

O designer projeta o espaço. O espaço projeta o designer

Romulo Miyazawa Matteoni
PUC-Rio
Rio de Janeiro, Brasil
romulomatteoni@gmail.com

Fernando Carvalho
Loughborough University
Loughborough, England
designandbehaviour@gmail.com

João Victor Correia de Melo
PUC-Rio
Rio de Janeiro, Brasil
jvictor@puc-rio.br

Ana Carolina Cardoso
PUC-Rio
Rio de Janeiro, Brasil
cardoso.aana@gmail.com

RESUMO

Segundo Milton Santos, o Espaço é formado pelo conjunto indissociável, solidário e paradoxal do sistema de objetos e do sistema de ações, que não devem ser considerados de maneira isolada. O trabalho tem como objetivo expor abordagem didática na formação de designers que parte desse olhar sobre o Espaço, demonstrando como os usos de

conceitos de outros campos podem fertilizar a prática do Design. Dessa forma, as questões que alicerçam o projetar são levantadas a partir da descrição das relações no Espaço,

utilizando a Oportunidade como elemento central do plano didático. Assim, o ensino de projeto relatado se pauta pelo trânsito entre seis pontos-chave: Oportunidade, Objetivo, Alternativas de solução, Parâmetros de projeto, Partidos projetuais e Proposta de Solução. O trabalho exposto propicia visão do Espaço como conjunto complexo de interações que traz múltiplos pontos de articulação, possibilitando ao Designer realizar abordagens singulares a partir das conexões entre as variáveis descritas.

Palavras-chave

Oportunidade; projeto; design; educação; espaço.

INTRODUÇÃO

A realidade ela mesma só se torna objeto como termo da relação [1]

Para o geógrafo Milton Santos, o espaço é formado pelo conjunto indissociável, solidário e, às vezes, paradoxal do sistema de objetos e do sistema de ações, que não devem ser considerados de maneira isolada, mas como um único quadro no qual a história desenrola-se. Em outras palavras, não existe objeto sem ação e nem existe ação sem objeto, a inexistência de um, ou de outro, esvazia filosoficamente o existente, tornando-o totalmente inerte à realidade. É a in-

teração entre ambos que forma o espaço. Ainda para SANTOS, “(...) de um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes. É assim que o espaço encontra sua dinâmica e se transforma.” [2]

Entretanto, para que essas interações entre objetos e ações se concretizem, é necessário um ser agente (pessoas) e um local (lugar) onde vão ocorrer. Como aponta BLIKSTEIN [3], existe uma significação produzida pelos sistemas não verbais dos espaços e dos movimentos que fecunda de maneira ininterrupta - e sem qualquer apoio de códigos verbais - o aparelho perceptual do homem. Daí o entendimento de lugar é fundamental, visto que este é resultado direto das pessoas. Para SANTOS:

É o lugar que atribui às técnicas o princípio de realidade histórica, relativizando seu uso, integrando-as num conjunto de vida, retirando-as de sua abstração empírica e lhes atribuindo efetividade histórica. E, num determinado lugar, não há técnicas isoladas, de tal modo que, o efeito da idade de uma delas é sempre condicionado pelo das outras. O que há num determinado lugar é a operação simultânea de várias técnicas, (...) que são diferentes segundo os produtos e qualitativamente diferentes para um mesmo produto, segundo as respectivas formas de produção. Essas técnicas particulares, essas ‘técnicas industriais’, são manejadas por grupos sociais portadores de técnicas socioculturais diversas e se dão sobre um território que, ele próprio, em sua constituição material, é diverso, do ponto de vista técnico. São todas essas técnicas, incluindo as técnicas da vida, que nos dão a estrutura de um lugar. [2]

BLIKSTEIN, então, complementa sob um ponto de vista da percepção, afirmando que “pessoas de culturas diferentes não apenas falam línguas diversas, mas, o que é talvez mais importante, habitam em diferentes mundos sensoriais (...)”. A seletividade nos dados sensoriais varia, admitindo certas coisas e eliminando outras, de maneira que cada cultura desenvolve e padroniza sua própria série de filtros sensoriais a tal ponto que uma mesma experiência será per-

cebida de maneira totalmente distinta em cada uma. Isso se reflete claramente no meio ambiente arquitetônico/urbanístico, expressões mais concretas desse processo de filtragem. Dessa maneira, esses ambientes - ou LUGAR - tornam-se marcos claros no entendimento de como os povos - PESSOAS - diferentes usam os seus sentidos e materializam essas percepções comuns no mundo concreto [3].

A combinação desses quatro elementos - lugar, pessoas, objetos e ações - permite a visualização de um cenário totalmente interligado, complementar e interdependente. Tal expediente facilita compreensão e explana a percepção das interações, em um primeiro momento, conhecidas - ou conscientes -, e, num segundo momento, as desconhecidas - inconscientes -, talvez mais importantes que as primeiras, que vão se desvelando ao Designer quando do aprofundamento das análises dos elementos que formam o cenário. É, portanto, um processo de mão dupla, de análise do todo pelas relações entre tais elementos e de análise da contribuição e influência de cada elemento na configuração do todo.

A visualização holística desse cenário e o aprofundamento no entendimento das relações que formam os mesmos é de fundamental importância pelo simples fato de o Designer ser parte integrante de uma cultura e desse modo perceber a realidade por meio da filtragem imposta por essa. Esse filtro tem como principal agente a língua que *“agindo sobre a práxis, (...) também pode modelar o referente e ‘fabricar’ a realidade”*. [3]. A cognição, assim, está sujeita a um processo de estereotipação contínuo e recorrente, resultando num entendimento de "real" e "natural" todo um universo de referentes que, por assim dizer, foram realidades fabricadas num processo que pode-se entender, como afirma Blikstein, como um lado fascista da língua [3].

Desse modo, ao abrir-se a novas realidades, novos entendimentos de inter-relações e interações, o designer abandona uma postura fatalista de uma percepção ingênua ou mágica - ou melhor, fabricada - da realidade. Passa, como aponta FREIRE, a perceber-se como co-agente desse espaço. Assim, por ser capaz de perceber-se, é capaz de objetivar uma realidade que antes se apresentava inflexível. Dessa maneira, *“aprofundando a tomada de consciência da situação, os homens [designers] se ‘apropriam’ dela como realidade histórica, por isto mesmo, capaz de ser transformada por eles.”* [4].

A investigação do Designer sobre essa realidade é a investigação do atuar do homem - ou melhor, das pessoas - sobre sua realidade, seu lugar. Em outra palavra, sua práxis. Para tal, é fundamental que no processo dessa investigação tanto o Designer, quanto as pessoas - que num olhar descuidado seriam apenas o objeto da investigação - se façam ambos sujeitos da mesma (FREIRE, 2011), dando corpo a esse processo e ampliando exponencialmente o potencial de atuação no espaço. Um exemplo prático dessa atuação é dado por FARBIARZ & RIPPER quando tratam de um projeto de deslizador para deficientes físicos irem à praia:

Ouvindo as observações da usuária foi-se percebendo sua relação com o meio ambiente praia. Conceitos importantes, como os listados a seguir, foram sendo incorporados aos pré-requisitos do projeto e foram determinantes para o encontro com a demanda da usuária por ir à praia para participar do cotidiano do ambiente, entendida como terceira oportunidade de projeto: (a) as pessoas não vão à praia apenas para ir ao mar, vão também para conversar e (b) as pessoas não querem entrar na água quando está frio. Em linhas gerais os pré-requisitos projetuais foram se modificando em função das conversas [vivências] com a usuária, das possibilidades geradas pelos experimentos e das técnicas disponíveis e desenvolvidas. A solução, cadeira de praia deslizante, que atendeu não apenas a necessidade básica da usuária (locomção - demanda inicial), mas também a sua demanda real (viver bem no ambiente praia), só foi possível de ser atingida a partir da convivência com ela e do apoio de pesquisadores oriundos de áreas diversas. [5]

Percebe-se, então, que nesse momento o Designer, munido de um entendimento global da situação/cenário observado, passar a objetivar, ou seja, permite se surpreender e dialogar com o fora de si. Dessa maneira, identifica as ações intencionais passíveis de, de fato, atuar sobre as interações - redirecionando-as, ressignificando-as... - modificando, assim, o Espaço.

Tratando dessa maneira, soa quase como mágico ou sobrenatural. No entanto, é o inverso. O fato de trabalhar o mais dentro do concreto possível faz com que o Designer se dispa - o máximo possível - de seus preconceitos ampliando seus pontos de vista, especialmente aqueles inesperados. Abandona assim o comodismo que o aconchega *“na confortável ilusão referencial moldada pela práxis comunitária”* [3] e se permite perceber outras possíveis conexões no continuum informacional que se apresenta nesse quadro histórico apontado por SANTOS [2]. Assim, pode-se afirmar que nesse processo:

(...) nada existe de propriamente ‘novo’. O ‘novo’ é apenas uma forma transformada do passado, enriquecida na continuidade do processo, ou novamente revelada, de um repertório latente. Na verdade, os elementos são [quase] sempre os mesmos; apenas a visão pode ser enriquecida por novas incidências de luz nas diversas faces de um mesmo cristal.(...) porque uma cultura é feita dos elementos compostos do passado que são vistos pelos homens transitórios do presente e que desenham o caminhar projetivo. [6]

Fica cada vez mais claro que *“bem longe de dizer que o objeto precede o ponto de vista, (...) é o ponto de vista que cria o objeto”* [3] e, assim, o entendimento da limitação a

priori e a necessidade de expansão deste, baseado no mundo concreto, tornam-se fundamentais para a relevância da atuação do Designer

Quanto mais afastado da realidade concreta, mais juízos pré-fabricados surgem, esvaziando o fazer e tornando inócua a ação do mesmo. Torna-se uma ação de si para si, cíclica, gerando objetos enquadrados pelo fascismo das normas perceptivas vigentes em uma sociedade. Perde valor, que, para SANTOS, só é valor quando é valor relativo, “*e o valor relativo só é identificado no interior de um sistema da realidade, e de um sistema de referências elaborados para entendê-lo, isto é, para arrancar os fatos isolados da sua solidão e seu mutismo.*” [2]. O homem, enquanto ser concreto, não pode apenas divagar em sua psique. Destarte, sob uma ótica Heideggeriana, para que se chegue a um ponto de desvelar o objeto independente de sua presença material, é necessária a compreensão concreta do mesmo, ou seja, na realidade do Espaço [7].

ESTAÇÕES DE INTERESSE

Para projetar, o Designer deve transitar por alguns pontos que permitem essa abertura à análise do espaço de um ponto minimamente próximo e confortável. A esses pontos dá-se o nome de estações de interesse, que, de fato, são relacionados a interesses e entendimentos pessoais desse Designer. São pré-conceitos que servem de trampolim ao interagirem - mesmo que minimamente - apontando caminhos em direção à quebra desses paradigmas pessoais e enriquecimento do repertório perceptivo. A partir disso, pode-se aprofundar na análise do Espaço em busca das possíveis modificações. Essas estações são três:

Experiência

Essa estação tem um caráter individual, e é intrínseca ao indivíduo. Esta estação trata o modo como o designer olha para o cenário, identifica a relevância (construída socialmente) e ressignifica seu entendimento sobre o todo a partir de seus próprios juízos.

Relevância

Essa estação tem um caráter social e é extrínseca ao indivíduo. Trata-se das construções sociais de certo lugar/sociedade, que indicam aceitações, rejeições, modos e ações num geral, indicando os significados e valores daquilo que é observado para um grupo social.

Cenário

Essa estação tem um caráter físico/social e é extrínseca ao indivíduo. Trata-se do Espaço Geográfico, onde lugar, pessoas, objetos e ações, interagem formando um quadro único, inter-relacionado e vivo.

As três estações se inter-relacionam, sendo a intersecção de todas [figura 1] as Questões. Essas questões são as interações passíveis de objetivação por parte do Designer. Em

outras palavras, são o ponto chave do entendimento do indivíduo para consigo e para com o todo. É o desvelamento da práxis, onde a experiência, a relevância e o cenário se encontram, gerando elementos essenciais e fundamentais para o desenvolvimento do projeto. Aqui, chega-se a um impasse. Como dito, é fundamental o aprofundamento na assimilação do Espaço estudado. Esse aprofundamento deve ser feito por todos os canais perceptivos do Designer, especialmente os não-verbais, e aí surge um paradoxo:



Figura 1. Diagrama das Estações de Interesse. Fonte: Autores

embora a significação dos códigos verbais seja tributária, em primeira instância, da semiose não-verbal, é praticamente só por meio desses mesmos códigos verbais que podemos nos conscientizar da significação escondida na dimensão da práxis: anterior à língua, a semiose não-verbal só pode ser explicada pela língua. [3]

Sob esse aspecto fica claro o cuidado necessário com a escolha das palavras que vão descrever, não só as questões encontradas na interação entre as estações de interesse descritas anteriormente, mas também as etapas pelas quais perpassará a prática do Designer. Essas etapas são as que vão levá-lo do entendimento geral até a concretização do projeto em algo que modificará esse Espaço analisado. Quanto melhor descrever os passos de cada etapa, mais sentido faz o trabalho.

Essa preocupação é fundamental pois influi diretamente no ponto de vista e na intenção do Designer para com o cenário. A escolha da palavra equivocada irá afetar profundamente o processo de percepção, levando o agente a interpretações distorcidas, enviesadas e descoladas da realidade do Espaço.

FARBIARZ e RIPPER trazem um exemplo dessa questão da palavra:

Em muitos momentos foi possível perceber, por exemplo, um uso similar nas propostas projetuais que chegavam ao Laboratório para termos como proble-

ma, necessidade e oportunidade. Os procedimentos experimentais foram possibilitando a aquisição de um olhar diferenciado sobre cada termo e a opção pelo termo correspondente. Essencialmente a utilização do termo problema trouxe consigo a dicotomia detentor da solução/desconhecedor da solução e, por conseguinte, o estabelecimento de uma hierarquia na relação designer/usuário. Já o termo necessidade trouxe consigo questões de cunho ideológico decorrentes da impossibilidade de se separar os sujeitos de seus contextos, logo, de se afirmar que o que é necessário para uns o é para outros. Finalmente, o termo oportunidade trouxe consigo a possibilidade de se manter ativo o caráter investigativo de cada ação de pesquisa. [5]

DESIGN COMO OPORTUNIDADE

Baseado nessa lógica, propõe-se aqui um caminho metodológico de projeto estruturado em termos definidos na práxis e, como proposto por FARBIARZ & RIPPER [5], que tenham o menor juízo de valor possível. Esses termos, já tratados por alto anteriormente, têm por objetivo organizar o pensamento prático e reflexivo, perpassando por toda a lógica da observação do concreto, evitando, ao máximo, os juízos e preconceitos pessoais [7]. Buscar a saída do próprio imaginário, ou melhor, alimentar o próprio imaginário a partir do concreto, do outro, dos outros, ampliando os entendimentos e, logicamente, os pontos de vista sobre as diversas questões que o cenário traz. Esse caminho proposto é representado na figura 2, e seus termos são tratados em seguida

No sentido de trabalhar o processo de formação do Designer como esse ser agente capaz de descrever e analisar os Espaços para os quais se projeta com desapego em relação a seus juízos de valor, desde 2012, aplica-se em sala de aula na disciplina Projeto Básico Planejamento do curso de Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, a Oportunidade como elemento inicial do processo projetual, como documentado em RODRIGUES [8]. Ao trabalhar a representação de cenário considerando aspectos descritivos que posicionem ali os sujeitos participantes das situações, os objetos ali presentes, as características do lugar em que se situam tais entes e as ações que tornam tais agentes co-actantes, objetiva-se despertar questionamentos que animem pesquisa aprofundada desvelando o aspecto concreto das situações reais estudadas. Dessa forma, as questões que alicerçam o projeto começam a ser levantadas a partir da descrição das relações, ancorando o desenvolvimento do projeto de Design na ferramenta didática do Desenho de Oportunidade. Nesse sentido, o ensino de projeto na disciplina se pauta pelo trânsito entre seis pontos-chave, sendo eles: Oportunidade, Objetivo, Alternativas de solução, Parâmetros de projeto, Partidos projetuais e Proposta de solução.

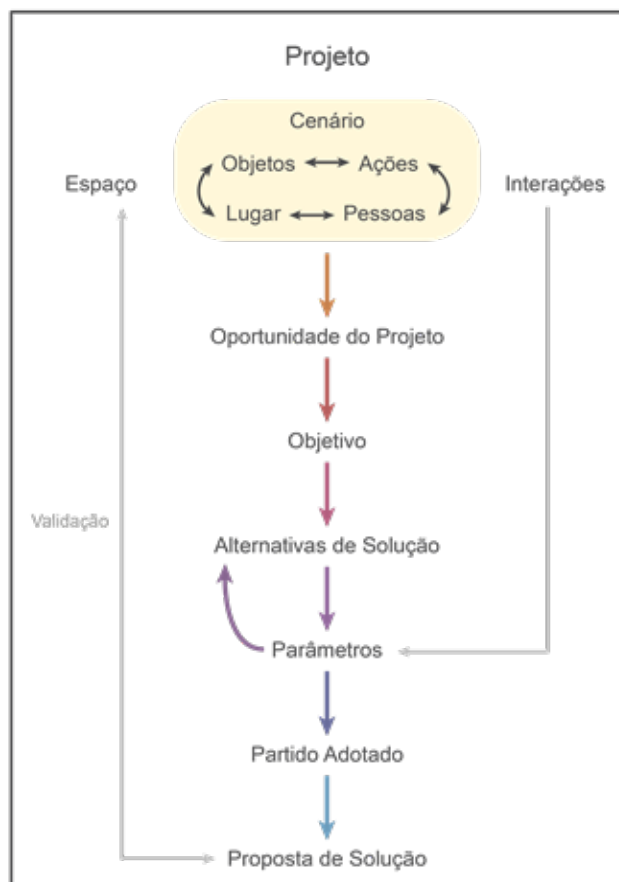


Figura 2. Caminho de Projeto baseado na definição de Oportunidade. Fonte: Autores

Oportunidade de Projeto

Situação complexa, definida por contextos, ações, sujeitos e objetos reais e identificáveis. É uma mesma realidade no espaço-tempo que pode ser descrita de múltiplas maneiras, as quais são informadas por pontos de vista específicos, sob a perspectiva genérica de um campo profissional ou a visão particular de um indivíduo, paradoxalmente ou complementarmente.

A oportunidade não deve ser abordada pelo viés da solução, e sim pelas tensões, conflitos, desafios, dificuldades e potências que apresenta. Ainda que, quase sempre, as futuras soluções residam, adormecidas, nessas “lacunas” identificadas - que são a força de propulsão da atitude projetual e, portanto, da proposição de soluções -, uma oportunidade de projeto se define por suas dinâmicas internas enquanto uma situação que envolve pessoas, ações, objetos e lugares, de modo que a qualificação do funcionamento desse sistema complexo seja delineada a partir de questões.

A representação dessa oportunidade se dá tanto pela descrição textual quanto pelo desenho de cenários que manifestam tal situação. O cenário manifesta uma descrição da realidade, situando as questões em um lugar. O desenho do cenário nos permite olhar para os diversos aspectos ali presentes e, a partir dele, podemos encontrar diferentes Questões e, conseqüentemente, diversas Oportunidades.

Objetivo

Segundo LAKATOS & MARCONI [9] “*toda pesquisa deve ter um objetivo determinado para saber o que se vai procurar e o que se pretende alcançar*”. Se numa pesquisa acadêmica a definição do objetivo geral pauta a coleção de dados e condiciona seu tratamento, no projeto de Design, a frase objetivo traduz as intenções de modificação do cenário observado no desenho da oportunidade. O objetivo é o conceito que dá norte ao projeto, estabelecendo uma intenção. Tal intenção relaciona-se com uma ação destinada a modificar o cenário da oportunidade, alterando suas variáveis e criando um cenário ideal. Uma mesma Oportunidade pode ser modificada em diferentes direções, alterando as relações intrínsecas àquele cenário para todos os agentes representados com graus diversos de influência para cada um. Nesse sentido, é o Objetivo definido que pautará em favor de que será feita tal modificação.

Alternativas de Solução

São propostas concretas, definidas, inicialmente representadas na forma de desenhos. O processo de criação inicial, inclusive, pode ser realizado tomando por base o Desenho de Oportunidade. A Alternativa, então, seria demonstrada pela alteração dos agentes presentes em tal representação - supressão, adição ou modificação - e de seus comportamentos ou interações diretas. Sua forma é tão mais completa quanto mais específica for. Medidas, materiais, partes, funções devem ser próprios e relacionados às variáveis de um projeto determinado por parâmetros, condicionantes e contextos conhecidos.

Uma alternativa generalista não ajuda o designer a conhecer o contexto abordado. Por exemplo: para a oportunidade "transporte eficiente pela cidade", a alternativa "transporte coletivo terrestre" nos possibilita conhecer menos da cidade que a alternativa "transporte coletivo terrestre, motorizado, com suspensão mecânica e capacidade para carregar 40 pessoas", já que desta última podemos questionar "para que pontos interessa um transporte que leve 40 pessoas?", "que rotas ele pode realizar?", "o tamanho necessário permite ampla circulação pelo espaço urbano?", "com que materiais posso planejar um transporte que carregue 40 pessoas?", "o relevo da cidade é problemático ou indiferente para a circulação de tal transporte?", etc.

Este ponto-chave configura uma indução projetada no cenário de Oportunidade, permitindo, a partir de tal ação, conhecer mais sobre o Espaço abordado no projeto em desenvolvimento. Portanto, quanto maior for o número de Alternativas geradas, maior será o número de questões levantadas acerca do cenário abordado e maior será, em última análise, o conhecimento daí obtido. Isso permite muitas vezes um maior detalhamento do Desenho de Oportunidade, animando nova pesquisa e nova geração de Alternativas. Convém destacar, no entanto, que, para serem válidas e comparáveis, as Alternativas devem modificar as relações descritas no cenário de Oportunidade se pautando pelo Objetivo definido.

Parâmetros de Projeto

São conceitos. Não têm materialidade; nesse sentido, são abstratos. Devem servir a todas as Alternativas. Do contrário, não funcionam como referência para comparações qualitativas. Ajudam a definir as prioridades e o escopo do projeto. Podem ser classificados em níveis de obrigatoriedade e/ou desejabilidade, de modo a definir seu grau de importância no desenvolvimento das soluções.

Como visto anteriormente, a Alternativa de solução relaciona-se aos itens anteriores, ao mesmo tempo em que permite uma redefinição dos parâmetros de projeto a partir do momento em que toque problemáticas específicas do contexto abordado que não tinham sido enxergadas na primeira definição de parâmetros.

Considerando o processo de design como uma busca por resoluções de problemas complexos e mal-definidos [10], cada indução ao contexto abordado estimulada por uma tentativa de solução serve como forma de identificar novos aspectos da Oportunidade abordada, proporcionando uma renovação dos Parâmetros que servem para balizar a análise das soluções projetadas.

Ao mesmo tempo, uma vez estabelecidos, os Parâmetros animam novas rodadas de geração de Alternativas de solução. Essas novas rodadas são mais focadas, por atenderem definições mais sedimentadas das variáveis do projeto.

Partidos Projetuais

São tipos, categorias, famílias, caminhos de solução. Têm uma materialidade genérica, ou seja, suas formas não são específicas, mas sim representativas de um conjunto de formas semelhantes. Apontam maneiras de abordagem ampla, sem se preocupar com pormenores ou detalhamentos técnicos.

Podemos agrupar as alternativas de solução por semelhanças e diferenças, denotando cada grupo formado uma forma de abordar o contexto escolhido (Oportunidade) com a preocupação de obter um dado resultado (o Objetivo do projeto). Cada universo de alternativas de solução pode ser agrupado por um conjunto de características que é particular para cada projeto e definido a partir da relação similar entre soluções pertencentes ao grupo, oportunidade trabalhada e objetivo definido. A definição de partidos projetuais pode ajudar a recortar a questão trabalhada, ao denotar que é mais relevante trabalhar com um público que outro, por exemplo, ou que é mais interessante trabalhar uma questão num âmbito particular (domiciliar, por exemplo) que num âmbito geral (municipal ou comunitário, por exemplo).

Cada partido é um guarda-chuva, sob o qual se organizam, por determinado fator aglutinador, as alternativas geradas.

Proposta de Solução

Todo o processo de pesquisa e desenvolvimento culmina na seleção de uma das Alternativas de solução como a mais apropriada. Os Parâmetros auxiliam na decisão, como elementos balizadores da comparação entre diferentes abordagens para alteração do cenário. A solução mais apropriada

está contida no Partido projetual que sinaliza a forma mais bem sucedida de abordar a Oportunidade. Uma vez selecionada, ela será refinada, modelada, testada, levada para validação com o público e, finalmente, implementada. A Proposta de Solução, portanto, designa o lado objetal, sinalizando a variável a ser modificada - suprimida, alterada, rearticulada ou adicionada - no contexto da Oportunidade, a fim de se alcançar o Objetivo definido, atendendo a todos os Parâmetros descritos.

CONCLUSÃO

Há quase uma década aplicando a Oportunidade como elemento fundamental de ensino do processo projetual em Design, vê-se o resultado na complexidade com a qual os alunos que passam por tal processo compreendem a práxis do Design. A abertura de caminhos de trabalho inovadores, que se pautam na descrição das relações que delimitam os Espaços, surpreende por construir o processo projetual não como o atendimento passivo a uma demanda pré-determinada, mas sim como um processo de crítica profunda da realidade que possibilita um posicionamento ativo do Designer frente aos cenários reais. Dessa forma, o trabalho dos professores que desenvolvem e aplicam tal metodologia, autores deste artigo, possibilitou vislumbrar a ampliação do espectro daquilo que vem sendo trabalhado nas práticas cotidianas. Assim, identificou-se não apenas caminhos dentro da prática pedagógica no campo do Design, mas caminhos para reposicionar e compreender os contornos do processo de trabalho do designer em si. A ferramenta de Desenho de Oportunidade permite a análise de contextos e de sua modificação pela mão do agente em formação, deixando claras todas as interações que estão sendo conjugadas em cada contexto abordado.

A partir de tal experiência, pode-se questionar a necessidade de basear a prática do Design em um entendimento holístico das situações. Diz FREIRE que:

Uma das características destas formas de ação, quase nunca percebidas por profissionais sérios, mas ingênuos, que se deixam envolver, é a ênfase na visão localista dos problemas e não na visão deles como dimensão de uma totalidade. Quanto mais se pulverize a totalidade de uma área em ‘comunidades locais’, nos trabalhos de ‘desenvolvimento a comunidade’, sem estas comunidades sejam estudadas como totalidades em si, que são parcialidades de outra totalidade (área, região, etc) que, por sua vez é parcialidade de uma totalidade maior (o país como parcialidade da totalidade continental), tanto mais se intensifica a alienação. E, quanto mais alienados, mais fácil dividi-los e mantê-los divididos. [4]

O trabalho pautado na Oportunidade propicia uma visão de um conjunto de interações. Em vez de trabalhos focados e localistas que podem perder de vista condições cruciais para o sucesso ou fracasso de uma solução de Design, propõe-se que o trabalho pautado na descrição das interações

como conjunto conectado e complexo traz múltiplos pontos de articulação para que o Designer realize abordagens singulares e profícuas a partir das conexões entre as variáveis descritas. O objeto de Design, segundo tal perspectiva, “*se constitui quando os elementos são postos juntos na ação, no meio*” [5], não apenas por uma lógica finalista, de entrega de um produto em si, mas no sentido de levantar mais dados sobre as potencialidades a serem trabalhadas nos cenários abordados. O designer projeta o espaço, portanto, e o espaço forma o designer.

REFERÊNCIAS

- [1] CARDOSO, M. L., 1971. O Mito do Método. Seminário de Metodologia Estatística PUC-Rio, (p. 24). Rio de Janeiro.
- [2] SANTOS, M., 2009. A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: EdUSP.
- [3] BLIKSTEIN, I., 1990. Kaspar Hauser ou A Fabricação da Realidade. São Paulo: Cultrix.
- [4] FREIRE, P., 2011. Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- [5] FARBIARZ, J., & RIPPER, J. L., 2011. Design em Parceria: visitando a metodologia sob a perspectiva do Laboratório de Investigação em Living Design da PUC-Rio. Em D. WESTIN, & L. COELHO, ESTUDO E PRÁTICA DE METODOLOGIA EM DESIGN NOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO (p. 228). Rio de Janeiro: NOVAS IDEIAS.
- [6] MAGALHÃES, A., 1985. E Triunfo?: A Questão dos Bens Culturais do Brasil. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- [7] HEIDEGGER, M., 2005. Ser e Tempo. Parte 1. Petrópolis: Editora Vozes.
- [8] RODRIGUES, R., 2013. Desafios e perspectivas no ensino de design: experiência na disciplina DSGI002: projeto planejamento na PUC-Rio / Roberta Portas Gonçalves Rodrigues; or: Rita Maria de Souza Couto; co-or: Izabel Maria de Oliveira. – 2013.
- [9] MARCONI, M.A. & LAKATOS, E.M., 2002. Técnicas de pesquisa: planejamento, execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- [10] BUCHANAN, R., 1992. Wicked Problems in Design Thinking. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1511637>>. Acesso em 27 de abril. de 2016.