

O DESIGN ESTRATÉGICO DEVE SER UM DESIGN SITUADO

STRATEGIC DESIGN MUST BE A SITUATED DESIGN

JUNGES, Rodrigo; Mestrando; Universidade do Vale do Rio dos Sinos Unisinos

rodrigojungesss@gmail.com

COSTA, Filipe Campelo Xaier da; Doutor; Universidade do Vale do Rio dos Sinos Unisinos

fcampelo@unisinos.br

MEYER, Guilherme Englert Corrêa; Doutor; Universidade do Vale do Rio dos Sinos Unisinos

gcmeyer@unisinos.br

Resumo

O presente artigo visa afirmar o posicionamento de que o Design Estratégico é, ou deveria ser, um design situado. Uma área que já apresenta diversas características dos pressupostos do “Situated Knowledge” (HARAWAY, 1988), ainda que não citados diretamente, demonstra uma série de aproximações com seus postulados dentro das suas principais produções teóricas de base. Para isso, primeiramente se divide em duas seções de revisão bibliográfica onde se desenvolve a temática dos saberes situados e do Design Estratégico a partir das concepções de Zurlo (2010) e Freire (2017). Em seguida, se compreende a autopoiese como entendimento contextual para situar o design e se destacam quatro pontos que caracterizam o Design Estratégico como um Design Situado.

Palavras Chave: design; estratégico; situado.

Abstract

The present article aims to assert the position that Strategic Design is, or should be, a situated design. This field already exhibits various characteristics aligned with the assumptions of "Situated Knowledge" (HARAWAY, 1988), even if not directly referenced, showing numerous connections to its principles within its foundational theoretical works. To support this view, the article is divided into two sections of literature review, where the themes of situated knowledge and Strategic Design are explored through the perspectives of Zurlo (2010) and Freire (2017). Following this, the concept of autopoiesis is understood as a contextual framework for situating design, and four key points are highlighted to characterize Strategic Design as a Situated Design.

Keywords: strategic; design; situated.

1. Interioridade, Realidade e Corporeidade

Donna Haraway¹ (1988) inicia seu artigo intitulado “Saberes localizados, a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial”², criticando o fato de que a produção de conhecimento historicamente se apropria de um conceito de “nós”, mas que na verdade é composta por uma amostragem que não representa a realidade (geralmente homens brancos, elitizados e intelectualizados), apenas uma ideia falsa de universalidade e inclusão, motivada por um ponto de vista reducionista que generaliza e enviesada a produção de conhecimento. Esse ponto de vista gera o que a autora chama de perspectivas externas, que são descorporificadas e induzem a uma ideia de verdade enviesada por quem a produz. Com isso, geram postulados de conhecimento não localizáveis e irresponsáveis, incapazes de serem chamados à prestação de contas (HARAWAY, 1988, página 22).

Vive-se em uma sociedade a qual é movida por uma velocidade tão acentuada que gênero, raça, e até o próprio mundo, passam por distorções de significação. “Onde todas as verdades tornam-se efeitos distorcidos da velocidade num espaço hiper-real de simulações” (HARAWAY, 1988, página 10). A autora coloca a ciência como uma retórica, entendendo a forma de como vem sendo produzida como um jogo de convencimento pelo viés de quem a produz, como produto resultante da equação de interesses pessoais e situados. Um jogo movido pela velocidade com que as coisas acontecem dentro da sociedade, que anda cada vez mais acentuada. Com isso, defende, por conseguinte, uma abertura para o reconhecimento das perspectivas localizadas dentro da sociedade, perspectivas essas de visualização recortada e limitada, passível do recorte de um lugar de fala específico, como forma de chegar à realidade e objetividade.

Ao trabalhar sobre essas perspectivas parciais, situadas e localizadas, Haraway desdobra o que chama de: “sistema sensorial” da visão. A autora traz o conceito de que toda a visão tem uma natureza corpórea:

“Gostaria de insistir na natureza corpórea de toda visão e assim resgatar o sistema sensorial que tem sido utilizado para significar um salto para fora do corpo marcado, para um olhar conquistador que não vem de lugar nenhum. Este é o olhar que inscreve miticamente todos os corpos marcados, que possibilita à categoria não marcada alegar ter o poder de ver sem ser vista, de representar, escapando à representação.” (HARAWAY, 1988, página 18)

Onde critica o uso histórico da visão como uma ferramenta de poder que historicamente se passa por uma narrativa de afastamento do corpo, perpetuando desigualdades. Propondo uma abordagem mais contextualizada para o alcance da objetividade, enfatizando a importância das experiências e perspectivas específicas em diferentes contextos sociais.

Com isso, conclui-se que o conhecimento localizado é apresentando a partir de uma ideia de visão corporificada. Em sua obra, Haraway desenvolve sua ideia partir da luta por uma visão feminista como o contexto em que a ideia é desenvolvida, mas que se aplica para todos os diferentes recortes dentro da sociedade, sobretudo os sociais, menos favorecidos. Em sua argumentação é reconhecido que a compreensão está sempre situada dentro de contextos e

¹ Filósofa e zoóloga estadunidense, professora emérita no Departamento de História da Consciência e no Departamento de Estudos Feministas na Universidade da Califórnia, em Santa Cruz, Estados Unidos.

² Título traduzido pela Mariza Corrêa para a publicação no cadernos pagu (5) 1995: pp. 07-41

experiências específicos e, justamente por gerarem multiplicidades de opiniões e posicionamentos, ao invés de serem postos em confronto, devem ser ponderados em sua completude. Se entende que a importância de compreender a produção de conhecimento dentro de contextos sociais, culturais e históricos específicos, em vez de assumir uma perspectiva universal ou objetiva é uma posição de entender a realidade tal como ela é: contextualizada, situada, localizada e específica, marcada pelos olhos de quem à experiência. Algumas pessoas podem considerar esse posicionamento como uma impossibilidade, justamente pela incapacidade de se ponderar a complexidade existente ao se trabalhar com perspectivas e vozes diversas na produção de conhecimento, mas Haraway defende que é justamente nesse desenho de uma malha complexa, onde diversos “fios” acabam ficando soltos como consequência dessa impossibilidade de racionalização, que somos permitidos a seguir evoluindo e deixando em aberto possibilidades para irem se conectando os novos desdobramentos futuros, pois se entende que nenhuma produção tem fim, ela sempre segue evoluindo, tal qual a sociedade.

Para este artigo, nos deteremos nessa breve introdução em relação aos saberes situados segundo Donna Haraway, sobretudo com especial atenção aos seguintes postulados que nortearão o desenvolvimento da busca pela compreensão de suas conexões com bibliografias do Design Estratégico.

1.1. Visão Parcial

“A moral é simples: apenas a perspectiva parcial promete visão objetiva. Esta é uma visão objetiva que abre, e não fecha, a questão da responsabilidade pela geração de todas as práticas visuais” (HARAWAY, 1988, página 21). Nesse primeiro postulado, a autora argumenta que a objetividade científica tradicional, que aspira a uma visão imparcial e universal, é um ideal ilusório e problemático. Ela sublinha que apenas uma perspectiva reconhecidamente parcial pode proporcionar uma visão realmente objetiva como uma forma de de fato se agir na realidade a partir da objetividade; pois ela admite sua própria localização e os limites de sua visão. Ao reconhecer a parcialidade, a ciência se torna mais honesta e reflexiva sobre sua própria produção de conhecimento, evitando a falsa pretensão de universalidade. Esse reconhecimento da parcialidade implica numa abertura contínua ao questionamento e à responsabilidade em relação às práticas visuais e interpretativas.

1.2. Corporificação como Percepção ativa

Corporificação como Percepção ativa: “todos os olhos, incluídos os nossos olhos orgânicos, são sistemas de percepção ativos, construindo traduções e modos específicos de ver, isto é, modos de vida” (HARAWAY, 1988, página 22). Neste segundo postulado, entende-se que a leitura de qualquer coisa pela individualidade é modificada a partir das experiências, condições e repertórios individuais de cada ser. Que corporificam e enviesam a sua visão com a sua ontologia, incorporando dessa forma, sentidos particulares e individualizados à sua perspectiva, enriquecendo colaborativamente a produção de conhecimento coletivo a partir da sua individualidade.

A percepção humana, inclusive a percepção visual, não é um processo passivo ou neutro, mas sim ativo e corporal. Haraway argumenta que todos os sistemas de percepção, incluindo os olhos, são intrinsecamente engajados na construção de “traduções e modos específicos de ver”. Esta construção é profundamente influenciada pelas experiências, condições e repertórios individuais de cada ser, o que significa que qualquer que seja a visão do mundo é sempre parcial e

situada; demonstrando que a maneira como se vê o mundo está inextricavelmente ligada ao corpo e à subjetividade. Assim, a percepção não pode ser separada da experiência vivida do observador; o conhecimento não é apenas o acúmulo de dados objetivos, mas também o resultado de interações dinâmicas entre observadores diversos que, através de suas percepções corporificadas, contribuem para uma compreensão mais rica e multifacetada do mundo.

1.3. Crítica às perspectivas externas e proposição do conhecimento racional a partir da situacionalidade

“Acima de tudo, o conhecimento racional não tem a pretensão do descompromisso: de pertencer a todos os lugares e, portanto, a nenhum, de estar livre da interpretação, da representação, de ser inteiramente autocontido ou inteiramente formalizável. O conhecimento racional é um processo de interpretação crítica contínuo entre "campos" de intérpretes e decodificadores” (HARAWAY, 1988, página 32). No terceiro postulado, Haraway questiona a suposição de que o conhecimento possa ser completamente desincorporado e formalizado a ponto de se tornar universal e objetivo de forma absoluta. Ela critica essa visão como uma forma de irresponsabilidade epistemológica, pois ignora a complexa teia de interações e influências que moldam a produção do conhecimento. Segundo Haraway, o conhecimento não é algo que pode ser isolado de sua textura situacional; ele é inerentemente ligado aos campos de interpretação e decodificação que o produzem e que o consomem.

Além disso, Haraway advoga por uma epistemologia que não se distancie da realidade vivida, mas que se engaje com ela de forma crítica e responsável. Isso implica reconhecer que todo conhecimento é, em alguma medida, local e parcial, e que suas pretensões de universalidade precisam ser examinadas com ceticismo. A responsabilização vem da consciência de que cada ato de produção de conhecimento é também um ato de poder, capaz de influenciar e moldar realidades. Portanto, o conhecimento deve ser sempre posicionado e responsivo às suas consequências éticas e políticas.

Na próxima seção, será introduzida uma discussão sobre o que é entendido por design estratégico, na busca por uma conceituação em torno da área para, posteriormente, serem desenvolvidos os aprofundamentos relacionais entre as duas temáticas.

2. Design Estratégico

Como já dito por Francesco Zurlo, o Design Estratégico é uma palavra problema, “Um sistema aberto que inclui diversos pontos de vista, modelos interpretativos articulados e várias perspectivas disciplinares” (ZURLO, 2010). É um termo de complicada determinação, uma vez que imposto um significado sobre ele, pode limitar uma série de expansões de significados e formas de entender a área. Justamente o fato de se estar neste exato momento do presente artigo buscando uma forma de interpretá-lo, deixa-se aqui registrada a ressalva de esclarecer que neste trabalho, não se tem a intenção de simplificá-lo, mas sim de desenvolver um significado e localizado a partir da situacionalidade de recorte do presente autor, visando exclusivamente orientar uma nova discussão como base para tal definição.

A área do Design Estratégico vem como consequência dos movimentos dentro da sociedade, principalmente da sua forma de produção. Buchanan (2015) ilustra um pouco dessa evolução de um design que tem seu início com predominância dentro de um sistema industrial e gráfico, passa por um momento intermediário de interação, que então, evolui para o “design de

sistemas, ambientes e organizações, que é a marca do movimento de design atual” (BUCHANAN, 2015). Um design que inicialmente era visto como uma mera operacionalização, passa a ser cada vez mais reconhecido como uma maneira de lidar com a complexidade da vida em sociedade.

Um dos aspectos recorrentes desse Design Estratégico, enquanto um fenômeno de complexidade, é o que Zurlo coloca como sua “dimensão situada”:

“a sua dimensão situada (dependente da operacionalidade dos objetivos e das circunstâncias da ação); a capacidade de habilitar, com as próprias capacidades, um processo de diálogo entre vários atores; a exigência em satisfazer necessidades diferentes obtendo resultados (reconhecidos) de valor.” (ZURLO, 2010)

Permitindo com que seja entendido que o design possui, em sua natureza, uma dimensão que é situada dentro de algum tipo de recorte específico, que varia e é influenciado pela epistemologia dos diversos intérpretes que participam do processo, sendo assim, nunca se pode dizer que uma ação de design é neutra, pois ela parte de ações de atores variados com diferentes interesses individuais, mas que chegam em algum resultado reconhecido por todos como de valor.

Dessa perspectiva, se entende que através da noção dessa dimensão situada, que o design estratégico cumpre seu papel de ser um design preocupado com a construção de sentido e significado (VERGANTI, 2009). É uma área possui algumas características compartilhadas com outras como o Design Participativo (BJÖRGVINSSON et. al., 2010) e o parlamentar (BINDER et. al., 2015) num sentido de ser realizada por um conjunto de atores que visam algum tipo de interpretação de uma realidade que é variável pois está suscetível à interpretação individual de cada um que nela está atuando e envolvido.

O entendimento de design estratégico como relacionado exclusivamente à tomada de decisões é equivocado, pois remete aos seus primeiros movimentos industriais que eram movidos por lógicas racionais e voltadas para a objetividade (BUCHANAN, 2015). Hoje em dia se entende que a racionalidade e objetividade nada mais são do que perspectivas subjetivas e enviesadas pelas pessoas que as definem, portanto, para a tomada de decisão acontecer, é necessário um retrato claro sobre o contexto e as interações que ocorrem nele, interações essas que são dominadas por questões subjetivas, entre elas, a dimensão dos sentidos:

“O processo de decisão perde o pressuposto objetivista [...] para focar, ao invés disso, nos processos mentais, portanto, nos sujeitos, que são capazes de dar sentido à realidade, ao dado objetivo.” (ZURLO, 2010)

Justamente por essa sua natureza situada e subjetiva, qualquer trabalho desenvolvido sobre uma concepção dada como absoluta, geral e exata de realidade, com um olhar racional e objetivo, não corresponde mais a forma contemporânea de entender a sociedade, que leva em consideração a atribuição de sentido, de efeitos de significado. Esse fenômeno está nos olhos de quem vê, de entender que cada ser/ator/indivíduo atribui um significado diferente para cada coisa, logo, para a realidade onde está situado.

Para evoluir a discussão desse Design Estratégico, dentro da obra de Karine Freire (2017) é possível notar uma visão mais esclarecedora. A autora defende a ideia de o Design Estratégico ser uma “ação projetista transdisciplinar, capaz de conectar diferentes pontos de vista e entrelaçar competências e funções interdependentes no projeto da estratégia.” (FREIRE, 2017, página 92). Ou seja, já se entende que dentro da área é imprescindível a capacidade de se conectar diferentes saberes, indivíduos, intenções e significados, não buscando um final objetivo e estático, até por

que as estratégias sempre afetam o contexto e são afetadas por ele, mas sim produzindo novos meios que vão para além do recorte trabalhado, promovendo, por conseguinte, o intercâmbio e a aprendizagem entre as diferentes partes; sintetizando um conhecimento coletivo (FREIRE, 2017, página 92).

Para projetar qualquer tipo de estratégia, necessariamente é implicada uma ideia contrária às linearidades tão presentes no pensamento moderno, muito provavelmente esse fato se desdobra como uma espécie de herança da era industrial, descrita por Buchanan anteriormente. Projetar uma estratégia seria “uma maneira de pensar que busca novas direções e explora dimensões desconhecidas, que identifica problemas e equívocos, que vê oportunidades no presente” (FREIRE, 2017, página 92). Por esse movimento constante, rumo à novas direções para a exploração do desconhecido, que novas descobertas são propícias à acontecer, pois ele é recheado pelas intencionalidades e predisposições dos diferentes intérpretes presentes no processo, que organizam diferentes elementos com uma originalidade. É um processo “que está aberto ao evento e torna possível perceber novos movimentos e sentir seu significado, observar um gesto e imaginar suas consequências, problematizando o óbvio” (MAURI, 1996, página 31, citado por FREIRE, 2017). Ao serem cruzadas as dimensões desconhecidas, com o contexto em que se está trabalhando, a partir do olhar e situacionalidade dos intérpretes presentes no processo, que o Design Estratégico é contemplado positivamente, e por isso, reconhecido e cada vez mais bem visto dentro da sociedade.

Ainda em relação à Karine Freire, um processo de Design Estratégico vê com bons olhos às contradições que não podem ser resolvidas e apresenta estratégias para viver ao lado delas. É a partir dessa “tensão criativa provocada por contradições insolúveis que surgem soluções” (MARIOTTI, 2010, página 152, citado por FREIRE, 2017). Ou seja, é um processo de concepção das estratégias que muda o foco da tomada de decisões para a tomada de sentido. Portanto, como não é possível reduzir diferentes saberes e situações para apenas um ponto comum, a autora coloca que a forma de se organizar as disparidades seria pela determinação de um significado para as estratégias, gerando assim um propósito comum entre as diferenças, para ligar os diferentes atores rumo à uma direção comum como parte de um processo de operação dialógica (FREIRE, 2017, página 95).

Na próxima seção, serão costurados os conceitos de Design Estratégico com Saber Situado em vista de demarcar as aproximações entre eles. Introduzindo a partir do conceito de Autopoiese, a real necessidade de se trabalhar com um Design Estratégico Situado.

3. Por um Design Estratégico Situado

3.1. Autopoiese

Para se entender o Design Estratégico Situado, é necessário a compreensão e o reconhecimento de um conceito chamado Autopoiese, que é um termo criado na década de 1970 pelos biólogos e filósofos chilenos Francisco Varela e Humberto Maturana para designar a capacidade dos seres vivos de produzirem a si próprios. Esse conceito, se adapta ao Design Estratégico Situado pois:

“Como parte da complexidade, entende-se que os sistemas estão em constante mudança e o conceito de autopoiese, ou seja, a capacidade do sistema de mudar e se adaptar à luz

das mudanças do ambiente sem que o sistema perca sua identidade, torna-se fundamental. Nesta medida, o projeto estratégico como uma área de conhecimento deve se adaptar: do solucionador de problemas ao problematizador. Dessa forma, as qualidades do design mudam para serem usadas para questionar o status quo, descobrir emergências, indicadores de mudança no meio ambiente e desenvolver estratégias de apoio à reorganização do sistema, de tal forma que ele se adapta e continua a existir.” (FREIRE, 2017, página 91).

Deve-se entender que uma realidade ou sistema, nunca está posta e esgotada, sempre está aberta e suscetível à intervenções. Cada tipo de intervenção feita dentro de um sistema, modifica tudo, todos e, inclusive, ele próprio; ocasionando novas necessidades de coisas a serem pensadas, propostas e intervindas constantemente. Se a ciência ou a realidade fosse esgotável, já estaríamos bastante próximos de seu esgotamento, mas justamente por essa lógica autopoietica, os sistemas nunca param de evoluir, demandar e clamar por novas ações.

No trabalho de Alain Findeli (2001) se apresenta muito bem essa ideia de situacionalidade e autopoiese, por exemplo, quando o autor disserta sobre a sua ideia de ciência envolvida como de oposição à ciência aplicada. Ao falar de ciência envolvida, se refere a uma nova forma de ver o design dentro da sociedade, não apenas como uma ação operacional, pontual, mas sim como um sistema onde tudo se afeta. Para Findeli, o Design, em vez de ser levado enquanto uma ciência “aplicada”, como era a perspectiva de escolas como Bauhaus, deveria ser levado enquanto uma ciência “envolvida”, “situada” ou “incorporada” (FINDELI, 2001, página 10). Usando inclusive termos similares ao que Haraway se utiliza para justificar sua ideia de situacionalidade.

Segundo o autor, essa proposta de modelo envolvido considera que a investigação e a atitude científicas são levadas para o campo do projeto e da prática (realidade), de modo que ambos se afetam mutuamente, tal qual o conceito que introduzido como conceito de autopoiese no design pelo artigo presente nesse trabalho da Karine Freire (2017). Assim entende-se que não se pode agir sobre um sistema, apenas dentro de um sistema, e esse sistema, especialmente um sistema humano ou social, é mais bem compreendido de dentro, através de uma abordagem qualitativa e fenomenológica (FINDELI, 2001, página 12). Ou seja, através de sua situacionalidade, realidade e contexto.

Como entendimento de visão sobre esse posicionamento do autor, se percebe que para Findeli (2001), a ideia de ciência aplicada pressupõe um distanciamento, o mesmo afastamento que a Haraway critica em relação a ideia de visão descorporificada, vista como geral, mas que na verdade é apenas uma abstração enviesada. Logo, sua ideia de ciência envolvida se aproxima bastante com a visão de Haraway, e dos demais autores (ZURLO, 2010 e FREIRE, 2017) pois pressupõe a proximidade, contextualização e a imersão dentro de uma situação, considerando saberes que estão situados dentro dela para, com isso, garantir uma ideia de maior coerência e ponderação de diferentes saberes dentro da situação em que se está envolvido.

No âmbito do design estratégico, o conceito de autopoiese oferece uma lente inovadora para entender e implementar estratégias de design que são altamente adaptáveis e resilientes. A autopoiese, ao se referir à capacidade de um sistema de se auto-produzir e manter sua identidade ao longo do tempo, sugere que as organizações e projetos de design não são entidades fixas, mas sim sistemas dinâmicos em constante evolução. Isso significa que, em vez de tratar o design estratégico como um conjunto de soluções definitivas para problemas estáticos, ele deve ser visto como um processo contínuo de adaptação e reinvenção. Os designers, assim, atuam não apenas

como solucionadores de problemas, mas como facilitadores de transformação, capazes de identificar e responder às mudanças ambientais, culturais e tecnológicas.

Aplicar a autopoiese ao design estratégico implica adotar uma abordagem holística e iterativa, onde cada intervenção no sistema é uma oportunidade para aprendizado e ajuste. Por exemplo, ao desenvolver uma nova estratégia de mercado, os designers devem estar atentos às interações entre diversos componentes do sistema – desde as necessidades e comportamentos dos usuários até as dinâmicas econômicas e sociais. Ao invés de impor soluções externas, o papel do designer é co-criar com os stakeholders, promovendo a auto-organização e a capacidade do sistema de se reorganizar frente a novas demandas. Dessa forma, o design estratégico se torna uma prática situacional e envolvida, que reconhece e valoriza a complexidade e a mutabilidade inerentes aos sistemas humanos e sociais.

3.2. Design Estratégico e Situacionalidade

Ao entender tanto os postulados de Donna Haraway quanto à metodologia do Design Estratégico, percebem-se diversas convergências entre ambos os conceitos trazidos no presente artigo. Tanto aos olhares de Freire (2017) quanto Zurlo (2010), se percebem fortes tendências fenomenológicas no que diz respeito ao Design Estratégico e se complementam pelo entendimento da realidade como autopoietica e complexa, onde tudo se afeta. Descreve-se, nesse trabalho, como fenomenológico por levar em consideração que o processo e resultado sempre vai ser afetado pela experiência vivida dos intérpretes, que afeta a sua realidade e ocasiona na geração de variação na sua maneira significar e de dar sentido às coisas.

Nos postulados resultantes da interpretação do artigo de Haraway (1988), já se percebe que existe uma determinação de que apenas a perspectiva parcial oferece uma visão objetiva, defendida pelo fato de que a parcialidade tem o potencial de desenvolver visualizações recortadas, limitadas e objetivas, ou seja, agir na realidade. Segundo Papanek (1971), o design tem que jogar no 'mundo real'. A parcialidade propicia uma maneira objetiva de agir na realidade. Em um sentido familiar de entendimento, Karine Freire, ainda que apresente em diversos momentos de seu artigo a questão da importância da ponderação da realidade, como na passagem onde fala que “Os designers de estratégia devem possuir um método que lhes permita projetar considerando a pluralidade de atores e pontos de vista; os paradoxos; a imprevisibilidade.” (FREIRE, 2017, página 92), acaba incluindo a abertura aos particulares apenas em um momento de seu processo, momento que chama de “Imaginativo” (FREIRE, 2017, página 94), quando se abre o pensamento para as múltiplas realidades.

Expandindo o diálogo momentaneamente para mais autores do design estratégico, podemos ver que ao se buscar uma definição de estratégia, geralmente é obrigatória a compreensão em relação à situacionalidade que relembra a questão da autopoiese nesse contexto: “Qualquer decisão estratégica é a consequência de uma interação com o meio ambiente, seus atores, restrições e oportunidades” (MERONI, 2008, página 33). Ou seja, cada interferência em um ambiente, gera um ambiente modificado que modifica tudo, todos e a si próprio, pois “As estratégias afetam o contexto e são afetadas por ele. (FREIRE, 2017, página 92).”

Zurlo (2010) também, como pudemos ver, entende a estratégia como causa e efeito de um processo coletivo e interativo para modificar realidades; e entende a construção de sentido como uma forma de conseguir nortear a multiplicidade de significados, gerada ao se trabalhar com

particularidades recortadas de diferentes intérpretes. O que vai muito de encontro com o que Haraway argumenta sobre a criação de plataformas coletivas:

“Estou argumentando a favor de políticas e epistemologias de alocação, posicionamento e situação nas quais parcialidade e não universalidade é a condição de ser ouvido nas propostas a fazer de conhecimento racional.” (HARAWAY, 1988, página 30).

Sendo assim, se percebe o design estratégico como uma possibilidade de expansão ainda maior, podendo servir como uma política de posicionamento onde as parcialidades e a liberdade de posicionamento e contribuição dos indivíduos, a partir dos seus olhares corporificados, são as formas de construção do conhecimento racional.

3.3. Quatro pontos que denotam o Design Estratégico como uma metodologia situacional:

A interseção entre o Design Estratégico e os fundamentos teóricos propostos por Donna Haraway oferece um terreno fértil para a compreensão mais profunda das dinâmicas complexas envolvidas na produção de conhecimento e na tomada de decisões estratégicas, com isso, podemos vislumbrar uma convergência de ideias que apontam para a necessidade de um Design Estratégico Situado. A perspectiva parcial, a percepção ativa corpórea, a crítica às visões externas, a dimensão situada do design estratégico e a adaptabilidade autopoietica emergem como elementos essenciais nesse diálogo entre a teoria de Haraway e a prática do Design Estratégico. Como resultado conclusivo, são propostos quatro pontos resultantes dessa análise de convergências entre os conceitos e destaca-se como a incorporação desses princípios pode enriquecer significativamente as abordagens estratégicas, promovendo uma compreensão mais holística e contextualizada das complexidades inerentes aos desafios contemporâneos:

Visão Parcial: Donna Haraway destaca, como tema central à sua obra, a importância da perspectiva parcial para uma visão objetiva. No Design Estratégico, essa ideia se alinha à necessidade de considerar diferentes pontos de vista, reconhecendo que a visão parcial pode enriquecer a compreensão e a tomada de decisões estratégicas.

Corporificação como Percepção: Haraway ressalta a natureza corpórea da visão, em que cada corpo percebe a realidade de uma maneira exclusivamente única. No Design Estratégico, a compreensão de que cada indivíduo traz suas experiências e repertórios para a percepção ativa se alinha à abordagem de reconhecer a subjetividade e a influência pessoal na proposição de intervenções nos sistemas e a tomada de decisões.

Dimensão Situada: A abordagem de Zurlo sobre a "dimensão situada" do Design Estratégico se alinha à noção de situacionalidade de Haraway. Ambos reconhecem a importância de considerar o contexto e as circunstâncias específicas na produção de conhecimento e na tomada de decisões estratégicas.

Autopoiese e Adaptabilidade: A compreensão da autopoiese como a capacidade de um sistema se adaptar sem perder sua identidade conecta-se à ideia de adaptação e o conceito de sistema no Design Estratégico. Ambos os conceitos enfatizam a constante evolução, a necessidade de se ajustar ao ambiente e a compreensão de que as intervenções geram mudanças que impactam todo o sistema de forma que nunca se esgota.

4. Impactos para uma Metodologia de Design Estratégico Situado

Ao longo deste artigo, investigou-se a interseção teórica entre os "Saberes Situados" de Donna Haraway e os princípios do Design Estratégico, revelando uma sinergia significativa que pode transformar a metodologia do Design estratégico em um campo mais contextualizado, parcial e comprometido com as realidades. O conceito de "Saberes Situados" de Haraway desafia a noção tradicional de objetividade científica, promovendo a ideia de que todo conhecimento é parcial, corporificado e enraizado em contextos específicos. Esta perspectiva oferece uma base rica para repensar como o Design Estratégico pode evoluir para se tornar mais inclusivo, participativo e adaptável às realidades complexas e dinâmicas dos contextos de um mundo contemporâneo volátil.

Essa proposição traz consigo implicações profundas para a prática do design, impactando diretamente como os atores, principalmente os designers, abordam a criação dos problemas e das soluções. Primeiramente, ao adotar uma perspectiva situada, o design estratégico se torna mais sensível às particularidades dos contextos em que opera. Isso significa que cada projeto não é tratado como uma entidade isolada, mas como parte de um ecossistema mais amplo de influências culturais, sociais e econômicas. A prática de design deveria, então, sempre partir de um desenvolvimento de pesquisa e uma imersão na situação específica, garantindo que as intervenções propostas sejam verdadeiramente relevantes e eficazes para os atores a quem elas se destinam. Esse enfoque promove uma compreensão mais profunda das necessidades e desejos dos atores, resultando em produtos e serviços que são não apenas funcionais, mas também emocionalmente ressonantes.

Contudo, essa abordagem também apresenta desafios significativos. A necessidade de uma compreensão situacional detalhada pode aumentar a complexidade e o tempo de desenvolvimento dos projetos. Além disso, a inclusão de múltiplas perspectivas leva a conflitos e à necessidade de mediação constante entre diferentes interesses e prioridades. Isso requer habilidades avançadas de facilitação e negociação por parte dos designers, que devem ser capazes de equilibrar as demandas diversas e, muitas vezes, contraditórias dos atores. Portanto, embora a abordagem situada possa levar a soluções mais inclusivas e adaptáveis, ela também exige um investimento considerável em tempo e recursos para a pesquisa e a gestão de relacionamentos na tentativa de encontro de um significado que seja capaz de atender as multiplicidades

Outra questão que demanda uma atenção especial daquele que se proponha à fazer um Design Estratégico Situado é referente a adaptabilidade autopoiética. Conforme discutida por Freire (2017), esse ponto é central para a resiliência dos sistemas de design estratégico situado. A capacidade de auto-organização e ajuste contínuo permite que os sistemas de design se mantenham relevantes e eficazes em face de mudanças constantes no ambiente externo. Essa adaptabilidade é essencial para lidar com a volatilidade e a incerteza que caracterizam os contextos contemporâneos, permitindo que as soluções de design não apenas respondam às necessidades imediatas, mas também evoluam para enfrentar desafios futuros. No entanto, a implementação prática dessa adaptabilidade apresenta desafios, como a necessidade de estruturas organizacionais flexíveis e a disposição para revisar e reformular estratégias continuamente, o que em muitos casos, em projetos de design, sobretudo os participativos se demonstra um desafio. Principalmente em aspectos que tangem o buscar por alguma forma de que os próprios contextos consigam fazer a manutenção e adaptabilidade sem a dependência constante da presença do ator/designer facilitador.

A resiliência dos sistemas de design também pode ser limitada por fatores externos, como restrições financeiras, burocráticas ou culturais. Organizações que operam em contextos mais rígidos podem encontrar dificuldades em adotar uma abordagem de design tão dinâmica e fluida. Além disso, a necessidade de constante adaptação pode levar a uma sensação de instabilidade entre os atores envolvidos, que podem preferir soluções mais previsíveis e estáveis.

5. Conclusão

Em última análise, a interseção entre os "Saberes Situados" de Haraway e o Design Estratégico nos desafia a reconsiderar como produzimos e aplicamos o conhecimento em nossos projetos. Ao adotar uma perspectiva que valoriza a diversidade, a subjetividade e a situacionalidade, o Design Estratégico pode se tornar uma prática mais ética, responsiva e capaz de gerar soluções que realmente ressoam com as complexidades e nuances do mundo real. Esta abordagem não só enriquece o campo do design, mas também promove um futuro em que as práticas de design são profundamente conectadas às realidades e necessidades das comunidades que servem.

O "Design Estratégico Situado" emerge como uma abordagem que abraça a complexidade e a diversidade dos contextos reais, promovendo uma compreensão mais profunda e uma intervenção comprometida com uma realidade específica. Esta metodologia valoriza a importância das experiências e perspectivas individuais, reconhece a necessidade de uma visão crítica e situada, e apoia a adaptação contínua como uma resposta às mudanças e que refletem a riqueza da diversidade humana e a complexidade dos desafios contemporâneos. Ao integrar a visão parcial, o Design Estratégico Situado oferece uma estrutura poderosa para enfrentar os desafios complexos e interconectados de nosso tempo em um compromisso ético com a inclusão e a contextualidade.

6. Referências

- BINDER, T.; BRANDT, E.; EHN, P.; HALSE, J. (2015). **Democratic design experiments: between parliament and laboratory**. *CoDesign*, 11(3-4):152-165. Doi: 10.1080/15710882.2015.1081248
- BJÖRGVINSSON, E.; EHN, P.; HILLGREN, P.A. (2010). **Participatory design and democratizing innovation**. In Proceedings of Biennial participatory design conference 11 (pp. p. 41-50), Sydney: ACM. Doi: 10.1145/1900441.1900448
- BUCHANAN, R. **Worlds in the Making: Design, Management, and the Reform of Organizational Culture**. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, v. 1, n. 1, p. 5–21, 2015.
- FINDELI, A. **Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion**. *Design Issues*, v. 17, n. 1, p. 5–17, jan. 2001.
- FRANCESCO Z. **Design Strategico In: XXI Secolo**. *Enciclopedia Treccani*, v. 4, n. Disponível em: http://www.treccani.it/enciclope-dia/design-strategico_%28XXI_Secolo%29/, 7 jan. 2010.
- FREIRE, K. D. M. **From strategic planning to the designing of strategies: A change in favor of strategic design**. *Strategic Design Research Journal*, v. 10, n. 2, 1 maio 2017.

- HARAWAY, D. **Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial.** São Paulo, SP: [s.n.]. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpaga/article/view/1773>>. Acesso em: 9 dez. 2023.
- NELSON H. G.; STOLTERMAN E. **The Design Way: Intentional Change in an Unpredictable World.** Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications, 2003.
- MAURI, F. 1996. **Progettare progettando strategia.** Milano, Masson S.p.A. (Citado por FREIRE, 2017)
- MARIOTTI, H. 2010. **Pensamento complexo: suas aplicações à liderança, à aprendizagem e ao desenvolvimento sustentável.** São Paulo, Atlas, 203 p. (Citado por FREIRE, 2017)
- 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, 1 dez. 2008.
- PAPANEEK, V. (1971). **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change.** New York, Pantheon Books.
- VERGANTI, roberto. **Design Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating what Things Mean.** Boston: Harvard Business Press, 2009.