

Júlio Carlos de Souza van der Linden
Luiza Mara Mattiello Rossetto
Daniel Ventura

ORGANIZADORES

design, cultura e inovação

volume III

Este livro é uma das publicações do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
www.ufrgs.br/iicd

© dos autores – 2023

Capa e projeto gráfico: Daniel Ventura

D457 Design, Cultura e Inovação: volume III [recurso eletrônico] / organizadores Júlio Carlos de Souza van der Linden & Luiza Rossetto {e} Daniel Ventura – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Marcavisual, 2023. 178p. ; digital

ISBN 978-65-89263-67-8

Este livro é uma publicação do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (www.ufrgs.br/iicd)

1. Design. 2. Design – Cultura – Inovação. 3. Cidades. 4. Aprendizagem. I. Linden, Júlio Carlos de Souza van der. II. Rossetto, Luíza Mara Mattiello. III. Ventura, Daniel.

CDU 658.512.2

CIP–Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB10/979)

percepção e atuação de designers, arquitetos e profissionais de áreas afins em relação à inserção do design em projetos para revitalização de cidades

01

Claudia Adriana Oliboni Nichetti
Julio Carlos de Souza van der Linden

1 INTRODUÇÃO

As cidades desempenham um papel fundamental no desenvolvimento econômico e têm o potencial de se tornarem centros de inovação cultural, transformação social e mudança política (CREUS, 1996; BUCHANAN; 1988). Elas são caracterizadas por uma infraestrutura física robusta e uma população diversificada (KNOX 1984, 1987; CUTHBERT, 2006). No processo de revitalização urbana e reconfiguração de espaços públicos, o design desempenha um papel crucial (DAROS; KISTMANN, 2016), permitindo que os profissionais envolvidos (designers, arquitetos e outros especialistas relacionados) concebam e realizem projetos. O termo “atores” na pesquisa foi adotado para se referir aos designers, arquitetos e profissionais de áreas afins que atuam em projetos para revitalização de cidades.

No contexto da revitalização urbana, a inovação por meio do design é um elemento essencial. Soluções inovadoras nesse campo podem melhorar a qualidade de vida urbana, adaptar e transformar o uso de espaços e impactar tanto a dimensão econômica quanto a simbólica da cidade, tornando-a mais eficiente, segura, funcional, atraente e desejável (BARTOLONI *et al.*, 2016). No entanto, promover a inovação nos processos de

revitalização urbana é uma tarefa complexa, dada a diversidade de atores envolvidos com diferentes formações, a interação entre os setores público e privado (ASHWORTH; VOOGD, 1990; MOMMAAS, 2002; PADDISON, 1993; WARD, 1998), bem como a variação de perfis de usuários e contextos geográficos, econômicos e sociais (ALBRECHTS, 1991; BERIATOS; GOSPODINI, 2004; HARVEY, 1989). A incorporação do design nos processos de revitalização urbana requer dos profissionais uma visão sistêmica, conhecimento multidisciplinar, compreensão das necessidades dos usuários, habilidade para interpretar o espaço urbano, domínio de métodos e técnicas de design, bem como a capacidade de promover a colaboração entre os setores público e privado (KRUCKEN, 2008; CELASCHI; FORMIA, 2010; BICOCCA, 2012; GALLIO; MARCHIÒ, 2012; IRWIN, 2015; BARAUNA; RAZERA, 2018). Além disso, a integração eficaz do urbanismo e do design desempenha um papel crucial nesse contexto.

Para elaboração do modelo para inserção do design nos processos de revitalização das cidades, é importante compreender como os atores (designers, arquitetos e profissionais relacionados) percebem e atuam em relação a essa integração. Entrevistas e questionários com profissionais do campo do design permitiram identificar pontos-chave relacionados à relação entre o design e as políticas públicas, às responsabilidades e competências do design, aos diferentes níveis de intervenção do design e aos processos de inovação. Esses pontos estão diretamente relacionados à maneira como os atores se envolvem nos projetos e englobam atividades como processo participativo, avaliação das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano; análise de viabilidade e funcionalidade dos projetos; e conceituação dos projetos.

2 ENTREVISTAS COM ATORES

A técnica utilizada foi a entrevista semiestruturada (MARTIN; HANINGTON, 2012), na qual os entrevistados detalharam como percebem a inserção do design e como atuam em projetos de revitalização de cidades. A coleta de dados foi realizada utilizando como recurso a plataforma *Zoom*. As perguntas foram abertas e respondidas dentro de uma conversa informal. Durante a entrevista, o entrevistado teve total liberdade por parte do entrevistador, possibilitando expressar suas opiniões e sentimentos. Todos os profissionais entrevistados já desenvolveram algum projeto para cidades, sejam eles: *place branding*; *placemaking*; design, identidade e território; *smart city*; design digital; design tático; design de mobiliário; design de serviço; design gráfico ambiental, intervenção urbana; comunicação; ações ou evento.

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com sete atores (designers, arquitetos e profissionais de áreas afins) reconhecidos no mercado que prestam serviços de projeto, consultoria ou na gestão em projetos para cidades (Quadro 1).

Quadro 1 – Atores entrevistados

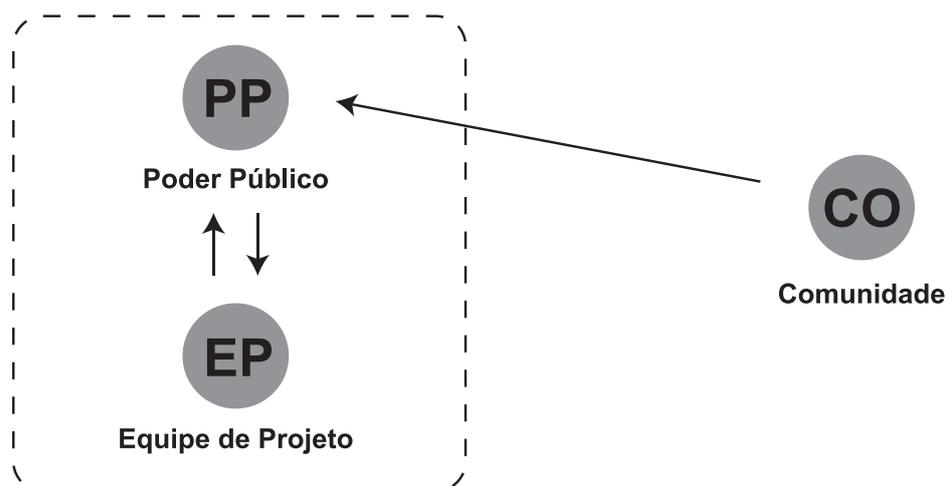
ATORES ENTREVISTADOS			
Profissionais	Gênero	Área de Formação	Localização
(01)	Mulher	Design	Porto Alegre (RS)
(02)	Homem	Engenharia	Porto Alegre (RS)
(03)	Homem	Design	São Paulo (SP)
(04)	Homem	Design	Lisboa (Portugal)
(05)	Mulher	Arquitetura	Porto Alegre (RS)
(06)	Mulher	Design	Porto Alegre (RS)
(07)	Homem	Arquitetura	São Paulo (SP)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Da relação entre o design e Políticas Públicas, de acordo com o grupo de atores entrevistados, destaca-se o importante papel do Poder Público na viabilização dos projetos, justamente por se tratar de iniciativas que interferem e se relacionam com a cidade. Essa relação pode se dar quando o Poder Público é o demandante do projeto, seja no apoio, na liberação de incentivos e recursos financeiros, na obtenção de licença de atuação ou na aprovação.

Ainda, a iniciativa inicial de projeto pode partir do Poder Público (PP) para uma equipe de projeto (EP) – seja do próprio setor público ou iniciativa privada – e vice-versa. Assim como, pode partir da comunidade (CO) para o Poder Público (PP). Adicionalmente, a demanda também pode surgir como uma reivindicação da comunidade para o Poder Público (PP) (Figura 1).

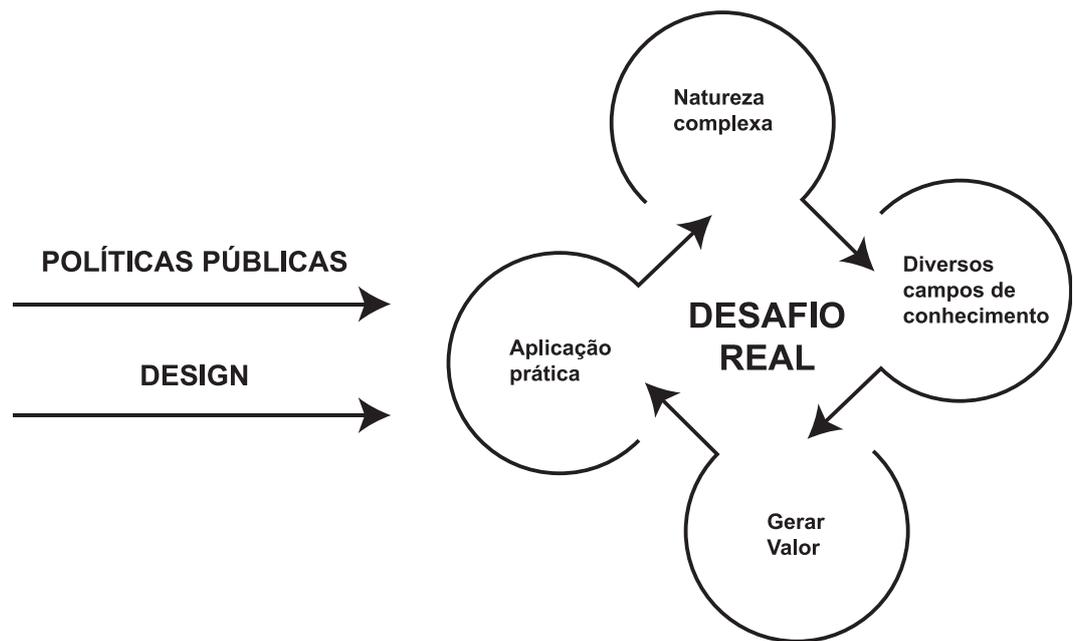
Figura 1 – Fluxo de demanda de projetos para a cidade



Fonte: Elaborado pelos autores.

Da relação entre o design e as políticas públicas, percebe-se que a atuação do design acontece, ainda, em paralelo (Figura 2). De um lado, o poder público possui, em certa medida, o conhecimento dos problemas reais, mas não conhece as ferramentas do design para sua resolução; de outro lado, o design conhece as ferramentas para solucionar problemas, porém falta conexão entre design e urbanismo. Sendo assim, quando tratamos da inserção do design nas políticas públicas, o desafio é o cruzamento entre as áreas de conhecimento.

Figura 2 – Relação entre o design e Políticas Públicas



Fonte: Elaborado pelos autores.

A dificuldade para conexão entre o design e o urbanismo se dá justamente pela complexidade dos problemas. Entre as percepções dos atores, destaca-se a falta de inserção de profissionais da área do design no próprio setor público. O entendimento é que o design, por ser uma atividade orientada pela solução de problemas, traria enorme contribuição na definição dos desafios que envolvem cidades, os quais surgem, normalmente, de natureza complexa, exigindo dos atores diversos campos de conhecimento para que a solução gere valor e tenha aplicação na prática, a partir de uma ação concreta. Contudo as contribuições do design advêm do modo de pensar sistêmico, nas formas de conhecer, na definição do problema e na experimentação. Além disso, a inserção de profissionais da área do design nas organizações governamentais seria também uma forma de disseminar tanto o conhecimento como a importância do design nos projetos de revitalização das cidades.

Outro aspecto percebido pelos atores é em relação à falta de conhecimento dos processos e das ferramentas do design por parte dos gestores e dos funcionários dos órgãos governamentais. Tal percepção corrobora as entrevistas realizadas com os profissionais do Pacto Alegre. Conseqüentemente, a falta de conhecimento tende a gerar resistência ao uso dos processos e das ferramentas do design, além de dificultar o convencimento da importância do design na gestão pública e de demais atores.

De acordo com a entrevistada (5), com formação em arquitetura e urbanismo, para o design ser inserido de fato no cotidiano do Poder Público, independentemente do órgão, é necessário

“[...] haver o cargo específico/carreira de designer previsto em lei, bem como o saber específico descrito como sua atividade precípua, para que se consolide, internamente, este modo de fazer com o passar dos anos dentro da instituição. Como não há cargo de designer, não há este saber como atividade cotidiana em nenhum órgão. Por isto, somente por consultoria externa ou por contratação temporária.”

Outro aspecto apontado pelo entrevistado (4) como fator que torna a inserção do design na Gestão Pública como fraca ou moderada foi a necessidade de ter maior aproximação do poder público com as universidades, além da inclusão dessa pauta nos cursos de formação, em especial nos cursos de design e de arquitetura. Também foi apontado pelo entrevistado (4) que falta conscientização do valor da atividade do design junto a gestores públicos, comunidade e demais stakeholders.

Em relação às responsabilidades e às competências do design, ou a falta delas, também foi observado com ênfase como sendo um dos pontos centrais para inserção do design nos processos de revitalização das cidades, seja por parte do poder público, seja pelos atores que executam os projetos. A atividade de design envolve estratégia, definição e resolução de problemas, análise, criação e avaliação, guiado pelas características do contexto urbano, além de necessidades estéticas, culturais e funcionais centradas nas pessoas (OWEN, 2006).

O profissional (3) afirmou: “Acredito que a inovação pelo design proporciona uma nova percepção de uso e ocupação para as pessoas no espaço podendo até sugerir novos usos.” A interdisciplinaridade entre o design e o urbanismo foi uma questão apontada nas entrevistas pelos profissionais (1, 2, 3, 5 e 7), especialmente no que tange ao papel do design e, principalmente, quando a atuação requer, do profissional, visão sistêmica, conhecimento em diversas áreas, compreensão e leitura do espaço urbano.

De acordo com o entrevistado (3), designer atuante no mercado de São Paulo e com larga experiência em projetos para revitalização das cidades, a discussão inicial é identificar onde termina o design e começa o urbanismo.

“[...] o designer pouco aprende sobre cidade na faculdade. Além disso, o governo não tem uma percepção da possibilidade de atuação do design nesse setor. O design também não tem. A gente não aprende, a gente não fala sobre cidade. A gente fica demais na instância do bem de consumo. Então eu acho que é um problema de mão dupla e acho que existe um universo aí a ser explorado.”

Em contrapartida, o entrevistado (7) mencionou que o design possui, por sua vez, uma melhor capacidade de desenvolvimento para criar coisas mais definitivas: “[...] então esse é um urbanismo que vem de baixo pra cima, que não é *top-down* [...]”.

Quanto aos níveis do design, entre as principais menções, foi destacado por todos os entrevistados que o design deveria ter um papel, além de estratégico, como processo de gestão. Ainda, desvincular o design de “somente estilo” e vincular mais à noção de projeto, e relacionar o design como promotor do processo de inovação.

Em relação aos processos de inovação – Design, Identidade e Território, *Place Branding*, *Placemaking* e *Smart City* –, o uso das ferramentas do design não necessariamente reflete o conhecimento de fato das ferramentas e dos métodos na íntegra, mas indica um conhecimento superficial ou resultante do contato com as ferramentas em situações pontuais. Isso fica mais evidente na fala da entrevistada (5), atuante em projetos para revitalização de cidades: “[...] usamos sempre que podemos usar as ferramentas do design, como o design estratégico, embora nem todos tenham conhecimento. Acontece muito pela experiência de cada um”.

Ainda, segundo a entrevistada (1), o uso das ferramentas e dos métodos do design e do planejamento urbano torna-se mais eficiente quando existe interdisciplinaridade entre áreas. Para ela: “A interdisciplinaridade torna-se essencial em projetos para revitalização das cidades, além de envolver a colaboração com urbanistas, arquitetos e engenheiros civis.”

Outro ponto abordado por todos os entrevistados foi a participação do usuário. Todos ressaltaram a importância de envolver as comunidades locais, que pode ser desde um debate sobre o futuro de seu ambiente urbano; engajamento da comunidade sobre o lugar, até ter usuários como cocriadores.

Para o entrevistado (4): “A escuta pública é fundamental, os projetos precisam de engajamento da comunidade.”

No que diz respeito à conceituação dos projetos, é interessante também a variedade de técnicas utilizadas pelos atores para inserção dos usuários nos processos criativos, conforme destaca o entrevistado (4):

“[...] Uso por meio do pensamento de urbanismo tático que eu relaciono com a ideia do *design thinking* como método de design, que usa prototipação como forma da [sic] gente aprender. Então eu gosto muito do pensamento de construir mobiliários temporários, lugares. Uso de bancos, cadeiras. Um móvel que eu adoro fazer é o palco que é só subir um chão, fazer um piso alto porque esse palco ele sugere e convida as pessoas para vários tipos de interação, fazer show ou fazer uma reunião ou fazer um comício ou fazer um sarau. É como se a gente criasse uma interface que possibilita para o cidadão poder cocriar com a gente e por meio desse processo descobrir a vocação do lugar.”

Ainda, foi mencionada a importância das avaliações das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano, como sendo fundamental para a proposição e o desenvolvimento de projetos neste espaço. De acordo com o entrevistado (7): “[...] o processo de revitalização de cidades deve levar em conta algumas diretrizes, tais como: aspectos da forma são importantes, preservação e entendimento da memória, foco na cultura local e nas pessoas [...]”

Complementarmente, a percepção do entrevistado (6) segue a mesma linha de raciocínio:

“[...] vejo que esse viés/propósito específico do design (de revitalização de cidades – ou, no meu caso, produtos/artefatos físicos – pela inovação) é efetivado muito na etapa conceitual de projeto, em que se usam ferramentas como análises de similares para esquematizar/desmembrar esse “velho”/“morto”, de modo que possa-se [sic], em contraste, projetar esse “novo”/“revitalizado” [...]”

Outra contribuição interessante foi em relação à compreensão sobre o funcionamento da cidade e, a partir disso, propor um projeto de revitalização. Essa abordagem conecta-se diretamente ao conhecimento do planejamento urbano, assim como expôs o entrevistado (7):

“A forma como eu mais penso na inserção do design é por meio da criação de elementos da cidade que podem mudar o fluxo dela. E a forma de usar e transformar, por exemplo, espaços que são "não lugares" ou apenas espaços de circulação, de pedestres, transeuntes, em espaços de permanência, espaços de uso, espaços de interação.”

Quando se trata de projetos para revitalização de cidades, a viabilidade é um ponto de extrema importância. Porém, poucos atores abordaram esse aspecto de forma espontânea durante as entrevistas. Percebeu-se, então, que existe uma lacuna entre a criação de projetos e a real aplicação na prática. Quando foram questionados de forma mais direta a respeito, três dos entrevistados não souberam se posicionar sobre a inserção do design neste aspecto, nem souberam afirmar que esta seria uma responsabilidade do design. Já os demais entrevistados (2, 3 e 6) foram bem enfáticos em relação a essa questão, pontuando que a análise de viabilidade econômica, viabilidade de tempo, viabilidade de execução e principalmente a avaliação de viabilidade funcional pós-implementação seriam cruciais para um projeto bem-sucedido. Por exemplo, o entrevistado (2) ressaltou a importância de propor projetos que sejam viáveis economicamente, executáveis em tempo hábil e também que tenham disponibilidade de profissionais para conceber e executar os projetos, conforme é percebido no trecho:

“Não adianta pensar em projetos que depois não sejam viáveis. Digo isso em relação à verba ou à disponibilidade de pessoal para trabalhar nos projetos. Muitas vezes, o que é proposto não tem como se viabilizar economicamente ou em tempo hábil [...]”

3 QUESTIONÁRIOS COM OS ATORES

Após as entrevistas, foi elaborado e aplicado um questionário, que abordou questões sobre: (i) conhecimento dos atores sobre os conceitos Identidade, Design e Território, *Place Branding*, *Placemaking* e *Smart City*; (ii) papel do design nos projetos de revitalização das cidades; (iii) inserção do design na gestão pública; (iv) competências do design nos projetos de revitalização das cidades; (v) atuação nos projetos de revitalização das cidades; (vi) ferramentas e métodos do design utilizadas nos projetos; (vii) participação dos usuários nos projetos; (viii) avaliação das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano; e (ix) avaliação da viabilidade econômica de execução e implementação de projetos de revitalização das cidades. O questionário foi composto por perguntas de respostas únicas e de múltipla escolha, e por perguntas abertas.

O instrumento de pesquisa foi encaminhado para profissionais atuantes no mercado brasileiro, de cidades do Rio Grande do Sul, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Pernambuco. Desses, foram selecionados atores que atuam ou que já atuaram em projetos para cidades, tanto do setor privado como público. Do total de 28 respondentes, a maioria absoluta são designers e arquitetos (Tabela 1).

Tabela 1 – Área de formação dos respondentes

ÁREA DE FORMAÇÃO DOS RESPONDENTES	
Área de formação	Número de respondentes (percentual)
Design	12 (42,9%)
Arquitetura	11 (39,3%)
Engenharia	1 (3,6%)
Publicidade e Propaganda	1 (3,6%)
Outra	3 (10,7%)
TOTAL	28 (100%)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Em relação aos projetos para a cidade em que os respondentes já atuaram, destacam-se projetos de Design Gráfico Ambiental – sinalização, ambientação ou design de interpretativo (19 – 67,9%); Design, Identidade e Território (14 – 50%); Design de Mobiliário (12 – 49,2%); e *Place Branding* (10 – 35,7%). Os projetos relacionados a *Smart City* e Design Tático tiveram menor frequência entre os atores (Tabela 2).

Tabela 2 – Projetos para cidades em que os respondentes já atuaram

PROJETOS PARA CIDADES EM QUE OS RESPONDENTES JÁ ATUARAM	
Processos de Inovação nas cidades pelo design	Nº de respondentes
<i>Place Branding</i>	10 (35,7 %)
<i>Placemaking</i>	4 (14,3 %)
Design, Identidade e Território	14 (50 %)
<i>Smart City</i> – Foco em Tecnologia	5 (17,9 %)
<i>Smart City</i> – Foco em Governança	4 (14,3 %)
<i>Smart City</i> – Foco em Recursos Humanos	1 (3,6 %)
Design Digital (aplicativo, site ou intervenção multimídia)	7 (25 %)
Design Tático	2 (7,1 %)
Design de Mobiliário	12 (49,2 %)
Design de Serviço	8 (28,6 %)
Design gráfico ambiental (sinalização, ambientação ou design de interpretativo)	19 (67,9 %)
Intervenção Urbana (manifestação artística)	8 (28,6 %)
Comunicação (mídia externa)	11 (39,3 %)
Evento	13 (46,4 %)

Fonte: Elaborado pelos autores.

4 RELAÇÃO ENTRE O DESIGN E AS POLÍTICAS PÚBLICAS

Quanto à percepção dos atores sobre a inserção do design na Gestão Pública, as respostas foram pontuadas em escala Likert de 1 a 5, sendo 1 o grau fraco à situação e 5 o grau excelente. A Tabela 3 apresenta a distribuição das respostas para esta questão.

Tabela 3 – Percepção dos atores quanto à inserção do design na gestão pública

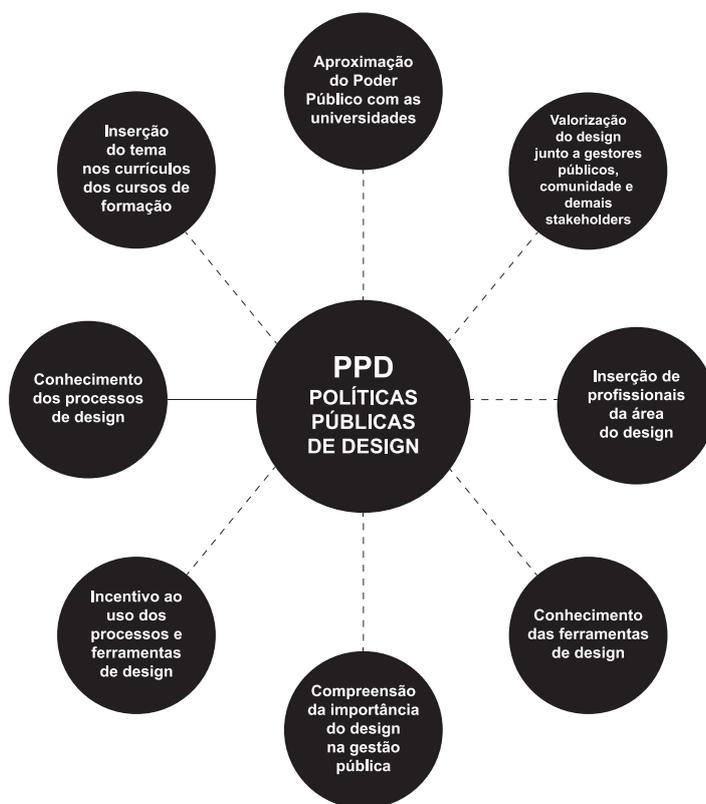
PROJETOS PARA CIDADES EM QUE OS RESPONDENTES JÁ ATUARAM					
Percepção do design na Gestão Pública	Fraco	Moderado	Satisfatório	Muito bom	Excelente
Inserção de profissionais da área do design	19	6	0	2	1
Conhecimento dos processos de design	19	6	0	2	1
Conhecimento das ferramentas de design	14	7	4	3	0
Resistência ao uso dos processos e ferramentas de design	5	14	4	3	1
Compreensão da importância do design na gestão pública	17	6	1	3	1

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados dos questionários quanto à inserção do design na Gestão Pública corroboram as percepções identificadas nas entrevistas. O primeiro ponto abordado foi a inserção de profissionais do design na Gestão Pública e a maioria expressiva dos atores (25 – 89,2%) percebem como fraco ou moderado. Esse dado contribui para as demais percepções quanto ao conhecimento dos processos e ferramentas de design, resistência ao uso dos processos e ferramentas do design, e compreensão da importância do design na gestão pública, pontos que também são percebidos como fraco ou moderado (Tabela 3).

Na Figura 3, estão compilados os apontamentos das iniciativas para inserção do design por meio das Políticas Públicas de Design. Adicionalmente, os atores destacaram, nas perguntas abertas do questionário, a importância de ter designers nas equipes da Gestão Pública, como forma de disseminar e propiciar a inserção dos processos e das ferramentas no design nos projetos para revitalização das cidades. Contudo esse é um processo que depende da contratação externa, ou seja, de profissionais do mercado.

Figura 2 – Relação entre o design e Políticas Públicas



Fonte: Elaborado pelos autores.

Sendo assim, a relação entre o design e as Políticas Públicas indica ser um campo a ser melhorado. A inserção de profissionais com formação em design facilitaria a compreensão e a disseminação dos processos e das ferramentas do design na proposição, no desenvolvimento e na implementação de projetos para revitalização das cidades por parte do Poder Público. Por outro lado, também parece haver uma carência na formação dos profissionais da área do design, na qual a compreensão da relação do papel do design em projetos da cidade parece ser inexistente ou deficiente.

5 RESPONSABILIDADES E COMPETÊNCIAS DO DESIGN

A Tabela 4 apresenta a percepção sobre a interdisciplinaridade entre o design e o urbanismo abordada no questionário. Entre os atores, existe a percepção de que os profissionais possuem conhecimento sobre as ferramentas do design no que tange ao desenvolvimento de projetos para o espaço urbano, porém falta conhecimento sobre urbanismo.

Tabela 4 – Percepção sobre a interdisciplinaridade

PERCEPÇÃO SOBRE A INTERDISCIPLINARIDADE					
Percepção	Discordo totalmente	Discordo	Não sei	Concordo	Concordo plenamente
Para você, falta conhecimento sobre ferramentas adequadas do design	6	12	2	5	3
Para você, falta conhecimento sobre urbanismo	5	4	3	13	3

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando questionados sobre a falta de conhecimento sobre as ferramentas adequadas do design, 64% (18 de 28) dos respondentes discordaram ou discordaram totalmente. Quando questionados sobre a falta de conhecimento sobre urbanismo, 57% (16 de 28) concordaram ou concordaram plenamente. Tais resultados são explicados pela área de atuação dos respondentes. A menção sobre a falta de conhecimento mínimo sobre urbanismo está justamente na amostra de profissionais com formação em design.

A necessidade da interdisciplinaridade entre o design e o urbanismo também foi identificada quando 22 (78,5%) dos 28 respondentes concordaram ou concordaram plenamente ser uma competência importante a capacidade de integração do conhecimento entre o design e o urbanismo.

O termo “competência” expressa a capacidade de fazer algo de forma eficaz e bem-sucedida, por meio de um conjunto de comportamentos que permite a resolução de problemas não só em situações conhecidas, mas também em situações imprevistas. Ao se tratar de resolução de problemas, competência é uma combinação de capacidades que se complementam (HORVÁTH, 2006).

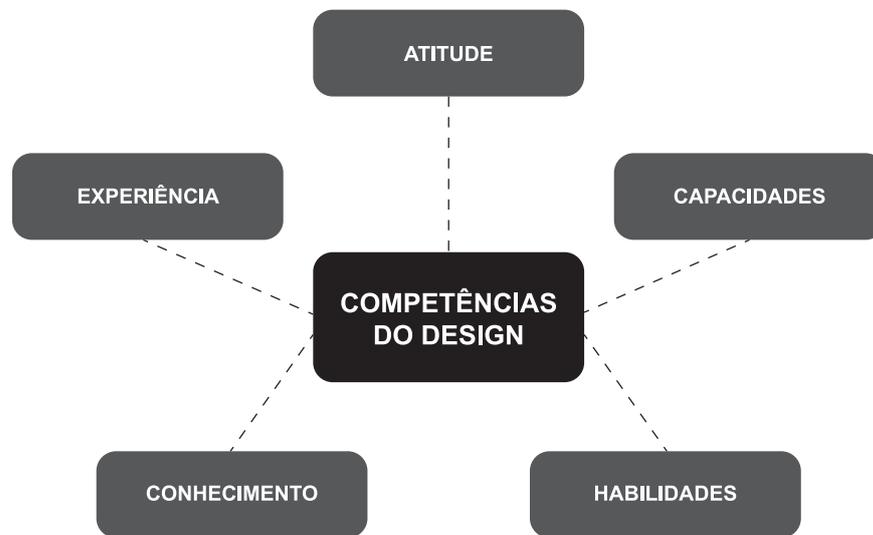
Tabela 5 – Percepção dos atores quanto às competências do design nos processos de revitalização das cidades

PERCEPÇÃO DOS ATORES QUANTO ÀS COMPETÊNCIAS DO DESIGN NOS PROCESSOS DE REVITALIZAÇÃO DAS CIDADES					
Percepção das competências	Discordo totalmente	Discordo	Não sei	Concordo	Concordo plenamente
1. Capacidade de interlocução	2	2	6	11	7
2. Capacidade de análise simbólica do lugar	2	2	3	5	16
3. Capacidade de desenvolver relações transversais à sociedade	2	2	2	9	13
4. Habilidade de escuta	2	2	4	12	8
5. Habilidade de ação em diferentes contextos	2	0	2	10	14
6. Capacidade de integração de conhecimento entre o design e o urbanismo	2	1	3	7	15
7. Capacidade de leitura do espaço urbano	2	2	4	7	13
8. Iniciativa para propor projetos para o espaço urbano	2	2	4	7	13
9. Capacidade de projetar e implementar projetos	2	1	2	7	16
10. Capacidade de planejamento	2	0	3	8	15

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para análise das competências do design (Tabela 5), esta pesquisa baseou-se na visão holística das competências de design descrita por Horváth (2006). Com base em suas experiências, o autor adotou a visão de que a competência em design é uma combinação de cinco capacidades: conhecimento, habilidades, capacidades, atitude e experiência, como mostrado na Figura 4.

Figura 4 – Competências do design conforme Horváth

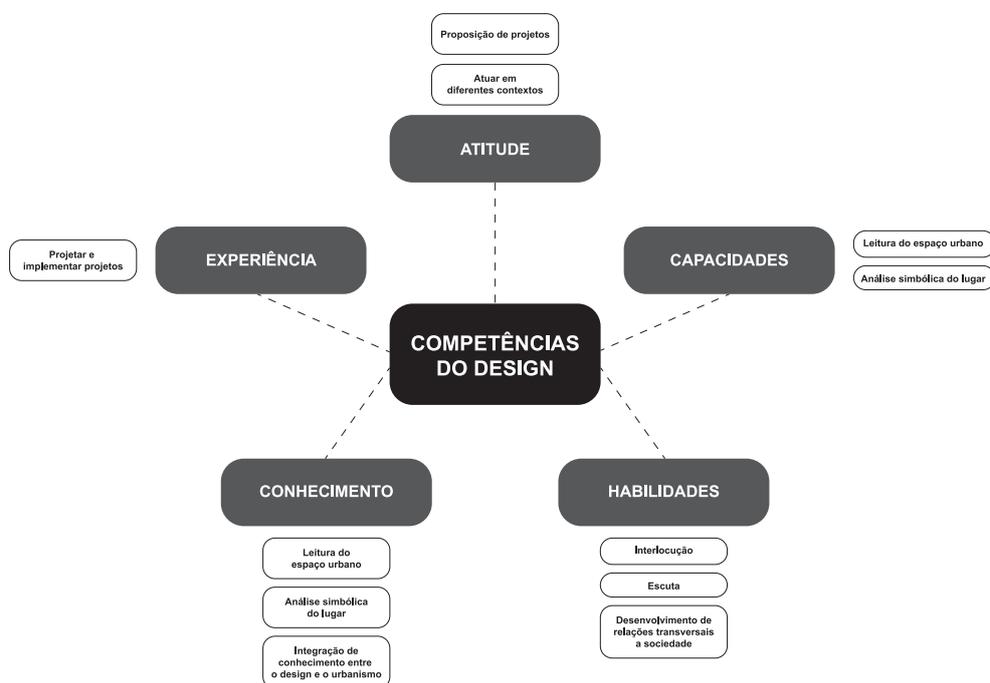


Fonte: Horváth (2006).

O conhecimento de design refere-se aos assuntos necessários para resolução de problemas, que podem estar relacionados ou serem independentes do problema em questão. As habilidades de design são necessárias para executar uma ação ou um processo. O conhecimento e as habilidades resultam da experiência, a qual é adquirida por meio de observações reais na resolução de problemas práticos. Já a atitude é uma maneira de pensar. Todas as competências de design são fortemente conectadas e fornecem a base de conhecimento e as capacidades de resolução de problemas necessárias para resolver problemas reais de projeto.

A Figura 5 ilustra a organização das competências do design de acordo com a percepção dos atores.

Figura 5 – Percepção dos atores em relação à importância das competências de design



Fonte: Elaborado pelos autores.

6 NÍVEIS DO DESIGN

A atuação do design pode se dar de várias formas: como ESTILO (associado à função e à estética); PROCESSO (o design é inserido como método e gerenciamento do projeto); INOVAÇÃO; GESTÃO (inserção do design na estrutura da empresa ou organização, atuando nos níveis operacional, tático e estratégico); ou como ESTRATÉGIA (design com o papel de articular, orientar, facilitar, com ação multidisciplinar, agregando outras competências e áreas). Diante desta escala definida por Viladas (2010) e Nolasco (2012), na qual a Escada do Design incorpora em sua avaliação as características dos tipos de design – do operacional até o estratégico –, foi identificada a percepção dos atores sobre o principal papel que o design tem tido nos projetos para revitalização de cidades.

Tabela 6 – Percepção dos atores quanto ao principal papel que o design tem tido nos projetos para revitalização de cidades

PERCEPÇÃO DOS ATORES QUANTO AO PRINCIPAL PAPEL QUE O DESIGN TEM TIDO NOS PROJETOS PARA REVITALIZAÇÃO DE CIDADES	
Não há envolvimento do design	3 (10,7)
Design como estilo	8 (28,6%)
Design como processo	3 (10,7)
Design como inovação	2 (7,1%)
Design como gestão	0
Design como estratégia	12 (42,9%)
TOTAL	28 (100)

Fonte: Elaborado pelos autores.

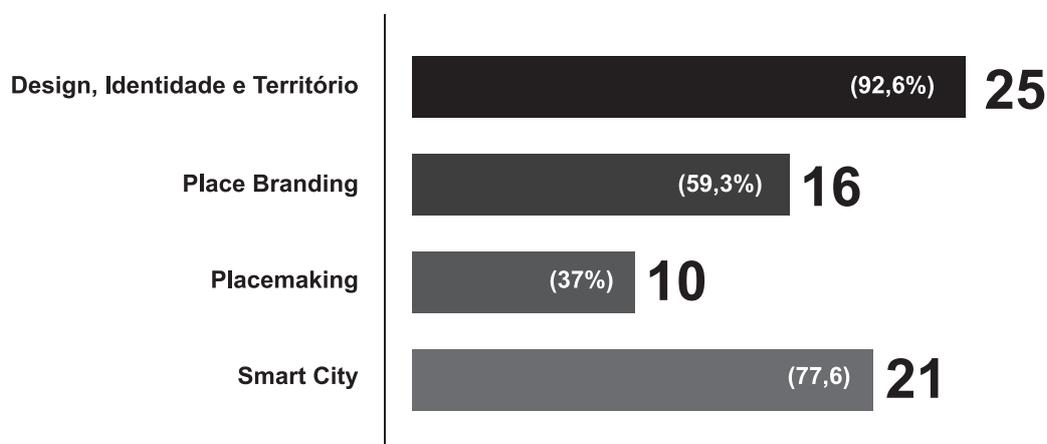
Conforme mostra a Tabela 6, quanto à percepção dos atores, 42,9% (12 – 28) afirmam que o design nos projetos de revitalização das cidades tem tido um papel estratégico. Contudo quase um terço dos respondentes (8 – 28,6%) percebem que o design tem tido um papel apenas como estilo, ou seja, o design é utilizado apenas para dar forma final a um projeto, após ele ter sido planejado e estruturado por um corpo técnico (VILADAS, 2010; NOLASCO, 2012). Nesse caso, não há integração entre as demais áreas e o design, perdendo-se a oportunidade de realizar um projeto com competências integradas. Outro aspecto importante foi a percepção da inexistência do design na gestão dos projetos, bem como a pouca expressividade do design como processo (3 – 10,7%) e inovação (2 – 7,1%).

A maneira como é percebido o papel que o design tem tido nos projetos é contrária à percepção que os atores consideram que o design deveria ter nos processos de revitalização das cidades.

7 PROCESSO DE INOVAÇÃO DAS CIDADES

A Figura 6 apresenta qual ou quais os níveis de conhecimento por parte desses autores sobre os conceitos que tratam dos processos de inovação das cidades. Entre os conceitos abordados neste trabalho, Design, Identidade e Território e *Smart City* são os mais conhecidos. *Place Branding* e *Placemaking* são os menos conhecidos.

Figura 6 – Nível de conhecimento sobre os conceitos de inovação das cidades



Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao confrontar os dados coletados sobre o nível de conhecimento dos conceitos que envolvem os processos inovação das cidades com a declaração a respeito de projetos já realizados pelos atores (Tabela 7), percebe-se uma discordância entre o número de respondentes que afirma conhecer o conceito de *placemaking* (4 de 28) com o número que afirma já ter desenvolvido algum projeto de *placemaking* (10 de 28). Já em relação aos demais processos, nota-se que são conceitos mais conhecidos, ao menos em parte, mesmo com pouca atuação. Interessante observar também que, nas entrevistas, os conceitos não foram mencionados de forma espontânea pelos atores, o que reforça que estes conceitos ainda são pouco divulgados ou conhecidos entre os atores de forma superficial.

8 PROCESSO PARTICIPATIVO

A importância da participação dos usuários nos processos de revitalização da cidade foi identificada nas entrevistas como um ponto de concordância entre todos os entrevistados. Existem muitas razões que sustentam os benefícios de fazer com que os usuários participem do processo de design, ou ainda, que as pessoas tenham voz nas decisões. No design, muitas vezes, não é suficiente aderir apenas a uma abordagem de design centrado no usuário, a participação do usuário é necessária em todas as etapas do processo de design (REASON, 1998) em projetos de revitalização das cidades.

Ainda sobre as ferramentas utilizadas pelos atores para inserir os usuários nos processos de revitalização das cidades, as que tiveram maior destaque foram: entrevista, questionário, *Human-Centered Design*, escuta, observação, grupo focal, workshops, sondagem cultural, *Crazy 8*¹, Mapa da Jornada², *Dragon Dreaming*³, *Design Thinking* e identificação de personas.

Tabela 7 – Participação do usuário

PARTICIPAÇÃO DO USUÁRIO	
Identificação do problema/oportunidade	26 (96,3,%)
.Planejamento do projeto	13 (48,1%)
Desenvolvimento do projeto	14 (51,9)
Execução do projeto	5 (18,5%)
Avaliação do projeto	22 (81,5%)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao analisar a Tabela 7, percebe-se que os respondentes consideram a participação do usuário importante desde a identificação do problema ou oportunidade, planejamento, desenvolvimento e avaliação do projeto. Dessas etapas, destacam-se a primeira – identificação do problema e oportunidade – apontada por 96,3% (26 de 28) dos respondentes e a etapa de avaliação do projeto, segundo 81,5% (22 de 28) dos respondentes. A etapa na qual a participação do usuário foi menos citada foi a de execução, apenas 18,5% (5 de 28) respondentes.

Esses resultados corroboram a percepção dos atores sobre a capacidade de escuta, de interlocução e de desenvolvimento de relações transversais à sociedade (Tabela 7) como sendo competências importantes do design e estão diretamente relacionadas à participação e à inserção dos usuários.

¹*Crazy Eight* é uma técnica adaptada da técnica 685. Essa técnica ficou conhecida por meio do *Design Sprint* (processo criado pela *Google Ventures* para responder questões críticas de negócios por meio de design, prototipagem e teste das ideias) (EVAN, 2011).

²Mapa da jornada do usuário conta a história da sua experiência desde o contato inicial com o produto, a partir do processo de engajamento e em um relacionamento de longo prazo (BOAG, 2015).

³A metodologia de Criação Colaborativa de Projetos *Dragon Dreaming* (DD) fomenta maior interação, dialogismo e a construção colaborativa, a partir da integração de ferramentas de avaliação e planejamento colaborativo, com base nas intenções dos envolvidos. No método, que é chamado sonho, é valorizada a voz individual, que durante o processo é transformada em sonho e projeto coletivo (*Dragon Dreaming*, 2014).

9 AVALIAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS, CULTURAIS E COMPORTAMENTAIS DO ESPAÇO URBANO

Destas, a avaliação das características físicas, culturais e comportamentais foram as menos lembradas pelos entrevistados com formação em design e publicidade e propaganda. O que se explica pela falta ou pouca abordagem do tema nos currículos acadêmicos, em especial, nos cursos de design; ponto, inclusive, mencionado por alguns entrevistados.

Embora, nas entrevistas, a inserção do design para avaliar características físicas, culturais e comportamentais tenha sido pouco mencionada, no questionário, a maioria expressiva dos atores identificou que a capacidade de leitura do espaço urbano, a capacidade de análise simbólica do lugar e a habilidade de ação em diferentes contextos seriam competências do design importantes nos processos de revitalização das cidades, conforme anteriormente apresentado na Tabela 7.

No questionário, também foi perguntado aos respondentes, ao realizar um projeto para a cidade, em qual ou quais etapas projetuais deve ocorrer a avaliação das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano (Tabela 8).

Tabela 8 – Avaliação das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano

PARTICIPAÇÃO DO USUÁRIO	
Identificação do problema/oportunidade	26 (96,3 %)
Planejamento do projeto	19 (70,4 %)
Desenvolvimento do projeto	11 (40,7 %)
Execução do projeto	3 (11,1 %)
Implementação do projeto	4 (14,8 %)
<i>Avaliação do projeto após a implementação</i>	14 (51,9 %)

Fonte: Elaborado pelos autores.

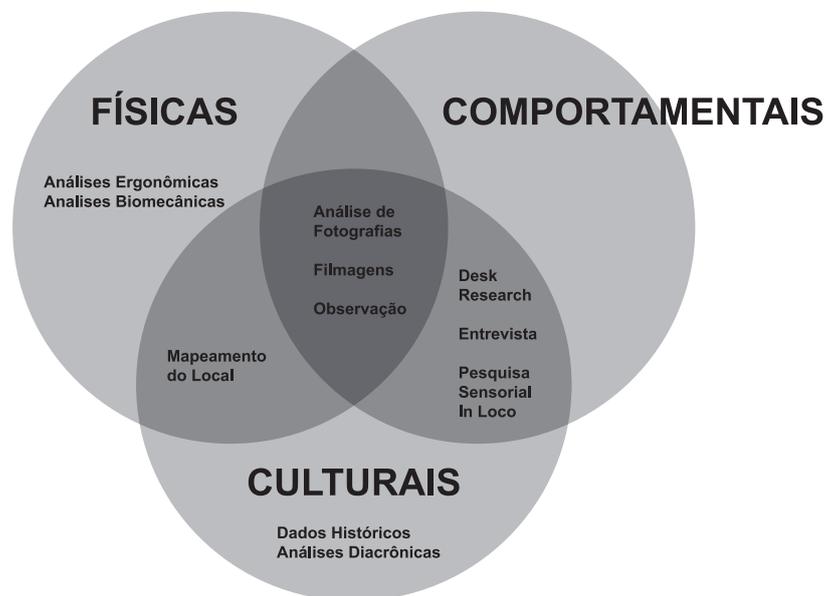
Segundo a maioria expressiva dos respondentes, as avaliações das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano devem acontecer, principalmente, nas etapas de identificação dos problemas (96,3% – 26 de 28) e na etapa de planejamento do projeto (70,4% – 19 de 28). Mais da metade dos respondentes (51,9% – 14 de 28) entende que as avaliações devem também ocorrer na avaliação do projeto após a implementação, como parte da verificação dos resultados. Ainda, 40,7% (11 de 26) dos respondentes consideram que as avaliações também devem ocorrer na etapa de desenvolvimento.

Quando questionados sobre quais as ferramentas utilizadas nas perguntas abertas do questionário, os atores citaram diversas que são empregadas, de forma isolada ou de forma combinada, e que podem servir tanto para avaliação física como cultural ou comportamental. Um dos atores, designer, comentou:

As ferramentas de pesquisa do design também são bem úteis para gente observar um lugar, olhar e ver como as pessoas interagem e perceber alguns comportamentos que sugerem algumas faltas. Como, por exemplo, sombra, que é uma coisa muito comum. Muitas vezes, as pessoas não ficam no espaço só por causa da sombra. E aí tentar pensar as melhores estratégias para conseguir fazer isso. Eu acho que esse pensamento da escala que vai do pequeno para o grande faz muito mais sentido, até porque tem a ver como a cidade acontece.

Como pode-se observar na Figura 7, algumas das ferramentas para avaliação das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano podem ser usadas de forma isolada ou combinada. Ainda, os entrevistados afirmaram que as ferramentas podem variar e, inclusive, podem ser adaptadas dependendo do tipo de projeto ou contexto. As ferramentas citadas pelos atores são: observação; análise de fotografias; filmagens; mapeamento do local; análises ergonômicas; análises biomecânicas; entrevistas; desk research⁵; pesquisa sensorial in loco; dados históricos; e análises diacrônicas.

Figura 7 – Ferramentas usadas para avaliação das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano



Fonte: Elaborado pelos autores.

10 ANÁLISE DE VIABILIDADE E FUNCIONALIDADE DOS PROJETOS

Foi perguntado aos respondentes se, ao realizar um projeto para cidade, em qual ou quais etapas projetuais, para eles, devem ocorrer as avaliações de viabilidade econômica, de execução e implementação do projeto.

Tabela 9 – Análise de viabilidade e funcionalidade dos projetos

ANÁLISE DE VIABILIDADE E FUNCIONALIDADE DOS PROJETOS	
Identificação do problema/oportunidade	11 (40,7 %)
Planejamento do projeto	25 (92,6 %)
Desenvolvimento do projeto	11 (40,7 %)
Execução do projeto	7 (25,9 %)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Analisando a Tabela 9, nota-se que a maioria expressiva dos respondentes (92,6% – 25 de 28) entende que as avaliações de viabilidade econômica, de execução e implementação do projeto devem ocorrer na etapa de planejamento. Este resultado está correlacionado à competência do design de capacidade de planejamento (Tabela 7). Já as etapas de identificação do problema e/ou oportunidade e de desenvolvimento foram citadas por 40% (11 de 28) respondentes.

Adicionalmente, no questionário aplicado, foi perguntado aos respondentes quais as ferramentas ou os métodos do design são utilizados por eles para avaliarem um projeto. A descrição das ferramentas e/ou métodos foi na forma de comentários livres. O Quadro 2, a seguir, apresenta as ferramentas e/ou métodos citados pelos atores no questionário e as fases projetuais nas quais são utilizados.

Assim como as ferramentas para avaliação das características físicas, culturais e comportamentais do espaço urbano, para avaliar a viabilidade, também podem ser usadas de forma isolada ou combinada. Neste caso, também os respondentes afirmaram que as ferramentas podem variar e, inclusive, podem ser adaptadas dependendo do tipo de projeto ou contexto.

Quadro 2 - Relação de ferramentas e/ou métodos de avaliação de projeto

RELAÇÃO DE FERRAMENTAS E/OU MÉTODOS DE AVALIAÇÃO DE PROJETO					
Ferramenta e/ou método	Identificação do problema /oportunidade	Planejamento do projeto	Desenvolvimento do projeto	Execução do projeto	Funcionalidade pós implementação
Grupo focal					
Análise de especialistas					
Método Delphi ⁴					
Entrevista					
Prototipagem					
<i>Visioning</i> ⁵					
Chapéus ⁶					
Matrizes de comparação de alternativas					
Avaliação dos chamados de atendimento e relacionamento e suporte					
Entrevistas					
Observação					

Fonte: Elaborado pelos autores.

⁴ O método Delphi deve o seu nome ao Oráculo de Delphos e foi desenvolvido em órgãos associados à Defesa Estadunidense no início da década de 1950, em plena Guerra Fria. O método busca facilitar e melhorar a tomada de decisões por um grupo de especialistas, sem interação cara a cara (BOBERG; MORRIS-KHOO, 1992).

⁵ *Visioning* (visão) é um termo agora usado na prática e na teoria do planejamento. Refere-se a uma variedade de técnicas de planejamento estratégico e é utilizado em discussões gerais sobre planejamento (SHIPLEY; NEWKIRK, 1998).

⁶ Chapéus (*Six Thinking Hats*®) é uma técnica em que o problema é dividido em seus diferentes momentos (chapéus). Em cada momento, o grupo “veste” o chapéu escolhido pelo facilitador e direciona o pensamento de acordo com o ponto de vista determinado pela cor do chapéu (DE BONO, 1985).

11 CONCEITUAÇÃO DE PROJETOS

Após a identificação do problema e o planejamento do projeto para revitalização de cidades, a próxima etapa é a de desenvolvimento. Nesta etapa, é necessário conceituar o projeto. O processo criativo pode ser visto como uma etapa do processo projetual em que é necessário gerar ideias para uma solução. O principal elemento do design para gerar ideias é o uso da criatividade, que, por sua vez, é definida como um processo pelo qual um ator utiliza sua capacidade de gerar novas e úteis ideias, soluções ou produtos (SARKAR; CHAKRABARTI, 2008). A criatividade também se expressa nas informações coletadas. Ou seja, a partir das características do povo, da sociedade, da cultura e dos espaços urbanos. Conseqüentemente, é necessária uma abordagem multidisciplinar e sistemática (ALENCAR; FLEITH, 2003; TSCHIMMEL, 2010).

Observou-se, nas entrevistas, que os métodos utilizados para conceituar projetos variam muito em relação à formação acadêmica dos atores. Os atores com formação em design possuem uma maior familiaridade e repertório de ferramentas do design, além de maior capacidade de adequar ferramentas, sintetizar ideias, conectando com as demais etapas projetuais.

Já os atores com formação em arquitetura, comunicação e demais áreas possuem um repertório menor de ferramentas para geração de ideias (Quadro 3).

Quadro 3 - Ferramentas para geração de ideias

FERRAMENTAS PARA GERAÇÃO DE IDEIAS	
FERRAMENTA	DESCRIÇÃO
Análise Contextual (SANTA ROSA; MORAES, 2012)	Realizada com usuário perito no que está sendo investigado. São feitas observações sobre as tarefas realizadas no contexto real. Identifica como o usuário se relaciona com as características do ambiente social e também com as características físicas.
<i>Braindrawing</i> / Desenho de ideias ou Técnica 635 (SANTA ROSA; MORAES, 2012)	Ciclos de desenhos, em que cada usuário desenha sua ideia e passa para o próximo continuar ou desenhar uma nova ideia a partir da primeira. No método 635, seis pessoas resolvem o problema definido anteriormente. Cada participante desenha ou escreve brevemente três ideias em cinco minutos. Depois do tempo, cada participante envia seus documentos para seus vizinhos. Este processo é repetido até que todos possam visualizar os pensamentos daqueles que vieram antes usando estes como inspiração para novas ideias. Ao final da rodada, são contadas 108 ideias.
Cenários (SANTA ROSA; MORAES, 2012)	Análise de associações espontâneas de ideias. Permite ao usuário expressar sua percepção em relação aos espaços a partir de imagens do ambiente onde vive. Serve para identificar a compreensão, a imaginação e a idealização do contexto.
<i>Desk Research</i> (TRAVIS; HODGSON, 2019)	<i>Desk Research</i> é uma pesquisa exploratória por meio da coleta e do uso de informações já publicadas e disponíveis.
<i>Crazy Eights</i> (EVAN, 2011)	<i>Crazy Eight</i> é uma técnica baseada na técnica 685. Essa metodologia foi divulgada por meio de design sprints, um processo criado pelo <i>Google Ventures</i> que responde às principais questões de negócios por meio de design, prototipagem e teste de ideias.

Continuação

<i>Dragon Dreaming</i> (<i>Dragon Dreaming</i> , 2014)	A metodologia de Criação Colaborativa de Projetos <i>Dragon Dreaming</i> Projects (DD) incentiva uma maior interação, meditação e construção colaborativa, a partir da integração de ferramentas de avaliação e design colaborativo. Baseado nas intenções dos envolvidos, o método é chamado de sonho, o valor da pessoa é uma voz que, ao longo do processo, se transforma em sonho e projeto coletivo.
Entrevista (MAGUIRE, 2001)	Consiste em uma conversa informal. Pode seguir um roteiro de perguntas estruturadas, semiestruturadas ou livres.
Identificação de personas (SANTA ROSA; MORAES, 2012)	Criação de personagens para representar as necessidades, as características e o comportamento de segmentos do público-alvo.
Grupo Focal (GÜNTHER, 2006)	Discussões em grupo a fim de identificar uma visão aprofundada sobre os problemas. Permite compreender o processo de construção das percepções, das atitudes e das representações sociais de grupos.
Mapa comportamental (IDEO, 2015; MARTIN; HANINGTON, 2012)	Acompanhar as posições e os movimentos das pessoas dentro de um espaço durante um período de tempo. Representação gráfica dos comportamentos das pessoas e de sua localização no espaço, elaborada por meio de observação sistemática da área. Registros em plantas-baixas e fichas de anotação. O mapa pode ser centrado na pessoa ou no lugar. A técnica permite a identificação da ocupação, dos tipos de usos, quantidade de frequentadores nos diferentes momentos etc.
Mapa da Jornada (BOAG, 2015)	O mapa da jornada do usuário conta a história da sua experiência desde o primeiro contato com o produto, passando pelo processo de engajamento e até um relacionamento de longo prazo.
Mapa de Percurso (PADOVANI <i>et al.</i> , 2012)	Ato de percorrer um trajeto simulando o percurso dos usuários para verificar problemas que interrompem o fluxo. Pode ser realizado juntamente com o usuário e durante o percurso realizar perguntas relacionadas à percepção, à localização, à compreensão e às ações.
Mapa Mental	Representação gráfica de ideias e aspectos em torno de um tema central. Sistematização de pensamentos abstratos. Mapear vantagens e desvantagens.
Método Delphi (BOBERG; MORRIS-KHOO, 1992)	O método Delphi, cujo nome deriva do oráculo Delphos, foi desenvolvido no início da década de 1950, durante a Guerra Fria, por organizações ligadas à defesa dos Estados Unidos. Esta abordagem visa a facilitar e a melhorar a tomada de decisão por um grupo de especialistas sem interação cara a cara.
Observação (SANDERS, 2008)	Atividades práticas em que o usuário se reúne de forma imersiva, possibilitando voz ativa a todos no processo de design. Amplia o campo de visão, propicia discutir novas alternativas. Pode utilizar várias técnicas ou dinâmicas.
Questionário (SANDERS, 2008)	Realizado a partir de um conjunto de perguntas apresentadas ao usuário, sem intervenção do pesquisador. As respostas são analisadas posteriormente.
Seis Chapéus (DE BONO, 1985)	<i>Six Thinking Hats</i> ® é a técnica de separar um problema em vários momentos (chapéus). A cada intervalo, o grupo "coloca" um chapéu escolhido pelo facilitador e direciona seus pensamentos de acordo com o ponto de vista determinado pela cor do chapéu.

Continua

Continuação

<i>Sense Making</i> (DERVIN, 1998)	Abordagem qualitativa que procura entender os usuários com necessidades cognitivas, afetivas, psicológicas e fisiológicas. Realizado por meio de questionário e entrevista para observar como os usuários se comportam a partir de informações recebidas no ambiente e como reagem no momento em que não encontram o que procuram. Pressupõe que os usuários, a partir do comportamento cognitivo e de suas atitudes, dão um sentido lógico às informações e projetam ações por meio do tempo e do espaço.
Sondagem Cultural (ZACAR, 2014)	Autorrelato dos usuários registrando situações do seu cotidiano, atividades, comportamento e preferências. Os registros são por câmeras, gravadores, mapas etc.
<i>Visioning</i> (SHIPLEY; NEWKIRK, 1998)	<i>Visioning</i> (visão) é um termo agora usado na prática e na teoria do planejamento. Refere-se a uma variedade de técnicas de planejamento estratégico e é usado em discussões gerais sobre planejamento.
<i>Walkthrough</i> (RHEINGANTZ <i>et al.</i> , 2009)	Técnica também conhecida como APO, serve para coletar e analisar dados multidisciplinares do ambiente construído em pouco espaço de tempo. Permite realizar a identificação de aspectos positivos e negativos do ambiente, verificando a situação atual em que ele se encontra. A técnica permite a familiarização com o local de análise e a compreensão da estrutura física por meio de um passeio com um roteiro orientado.

Fonte: Elaborado pelos autores.

12 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE OS RESULTADOS E *INSIGHTS* PARA O MODELO

A partir do estudo de caso do Pacto Alegre, foi possível identificar alguns pontos importantes que influenciam direta ou indiretamente o desenho do modelo proposto nesta pesquisa. Foi possível perceber que existe uma lacuna quando se trata da inserção do design na concepção, na proposição, no desenvolvimento e na implementação dos projetos para revitalização da cidade. Esta lacuna é ocasionada por várias razões, entre elas: a falta de profissionais com formação em design no poder público; a inexistência ou conhecimento superficial sobre os métodos e ferramentas do design por parte dos funcionários públicos; falta de compreensão da importância e valorização do design pelos gestores públicos. Também percebeu-se que o design, nos projetos do Pacto Alegre, quando presente, manteve-se sempre no nível estético e/ou funcional. Isso se justifica, em parte, pelas abordagens dos cursos de graduação em design, nos quais o profissional nem sempre é formado para pensar o design como estratégia ou gestão. Adicionalmente, associar o design à revitalização de cidades não costuma ser abordado nos cursos de design, muitas vezes, por ser entendido como uma competência do urbanismo.

Essas percepções também foram identificadas nas entrevistas com os atores (designers, arquitetos, engenheiros e profissionais de áreas afins). Ficou clara a importância do poder público, em alguma escala, para viabilizar projetos de revitalização das cidades. Sendo assim, o primeiro passo para inserção do design seria a implementação de ações por meio de Políticas Públicas de Design.

Na segunda etapa da pesquisa, nas entrevistas e no questionário com os atores, foi possível identificar e aprofundar pontos relevantes. O primeiro é em relação às competências do design. Ponto também percebido nas entrevistas com os profissionais que atuaram no Pacto Alegre. Logo, para inserção do design nos processos de revitalização das cidades, é necessário dentro das características das competências centrais, considerando a amplitude das definições das cinco capacidades que formam a definição de competência.

Sequencialmente, ao compreender a percepção e a atuação, constatou-se que os atores não percorrem sempre as mesmas etapas projetuais, nem utilizam sempre as mesmas ferramentas do design nos projetos. Isso decorre em função dos diferentes tipos de formação acadêmica, perfil do profissional e também das diferentes complexidades exigidas em cada projeto. Contudo houve dois pontos centrais identificados: a necessidade do pensamento sistêmico e a falta de interdisciplinaridade entre o design e o urbanismo. Também percebeu-se que as etapas projetuais que compreendem a formação do conhecimento, análise, identificação do problema e conceituação ocorrem de forma não linear, sem a necessidade de ordem específica entre as ações. Geralmente, possuem caráter exploratório e podem ser repetidas ou adicionadas em qualquer uma das fases projetuais. Além disso, percebeu-se a necessidade do modelo ser flexível, podendo se encaixar em outras metodologias. A participação do usuário em todas as etapas projetuais também foi um ponto em comum entre todos os atores, inclusive os profissionais que atuaram no Pacto Alegre. O tempo hábil e o orçamento disponível são fatores que também influenciam a viabilidade do projeto para a cidade.

Por fim, após as etapas já descritas, identificar qual o melhor processo de inovação para revitalização de cidades: Design, Identidade e Território, *Place Branding*, *Placemaking* ou *Smart City*. Ainda, entre as principais percepções, destacou-se a falta de conhecimento técnico ou compreensão limitada dos conceitos e ferramentas de design. As principais preocupações em relação aos projetos incluem a alocação de recursos financeiros, recursos humanos, prazos de concepção, gestão de riscos e execução dos projetos. Das entrevistas realizadas com os profissionais (designers, arquitetos, engenheiros e outros especialistas relacionados), tornou-se evidente a importância de alguma forma de envolvimento do poder público para viabilizar projetos de revitalização urbana. A aplicação de questionários também permitiu identificar e aprofundar pontos relevantes, como as competências do design. Os resultados também ressaltaram que os profissionais não seguem sempre as mesmas etapas de projeto nem utilizam consistentemente as mesmas ferramentas de design, além de destacarem a necessidade de pensamento sistêmico e a lacuna na interdisciplinaridade entre design e urbanismo.

REFERÊNCIAS

ALBRECHTS, L. **Changing roles and positions of planners**. *Urban Stud*, v. 28, n. 1, p. 123-127, 1991.

ALENCAR, E. M. L. S.; FLEITH, D. S. **Criatividade: múltiplas perspectivas**. 3 ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2003.

ASHWORTH, G. J.; VOOGD, H. **Selling the city: Marketing approaches in public sector urban planning**. London: Belhaven Press, 1990.

BARAUNA, D.; RAZERA, D. L. Sustentabilidade, desenvolvimento e inovação no século 21: demandas para o design de materiais avançados. In: ARRUDA, A. J. V.; FERROLI, P. C. M.; LIBERLOTTO, L. I. (org.). **Design, Artefatos e Sistema Sustentável** – [designcontexto]: Ensaio sobre Design, Cultura e Tecnologia. São Paulo: Blucher, 2018. p. 61-74.

BARTOLONI, E.; BAUSSOLA, M. Does technological innovation undertaken alone have a real pivotal role? Product and marketing innovation in manufacturing firms. **Economics of Innovation and New Technology**, v. 25, n. 2, p. 91-113, 2016.

BERIATOS, E.; GOSPODINI, A. 'Glocalising' urban landscapes: Athens and the 2004 Olympics. **Cities**, v. 21, n. 3, p. 187-202, 2004.

BOAG, P. All you need to know about customer journey mapping. **Smashing Magazine**, 15 jan. 2015. <https://www.smashingmagazine.com/2015/01/all-about-customer-journey-mapping/>. Acesso em: 22 ago. 2019.

BOBERG, A. L.; MORRIS-KHOO, S. A. The Delphi method: a review of methodology and an application in the evaluation of a higher education program. **The Canadian Journal of Program Evaluation**, v. 7, n. 1, p. 27-39, 1992.

BUCHANAN, P. What city? A plea for place in the public realm. **Architectural Review**, p. 31-41, nov. 1988.

CELASCHI, F.; FORMIA, E. Design cultures as models of biodiversity: design processes as agents of innovation and intercultural relations. **Strategic Design Research Journal**, v. 3, n. 1, p. 01-06, 2010.

CREUS, M. Q. **Elementos urbanos: mobiliário y microarquitectura/ Urban elements: furniture and microarchitecture**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1996.

CUTHBERT, A. **The Form of Cities: Political Economy and Urban Design**. Oxford: Blackwell, 2006.

DAROS, C.; KISTMANN, V. B. Gestão de Design e Cidades Inteligentes. **Strategic Design Research Journal**, v. 9, n. 1, 2016.

DE BONO, E. **Six thinking hats**. Boston, Little Brown, 1985.

Dragon Dreaming. Guia Prático Dragon Dreaming – Uma Introdução Sobre como Tornar seus Sonhos em Realidade Através do Amor em Ação. Versão 2.0, Janeiro de 2016.

EVAN, B. 6-8-5. **Gamestorming**. May 17, 2011. Disponível em: www.games-torming.com/games-forfresh-thinking-and-ideas/6-8-5s. Acesso em: 12 jul. 2019.

GALLIO, V.; MARCHIÒ, A. *New models of consumption: scenarios for sustainability*. In: FORMIA, E. (org.) **Innovation in design education: theory, research and processes to and from a Latin perspective**. Torino: Umberto Allemandi & C., 2012. p. 527-546.

HARVEY, D. **The condition of postmodernity**. Oxford: Blackwell's, 1989.

IDEO.org. (2015). **The Field Guide to Human-Centered Design**. Disponível em <http://www.designkit.org/resources/1>.

IRWIN, T. Transition design: *a proposal for a new area of design practice, study, and research*. **Design and Culture**, Londres, v. 7, n. 2, p. 229-246, 2015.

KNOX, P. L. 'Styles, Symbolism and Settings: The Built Environment and the Imperatives of Urbanised Capitalism'. **Architecture et Comportement**, v. 2, n. 2, p. 107-122, 1984.

KUECHLER, W; VAISHNAVI, V. On theory development in design science research: anatomy of a research project. In: **Proceedings of the Third International Conference on Design Science Research in Information Systems and Technology**. 2008.

MAGUIRE, Martin. Methods to support human-centred design. **International Journal of Human-Computer Studies**. v. 55, n. 4, p. 587-634, outubro 2001.

MARTIN, B.; HANINGTON, B. **Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas and design effective solutions**. Rockport Publishers, 2012.

MOMMAAS, H. **City branding: image building and building images**. Rotterdam: NAI Uitgevers, 2002.

NOLASCO, A. X. S.; SAMPAIO, R. R. Escada do design, uma nova proposição. **IV Workshop de Pesquisa e Inovação PTI**. 2012.

OWEN, C. L. *Design Thinking: driving innovation*. **The Business Process Management Institute**, Illinois, p. 1-5, set. 2006.

PADDISON, R. City marketing, image reconstruction and urban regeneration. **Urban Stud**, v. 30, n. 2, p. 339-350, 1993.

PADOVANI, Stephania *et al.* Trilhando o caminho de volta: um estudo da adaptação de métodos de design centrado no usuário para sistemas de informação digitais visando aplicação a mídia impressa. In: **P&D Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, 10, 2012, São Paulo. Anais... São Luiz: UFMA, 2012. p. 5938-5951.

REASON, P. Political, Epistemological, Ecological and Spiritual Dimensions of Participation. **Studies in Cultures, Organizations and Societies**, v. 4, n. 2, p. 147- 167, 1998.

RHEINGANTZ, P. A. *et al.* **Observando a qualidade do lugar: procedimentos para a avaliação pós-ocupação**. Rio de Janeiro: PROARQ/FAU-UFRJ, 2009.

SANDERS, E. B.-N.; STAPPERS, P. J. Co-creation and the new landscapes of design. **Co-design**, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008.

SANTA ROSA, J. G.; MORAES, A. **Design participativo: técnicas para inclusão de usuários no processo de ergodesign de interfaces**. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2012.

SARKAR, P.; CHAKRABARTI, A. The effect of representation of triggers on design outcomes. **Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing**, 22, 2008, pp.101-116.

TSCHIMMEL, K. C. **Sapiens e Demens no pensamento criativo do design**. Tese (Doutorado em Design) – Universidade de Aveiro, Departamento de Comunicação e Arte, Aveiro, 2010.

TRAVIS, D.; HODGSON, P. **Think Like a UX Researcher: How to Observe Users, Influence Design, and Shape Business Strategy**. Boca Raton: CRC Press, 2019.

VILADAS, X. **Managing Design for Profits**. Barcelona: Index Book, 2010.

ZACAR, C. R. H. O uso de sondas culturais no processo de design de produto: uma experiência com estudantes de graduação. **Blucher Design Proceedings**, v. 1, n. 4, nov. 2014.

WARD, S. **Selling places: the marketing and promotion of towns and cities 1850- 2000**. London: Routledge, 1998.

Como citar este capítulo (ABNT)

NICHETTI, C. A. O.; VAN DER LINDEN, J.C.S. Percepção e atuação de designers, arquitetos e profissionais de áreas afins em relação à inserção do design em projetos para revitalização de cidades. In: VAN DER LINDEN, J.C.S.; ROSSETTO, L. M. M.; VENTURA, D. (org.) **Design, Cultura e Inovação**. Porto Alegre: Marcavisual, 2023. v.III. p.10–40.

Como citar este capítulo (CHICAGO)

Nichetti, Claudia Adriana Oliboni, and Júlio Carlos de Souza van der Linden. 2023. "Percepção e atuação de designers, arquitetos e profissionais de áreas afins em relação à inserção do design em projetos para revitalização de cidades". In *Design, Cultura e Inovação*, 1st ed., 3: 10–40. Porto Alegre: Marcavisual.