

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 PERCEÇÃO, INTERPRETAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO.....	56
3.4 HERMES NA CIDADE: DA PERCEÇÃO 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.

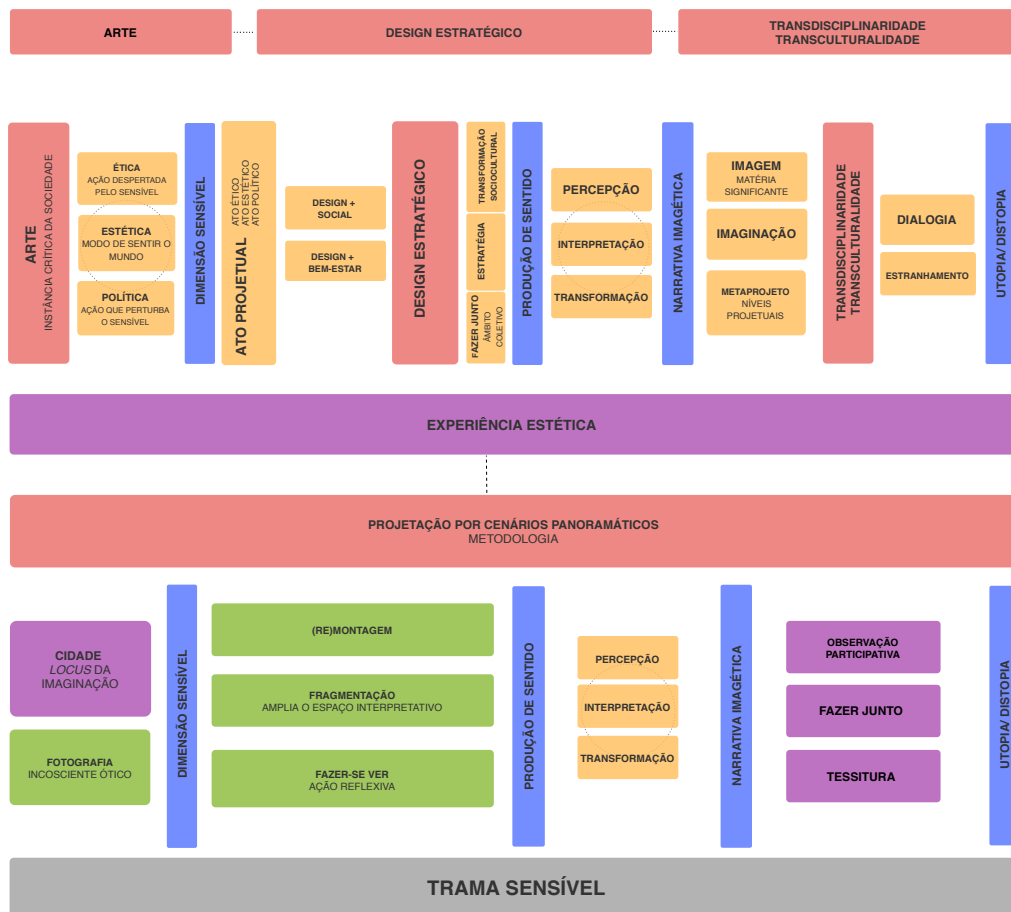
A abdução é a operação lógica que introduz novas ideias e auxilia a formular hipóteses, pois não extrai inferências contidas nas próprias premissas como a dedução ou, ainda, inferências induzidas pela experiência. Dedução e indução são operações que indicam o pretérito, e a abdução pode vir a ser, em 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.

