: território em foco*. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- SAUSSURE, F. de. *Curso de linguística geral*. São Paulo: Cultrix, 2012.
- SILVA, C. P. da; BENTZ, I. M. G.; FRANZATO, C. Utopias/distopias e heterotopias em dispositivos de design: reflexão metaprojetual sobre casas colaborativas. *Estudos em design*, n. 3, v. 27, p. 163-179, 2019.



No limiar entre design, arte e cultura está a projeção por cenários panorâmáticos, uma metodologia que promove a transformação da realidade por meio de narrativas imagéticas. Esta obra é baseada na tese de doutorado de Claudia Palma da Silva e apresenta uma proposta para projetar por cenários, orientada por processos de significação. A discussão teórica sobre a produção de sentido em cenários de design envolve os conceitos de signo, linguagem, narrativa, imagem e imaginação. O percurso de projeção por cenários panorâmáticos envolveu o registro fotográfico, a fragmentação de imagens fotográficas e oficinas artísticas nas cidades de São Paulo, Nova Iorque e Cidade do México.



openaccess.blucher.com.br



Blucher Open Access