

Tudo o que é sólido desmancha no ar

Por Érico Fileno

O papel do designer é pensar primeiro sobre experiências humanas, em vez de pensar na coisa em si.

Muito tem se falado sobre *Design Thinking* e alguns tentam levar para uma discussão dicotômica, ou ainda pior, para uma discussão maniqueísta entre o bem e o mal. E não quero nem lembrar que às vezes surgem discussões rasas e confusas sobre o assunto. Surgem até os «pioneiros do último verão», já que estamos falando de uma *buzzword* nova. Afinal todo mundo quer falar sobre tal (eu me incluo nessa!). Porém, eu procuro ser muito prático no meu modo de ver e trabalhar o design na minha vida profissional. Acredito que devemos aproveitar esse momento positivo para construir um discurso coerente através desse «novo design».

Historicamente o design passou por muitas ondas, de escolas acadêmicas a movimentos. Nesses primeiros anos do novo século, não só o design, mas toda nossa sociedade está passando por profundas mudanças: barreiras geográficas estão caindo, há uma mudança significativa na ordem mundial e modelos que sustentavam nosso mundo, caíram por terra. Vemos jovens que lançam um serviço na Internet ficarem ricos da noite para o dia. Vemos empresas tradicionais nos seus ramos perderem sua liderança para empresas novatas em pouco tempo. Marcas que ontem eram símbolos da nossa sociedade, já não existem mais. Impérios se mostraram verdadeiros castelos de areia. E o que o design tem com isso? Tudo oras!

O design como manifestação do labor humano faz parte da nossa cultura e ele também está passando por profundas mudanças, conectadas ao que escrevi acima. Por quê? Porque hoje não estamos mais fazendo coisas. A «coisificação» não está mais no nosso *pipeline*, porque o consumidor se transformou de receptor passivo em participante ativo do processo. O nosso papel como designer é pensar primeiro sobre experiências humanas, em vez de pensar na coisa em si. Hoje somos mediadores! Essa é a nova onda!

Por isso, antes de discutir que novo design é esse que estamos falando, penso que devemos ter a clareza que o design que conhecemos está se desmanchando. Hoje, estamos pensando e construindo processos e sistemas, com foco no entendimento das experiências das pessoas. As empresas precisam acordar para esse novo momento, que está focado nas nossas experiências com os serviços.

É através da interação com os serviços, que podemos ter uma visão desse design contemporâneo e da nossa importância dentro do processo produtivo. Se tivermos a conscientização da imaterialização do design, pouco importa que nome o mercado dá para isso. Dessa forma ficamos mais livres e podemos assim nos preocupar em fazer (e pensar)

design. Podemos focar no seu real objetivo: entregar valor através de serviços significativos para pessoas e de forma sustentável para a sociedade.

Publicado em 04/03/2013

-
- Gostaria de indicar a leitura do livro de Marshall Berman que dá título a esse artigo: «Tudo O Que É Sólido Desmancha No Ar»



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/pt/artigos/tudo-o-que-e-solido-desmancha-no-ar>

