

**JORGE BRANDÃO PEREIRA & HEITOR ALVELOS**

jmpereira@ipca.pt; halvelos@gmail.com

**ESCOLA SUPERIOR DE DESIGN, IPCA | UNIVERSIDADE DO PORTO, PORTUGAL**

## **A CULTURA DO DESIGN COMO PONTE DESDE O LOCAL A UMA ESTÓRIA GLOBAL**

### **RESUMO**

A cultura do design é um tema relativamente recente na discussão da cultura em geral e nas suas relações com a criatividade, as organizações e os cidadãos. O design é incluído nas políticas e apoiado como promotor do desenvolvimento. O presente artigo desenvolve esta reflexão, reconhecendo o design como potenciador para a interpretação da estratégia organizacional, um modelo de inovação que se amplia para as esferas económica e cultural. Evolui para a construção do conceito de economia criativa, particularmente associada com modelos de desenvolvimento territorial ligados à cultura.

Interpretando as possibilidades que se aqui se projetam na relação entre o local e o global, apontam-se os média digitais como um elemento indissociável desta discussão cultural, argumentando que a relação entre o design e os média digitais faz parte da contemporaneidade social, cultural e económica. Nesta contemporaneidade, o design é reconhecido como metodologia e estratégia e este enquadramento estimula um novo modelo.

O presente texto apresenta o projeto “Stories of Chairs”, uma investigação que relaciona o design, a comunicação e os média digitais participativos no contexto da cultura local da indústria de mobiliário da região de Paredes, no norte de Portugal. Esta é uma região industrial tradicional no Norte de Portugal, com um défice simbólico na sua principal atividade industrial, a indústria de mobiliário.

Adotando uma metodologia de investigação-ação, o trabalho de campo desenvolveu “Stories of Chairs”, um estudo de caso de interface entre design, média digitais, património local, criatividade coletiva e cultura participativa, com base no seu território. O projeto permitiu argumentar e validar a argumentação de que os média digitais participativos são um dos vetores estratégicos para o envolvimento sócio-cultural dos cidadãos com a criatividade e a cultura local.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Média digitais; identidade cultural local; Artesanato de Fafe; participação

## O ENQUADRAMENTO GEOGRÁFICO

O concelho de Paredes está localizado no Norte de Portugal, dentro da região do Vale do Sousa, e ocupa uma área de cerca de 157 metros quadrados distribuídos em 24 freguesias. Paredes é atualmente a 27<sup>a</sup> região mais populosa de Portugal e a sétima maior do distrito do Porto, com cerca de 87 000 habitantes (Pordata, 2016).

É uma das dez regiões mais jovens do país; mais de um terço da população é menor de 18 anos, a maioria da população está numa faixa etária ativa, fortalecendo a capacidade de desenvolvimento do território. Paredes mantém uma taxa de crescimento demográfico dinâmica, duas vezes acima da média nacional. Além disso, Paredes tem conexões com o território circundante, uma proximidade competitiva ao Porto, Braga e Aveiro – as principais cidades do norte de Portugal – e Vigo, em Espanha. Possui também uma proximidade competitiva em infraestruturas, como os aeroportos do Porto e Vigo e o porto de Leixões. Também é importante enfatizar a densidade das rodovias na Região Norte e a boa rede ferroviária em torno do Município.

A cidade está historicamente enraizada numa tradição empresarial, pois apresenta importantes ativos competitivos e um potencial de crescimento significativo. Paredes detém mais de 7.600 empresas em várias áreas de atividade, com uma taxa de empregabilidade 20% maior do que a média nacional (Art on Chairs, 2012). O município tem um conjunto de diversos ativos endógenos, com uma posição geográfica privilegiada e um forte património industrial associado ao setor do mobiliário. A sua principal atividade é a indústria transformadora, onde se aponta mais de 700 empresas, todas elas pequenas ou médias empresas.

No entanto, por todos esses ativos positivos, estão presentes fraquezas importantes, como baixa qualificação da população, baixa densidade tecnológica do setor de móveis, redução do esforço de I&D da indústria, baixos níveis de produtividade e consequentemente baixo PIB per capita e alcance municipal de compra (Selada & Cunha, 2010).

A importância da diversidade e o afluxo de novos modos de vida nesta área podem criar um ambiente para a geração de ideias, o desenvolvimento de uma massa crítica e novas oportunidades para cidadãos e organizações. É um município em desenvolvimento, dotado das infraestruturas essenciais, que registou uma mudança demográfica e uma capacidade de se tornar uma área mais atraente.

A indústria de mobiliário é um dos motores económicos, estratégicos e sociais da região. É o maior empregador da região, uma vez que

“62% da sua força de trabalho é no setor de manufatura, com o peso do mobiliário neste setor superior a 60%” (Paredes Rota dos Móveis-SACIC, 2009, p. 10). Este setor está, de fato, sobre representado em Paredes, daí a relevância que a estratégia tem para essa área económica.

A atividade industrial aparece de forma rudimentar, predominantemente dentro das empresas familiares – uma característica que ainda é predominante hoje. Além disso, as características naturais e geográficas do território contribuíram para esse desenvolvimento. Esses ativos devem ser uma identidade na atividade do município e os seus líderes reconhecem isso como tal. Este conhecimento passou de pais para filhos e entre gerações, o que reforça o património simbólico da região. Esta herança simbólica define a narrativa que é o argumento da estratégia por design.

## STORIES OF CHAIRS

O projeto “Stories of Chairs” é sustentado pela crença em estabelecer um “território afetivo” para todos os agentes potenciais nesta narrativa. Incentiva o compartilhamento de ideias, conceitos, histórias e reflexões sobre o universo da cadeira, um objeto universal num contexto particular – o evento “Art on Chairs”, um grande evento artístico promovido pela autarquia de Paredes. Responde a um propósito comum: revitalizar as narrativas da indústria do mobiliário na região de Paredes. A cadeira é um objeto familiar na vida quotidiana e um ícone recorrente ao longo de histórias nas mais diversas circunstâncias. No município de Paredes, é o símbolo da indústria mais representativa.

Disponível em [storiesofchairs.org](http://storiesofchairs.org), “Stories of Chairs” é uma plataforma digital participativa online para narrativas sobre cadeiras e para destacar o potencial criativo mencionado de Paredes. O desafio foi revelar representações polissémicas de cadeiras, de uma perspetiva histórica particular e com uma intenção de representação, usando todas as formas possíveis de criatividade e comunicação nos meios digitais. Desenhar, fotografar cadeiras, contar histórias envolvendo cadeiras (próprias ou de outras pessoas), fazer perguntas, compor, escrever, fazer uma cadeira real: a criatividade é o fator de mobilização do caldeirão primário, onde tudo é possível quando introduzido por “era uma vez uma cadeira...”

Com a ubiquidade do digital, encontramos um processo geral de desmaterialização que propõe novos modelos socioculturais e interrupções nos paradigmas estabelecidos. Mapear e identificar paradigmas emergentes faz parte da estratégia para analisar, conceber e propor formas de ação

capazes de uma recontextualização permanente dos processos de design e melhorar o enraizamento narrativo na população local. Com base no trabalho de campo e na atividade prática realizada em Paredes, foi possível demonstrar como a criatividade – como interpretação para uma definição de design – pode ser encontrada nas atividades quotidianas e por todos. Isso é assinalável na interação com os média digitais, porque todos resultam da criatividade real.

Juntamente com a criação de uma plataforma participativa online, as atividades de envolvimento da comunidade foram conduzidas – dentro e fora do contexto direto de “Art on Chairs” – para promover vínculos de envolvimento com a metáfora da cadeira e gerar e agregar conteúdo (para posterior arquivo online). As atividades globais que ocorreram incentivam a participação dos cidadãos através de médias digitais diversificados. Essa participação permitiu benefícios sociais, culturais e económicos. Ao tornar as narrativas da vida quotidiana e da estória desta região e da indústria local acessíveis a uma audiência global, também foram promovidas oportunidades ao nível lúdico, emocional e patrimonial. O global informa o local e, por sua vez, Paredes responde a uma escala global, reconhecendo as suas características criativas.

O potencial de “Stories of Chairs” cresceu em workshops de participação realizados em múltiplos contextos e estes garantiram a interação entre conteúdo criativo e cidadãos. Desde o início, a pesquisa abraçou o pressuposto de que a participação é um dos motores da ponte que conecta o design, os média digitais e a estratégia de desenvolvimento. Por essa razão, consideramos necessário identificar dois componentes principais:

- criar a infraestrutura de participação necessária e o arquivo online.
- incluir cidadãos locais de Paredes em simultâneo com participantes globais, fornecendo meios para que tal participação aconteça, independentemente do grau de habilidade e familiaridade com o design e/ou média digitais.

Através deste processo de interação online e offline, “Stories of Chairs” continuou a sua missão como porta de entrada para o projeto “Art on Chairs” e estratégia de regeneração narrativa e simbólica da região, possibilitada através da participação e mobilização.

## STORIESOFCHAIRS.ORG

O website “Stories of Chairs” é a porta de entrada que dá a primeira visibilidade ao projeto. O desenvolvimento desta presença online foi um resultado relevante, uma vez que as primeiras discussões definiram a relevância desta comunicação digital.

O objetivo principal é agregar conteúdo criativo em torno de histórias relacionadas ao tema das cadeiras e Paredes, e agregar todas as informações e resultados sobre as atividades de envolvimento que foram realizadas, onde a principal preocupação sempre foi centrada na relevância dos conteúdos.

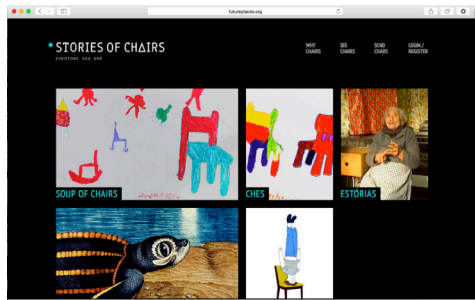


Figura 1: Stories of Chairs

Fonte: [storiesofchairs.org](http://storiesofchairs.org)

Novas questões e necessidades de comunicação levam a novos desafios para a sociedade e para a tecnologia. A cultura digital tenta traçar o impacto da sociedade digital na cultura e redefinir-se diante dos média, projetando uma ideia de cultura digital com origem social. Com a ubiquidade do digital, encontramos um processo geral de desmaterialização que propõe novos modelos socioculturais e ruturas evidentes em paradigmas estabelecidos. Mapear e identificar paradigmas emergentes será parte da estratégia para analisar, conceber e propor formas de ação inovadoras capazes de recontextualização permanente dos processos de design. Aplicado a este estudo de caso, Paredes pretendeu ser reconhecido como uma cidade criativa, fundamentada na sua indústria tradicional e reforçada por indústrias criativas, e parcialmente potenciada pelo design e pela dialética dos meios digitais. Um dos vetores estratégicos para o envolvimento da comunidade local e o alcance de um público internacional são os média digitais participativos.

Storiesofchairs.org evoluiu em diferentes fases e versões, todas preparadas de acordo com a linha de tempo da investigação realizada pelos autores. Passou de um website de apresentação participativa para um mediador capaz de agregar informações e resultados do património industrial de Paredes – e esse caminho proporciona sustentabilidade para o futuro enquanto projeto e conceito.

### ENVOLVIMENTO DE COMUNIDADES: CRIATIVIDADE COMUNICADA PELA PARTICIPAÇÃO

O potencial de “Stories of Chairs” cresceu pela participação, resultando na preparação de novas ações e workshops realizados em diferentes contextos – incluindo naturalmente Paredes. Esta característica “aberta” garante a interação entre o conteúdo criativo e os cidadãos. Através deste processo de interação online e offline, “Stories of Chairs” continuou a missão de poder ser porta de entrada para o evento “Art on Chairs”, mas principalmente ser a bandeira de uma estratégia *bottom-up* de regeneração narrativa e simbólica da região, tornada possível em parte pela participação e mobilização.

Juntamente com o modelo participativo online, as atividades de envolvimento de comunidades foram realizadas – dentro e fora do contexto direto de “Art on Chairs” – para promover vínculos de envolvimento com a metáfora da cadeira e gerar conteúdo para o arquivo online. As atividades desenvolvidas, ao longo dos últimos anos, examinam e incentivam a participação do cidadão comum através da utilização de média digitais. Esta participação promove benefícios pessoais, culturais e económicos. Ao tornar as narrativas do quotidiano e da história desta região e da indústria local acessíveis a uma audiência global, também fomentamos oportunidades a um nível lúdico, emocional e patrimonial. O global informa o local e, por sua vez, Paredes responde a uma escala global, reconhecendo seu eco criativo.

### CITIZEN LABS NO MÉDIA FESTIVAL FUTUREPLACES

Devido à sua natureza, missão e interesses comuns, “Stories of Chairs” foi impulsionado através de uma parceria com o festival internacional de média digitais Futureplaces. O *citizen lab* “Stories of Chairs” – workshop criativo de cidadania e participação – foi uma das primeiras apresentações públicas do evento “Art on Chairs”, em outubro de 2011, com uma segunda edição em 2012.

Futureplaces, um evento integrado no programa governamental UT Austin | Portugal em Digital Média, visa expandir o uso e o propósito dos média digitais na sociedade, com foco em estratégias e atividades de interação entre média digitais e culturas locais. Isso decorre do pressuposto de que as várias expressões dos média digitais podem melhorar e promover culturas locais, oferecendo novas possibilidades para a produção e experimentação de conteúdo.

A metodologia dos *citizen labs* de “Stories of Chairs” seguiu a premissa de participação, apresentada numa linguagem acessível e tentando desmistificar uma complexidade presumida para utilizadores e participantes, que talvez não estivessem familiarizados com interfaces digitais ou ferramentas online. Em duas edições, os participantes foram convidados a desenvolver conteúdos criativos que usaram a cadeira como pretexto inicial para a exploração criativa. Uma vez que a natureza e as características da ação foram partilhadas e compreendidas, a abordagem visou que os participantes não fossem apenas ver, mas agir e fazer de forma ativa, levando em consideração as estratégias de design participativo descritas por Sanders e Dandavate (1999) e Westerlund (2006, 2007), onde a experiência criativa cria resultados (participações) que vão além das experiências dos envolvidos. O plano de ação enfatiza os processos de espontaneidade e não apenas a “estória final”:

experimentar é uma atividade construtiva. Ou seja, a experiência de um utilizador (com a comunicação, por exemplo) é construída de duas partes iguais: o que o comunicador aporta e o que a comunicação traz para a interação. Onde as duas partes se sobrepõem é onde ocorre a comunicação real. (Sanders & Dandavate, 1999, pp. 87-88)



Figura 2: Participantes dos *citizen labs* desenvolvidos no festival Futureplaces

Fonte: [storiesofchairs.org](http://storiesofchairs.org)

## CHÉS

Como parte de uma estratégia para o envolvimento da comunidade local, refletimos sobre quais atividades e estratégias poderiam aumentar o envolvimento num projeto cuja natureza e objetivos originais estavam vinculados a decisões industriais e institucionais. Ficou claro que essa ação poderia ocorrer entre os cidadãos que estão mais disponíveis para a criatividade e, ao mesmo tempo, menos conscientes da “institucionalização” da estratégia de desenvolvimento proposta pelo design, assumindo-a como algo inerente à sua condição de criatividade e para a criatividade.

Partindo dos princípios orientadores que sustentam o projeto, bem como a satisfação do público-alvo específico com o qual se propôs a trabalhar, o objetivo da atividade *Chés* foi fortalecer o envolvimento dos cidadãos locais – nomeadamente crianças pré-escolares com idade entre três e seis anos de idade – no apoio à base interdisciplinar e entendimento destinado às histórias que poderiam advir.

Tendo em mente a importância da educação para promover uma visão transversal do conhecimento, *Chés* desenvolveu o pensamento crítico e incentivou o prazer na experimentação criativa, valorizando a expressão pessoal das crianças. O design da atividade baseou-se numa intenção de construir um património emocional por parte da população local e participação no evento “Art on Chairs”. Em relação à sua designação, “Ché” é a forma como uma criança portuguesa pode pronunciar a palavra inglesa “cadeira” (*chair*).

As crianças que iriam realizar a atividade eram muito jovens (entre três e seis anos): esta é uma faixa etária que traz diferenças significativas no nível de destreza e capacidade de representação. Por isso, a atividade foi organizada para atender às suas diferentes capacidades expressivas. Foi concebida uma maneira simples de monitorar a sua capacidade e independência, o que também permitiu que qualquer dificuldade ou inibição na participação fosse superada pelo envolvimento coletivo lúdico. O nível de “exigência” expressiva foi, portanto, aumentado gradualmente durante o curso da atividade, na tentativa de facilitar as habilidades que as crianças demonstraram nas propostas feitas.

As respostas foram, de modo geral, criativas e ajudaram a estimular a imaginação e o sentimento de pertença entre as crianças. Podemos ver a proximidade entre a criatividade e o desejo de expressar, que nestes participantes particulares são componentes que se complementam, proporcionando uma experiência integrativa de diferentes tipos de conhecimento, contribuindo com interpretações livres e espontâneas para a formação de



uma identificação entre a identidade da região e a indústria de mobiliário (a partir do símbolo da cadeira).

Através deste envolvimento de jovens cidadãos, os desenhos revelaram e forneceram uma base empírica para as suas relações potenciais com cadeiras e uma consciência intuitiva sobre a relação entre a identidade de Paredes e a intenção participativa de “Stories of Chairs”. Nesta convergência de história, tradição e criatividade das crianças, a comunidade local reinventa-se como um território simbólico. Esta consciência reforça o argumento de Jenkins de que as propostas de transformação são projetadas a partir da educação da primeira infância, para assegurar que as gerações futuras sejam produtoras de média conscientes dessa sua responsabilidade. A participação revela a riqueza mais importante – criatividade, originalidade e prazer que vem dessa experimentação – juntamente com a cultura local e o sentido de comunidade.



Figura 3: Participantes e as suas “cadeiras”, durante a atividade *Chés*

Fonte: [storiesofchairs.org](http://storiesofchairs.org)

## ESTABELECEER PONTES ATRAVÉS DO DESIGN

Neste ponto é preciso entender e reconsiderar o paradigma do design de comunicação, analisando as variáveis que permitem a criação de valor e diferença num programa de design de comunicação integrado e completo pela sua natureza criativa participativa. Com o envolvimento de pessoas e organizações que os média digitais promovem, acreditamos que

“Stories of Chairs” irá ajudar a promover este lado simbólico da indústria local na região de Paredes, promover a partilha de estórias relacionadas e reunir a comunidade através da sua criatividade e património local.

O design, neste contexto de contemporaneidade, envolve-se em questões além de sua configuração e território tradicionais; não se limitando aos papéis tradicionais. Estende-se para outras áreas, usando o seu perfil integrativo, a fim de promover interdisciplinaridade e interação com diferentes partes interessadas.

O design constitui-se como uma vantagem e uma fonte competitiva tanto para as empresas como para os territórios, sendo considerado pela Comunidade Europeia como uma conexão fundamental entre a criatividade e a inovação (2009). Esta conexão exige uma perspetiva reestruturada que transforma a inovação num processo que exige proximidade e cooperação e depende do histórico e herança e das especificidades culturais, políticas e institucionais do local. O design é o centro da economia e da cultura ou, de forma mais tangível, da economia criativa. A definição do design deve ser entendida numa perspetiva holística, tanto estratégica como integrada: atravessando o desenvolvimento económico, a coesão social e a cultura urbana. O design visa contribuir para o desenvolvimento económico, como um componente estratégico que atua nos processos e mudanças de gestão. Assim, procurando uma visão partilhada, os processos criativos visam otimizar o desempenho corporativo. Esta performance envolve inovação, qualidade, aparência de produtos, ambientes, comunicação e marcas, envolvendo indústrias, públicos e mercados. A materialização das ideias é o resultado do foco no desenvolvimento da solução certa para cada projeto, reforçando a mensagem, vinculando códigos e idiomas, aprimorando afeições e considerando as necessidades e desejos do público.

## CONCLUSÃO

O projeto atua sob a convicção de que o design e a criatividade são potenciadores da reinvenção de um território (tanto geográfico quanto simbólico), estimulando modelos económicos que atravessam indústrias tradicionais com indústrias criativas e serviços. Do estudo de caso específico, cuja estrutura é global e se relaciona com uma grande quantidade de partes interessadas que servirão como fontes para a construção de um modelo estratégico, procuramos inferir um modelo de implementação. Um duplo desafio foi abordado:

- foi desenvolvida uma estratégia para permitir uma identificação progressiva do projeto “Stories of Chairs”, procurando uma autonomia que permitisse que o projeto evoluísse na sua própria investigação, sem nunca romper com o seu território inicial;
- todos os envolvidos foram convidados a participar, melhorando a definição estratégica do projeto e a sua respetiva resposta aos objetivos propostos na premissa.

Num nível mais amplo, é importante, além disso, analisar quais os processos que o design precisa para motivar, mobilizar e inspirar – pois conecta práticas criativas com atividades económicas e industriais tradicionais – e qual a relevância que os média digitais têm na mobilização e participação num evento sobre design e criatividade.

Também se entende que os média digitais são parte e promotores de mudanças na comunicação semântica, agregando dimensões emocionais, reabilitadoras e recreativas para o desenvolvimento que se procura através do design. Neste contexto particular do estudo de caso em Paredes, pretendemos afirmar uma contribuição para o contexto português, ao mesmo tempo que reconhecemos o design como constituinte para inovação, competitividade e desenvolvimento de organizações. Que desafios se colocam para uma região cujo principal fator produtivo sofre um défice de competitividade e valor simbólico? Além das condições tradicionais ligadas à estratégia industrial, o design como componente do desenvolvimento das organizações pode ser interpretado como a ponte entre estratégia, comunicação e participação. Esta ponte é o território em que os média digitais dão coerência e especificidade à cultura local, gerando diferença e incluindo um sistema destinado a ser consistente e contribuindo para o desenvolvimento de ativos específicos.

O projeto “Stories of Chairs” permitiu uma análise teórica mais profunda relacionada com a dinâmica organizacional entre estratégia e design, envolvida em processos de comunicação que interpretam essa dinâmica como parte de um património coletivo, especificamente no estudo de caso de Paredes. Este património coletivo pertence a todos os cidadãos, é independente das decisões de gestão de *top-down* em relação ao design e destaca a pluralidade, que é a característica inerente aos vários territórios em que pretende ser ativo.

## REFERÊNCIAS

- Art on Chairs (2012). *Relatório Final – Art on Chairs 2012*. Documento interno do projeto, distribuído aos agentes envolvidos nas atividades do projeto.
- European Commission (2009). *Design as a Driver of User-centered Innovation. SEC(2009)501 final*. Retirado de [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design\\_swd\\_sec501\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design_swd_sec501_en.pdf)
- Paredes Rota dos Móveis-SACIC (2009). *Art on Chair Bienal — An ideia for the world on a chair. Memória descritiva e justificativa complementar*. Concurso SACIC-GE/1/2009. Paredes Rota dos Móveis Entidade Promotora-Beneficiária.
- Pordata (2016). *Municípios – Consulta por mapa*. Retirado de <http://www.pordata.pt/Municipios>.
- Sanders, E. E. & Dandavate, U. (1999). Design for experiencing: new tools. In C. J. Overbeeke & P. Hekkert (Eds.), *Proceedings of First International Conference on Design and Emotion* (pp. 87-91). Delft.
- Selada, C. & Cunha, I.V. (2010). Repensar um Distrito Industrial do Mobiliário com Base no Design: O Caso de Paredes. *Criatividade e Inovação, Cadernos Sociedade e Trabalho*, 14, 213-218.
- Westerlund, B. (2007). A workshop method that involves users talking, doing and making. In *Proceedings of the Human Machine Interaction Conference, Human'07* (s.p.). Timunoun, Agerian Sahara. Retirado de <http://www.bowesterlund.se/publications/westerlund-human07.pdf>
- Westerlund, B. (2006). How can stories get translated into future artefacts? In *Design Research Society International Conference in Lisbon* (pp. 1-6). Lisboa: Instituto de Artes Visuais. Retirado de [https://www.academia.edu/3402688/How\\_can\\_stories\\_get\\_translated\\_into\\_future\\_artefacts](https://www.academia.edu/3402688/How_can_stories_get_translated_into_future_artefacts)

### Citação:

Pereira, J. B. & Alvelos, H. (2019). A cultura do design como ponte desde o local a uma estória global. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 28-39). Braga: CECS.