

Júlio Carlos de Souza van der Linden
Bruno Guilherme Valentini

ORGANIZADORES

O
I
N
O
V
A
Ç
Ã
O
D
E
S
I
G
N
C
U
L
T
U
R
A


marcavisaual
editora e projetos culturais

Volume I



instituto
de inovação
competitividade
e design



Júlio Carlos de Souza van der Linden
Bruno Guilherme Valentini

ORGANIZADORES

*DESIGN,
CULTURA &
INOVAÇÃO*

Volume I

Este livro é uma publicação do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

www.ufrgs.br/iicd

© dos autores — 2019

Capa e projeto gráfico: Bruno Guilherme Valentini

D457 Design, cultura & inovação: volume I [recurso eletrônico] / organizadores Júlio Carlos de Souza van der Linden [e] Bruno Guilherme Valentini — Dados eletrônicos — Porto Alegre: Marcavisual, 2019.

112p.: digital

ISBN 978-85-61965-71-6

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. Teoria do Design. 3. Métodos — Design — Inovação. 4. Design — Cultura — Educação. 5. Desenvolvimento de produto. I. Linden, Júlio Carlos de Souza van der. II. Valentini, Bruno Guilherme.

CDU 658.512.2

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.
(Jaqueline Trombin — Bibliotecária responsável CRB10/0979)

Marcavisual – Conselho Editorial

Airton Cattani – Presidente

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Adriane Borda Almeida da Silva

UFPeL – Universidade Federal de Pelotas

Celso Carnos Scaletsky

UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Denise Barcellos Pinheiro Machado

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

Marco Antônio Rotta Teixeira

UEM – Universidade Estadual de Maringá

Maria de Lourdes Zuquim

USP – Universidade de São Paulo

PREFÁCIO

**Júlio Carlos de Souza van der Linden
Bruno Guilherme Valentini**

Recentemente, no prefácio do livro *Design em Pesquisa Volume 2* (2018), os seus autores escreveram “Lançar o primeiro Volume de uma coleção vinculada a um grupo de pesquisa de uma universidade é sempre um grande desafio. Mais do que editar uma obra, significa semear uma lavoura”. Eles se referiam ao esforço liderado pelo professor Maurício Moreira e Silva Bernardes para editar um livro com trabalhos de pesquisadores do Instituto de Design, Competitividade e Inovação (IICD). Neste momento, estamos abrindo uma nova lavoura ao publicar o primeiro volume de outra coleção vinculada ao IICD. O objetivo desta nova coleção é mais modesto, focando apenas em trabalhos de pesquisadores do Laboratório de Design, Cultura e Inovação (LDCI), um dos núcleos de pesquisa do IICD, realizados no contexto do Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS (PGDESIGN/UFRGS).

Uma das discussões que desenvolvemos no LDCI é quem veio primeiro, o design, a cultura ou a inovação. Longe de ser uma discussão bizantina é uma curiosidade sobre a evolução da espécie humana. O designer e professor André Ricard, em seu livro *La Aventura Creativa: las raíces del diseño* (EDITORIAL ARIEL, 2000), descreve a evolução do design em paralelo à evolução humana. Artefatos físicos e cognitivos são importantes componentes das culturas, além de valores, crenças e memórias. Se entendemos design como um processo cognitivo, está ligado à concepção dos primeiros artefatos físicos, inovações que contribuíram para

a gestação das culturas mais remotas no tempo. Essa discussão, ainda aberta, nos levou a conceber a estrutura desta obra em seções que correspondem idealmente a três movimentos de um ciclo

A primeira seção, **Design, Cultura & Inovação**, é composta pelos capítulos **Multidimensionalidade do Design** e **Design, Organizações, Moda e Sustentabilidade**, que têm em comum uma visão do design como uma atividade complexa, seja do ponto de vista de sua gênese e de sua estrutura (dimensões subjacentes), seja em relação ao seu papel nas organizações e no seu impacto na sustentabilidade. A segunda seção, **Cultura, Inovação & Design**, composta pelos capítulos **Processo Criativo de Autores de Joias em Porto Alegre** e **Definição de Perfis de Estudantes**, traz a percepção de designers sobre o design, a partir da prática, no primeiro caso, e da formação acadêmica, no segundo. Por fim, a terceira seção, **Inovação, Design & Cultura**, com os capítulos **Reflexões sobre os Papéis do Design em Processos Colaborativos** e **A Percepção do Design por Gestores de Projeto em Porto Alegre**, se foca na relação do design e dos designers com outros atores dos processos de inovação.

Acrescenta-se, a título de curiosidade, uma breve explicação sobre o conceito da capa do livro. Ela brinca com o questionamento de “quem veio antes”. Com isso, os termos design, cultura e inovação foram dispostos de forma circular sem início ou final, o que deixa a cargo do leitor a interpretação de ordem e leitura. Além disso, o elemento gráfico que compõe o fundo da arte da capa é uma imagem da dinâmica de fluídos vista por um microscópio. Isto visa representar a fluidez de significados dos termos, os movimentos e as interações entre design, cultura e inovação.

Esperamos que os trabalhos que inauguram esta coleção contribuam de alguma forma para a valorização da pesquisa em design e do designers na nossa cultura, hoje conscientemente orientada à inovação.

Agradecemos à Marcavisual, nossa editora, que continua apoiando os projetos editoriais de nosso grupo. Esperamos que em breve tenhamos o Design em Pesquisa Volume 3, e o Design, Cultura e Inovação Volume 2, além de outras coleções que os nossos colegas do Instituto de Inovação Competitividade e Design (IICD) venham a criar com o intuito de divulgar de forma mais ampla a nossa produção de pesquisa.

Porto Alegre, janeiro de 2019

Júlio Carlos de Souza van der Linden
Bruno Guilherme Valentini