

01.

Design Centrado no Ser: uma Abordagem existencialista

Being-Centered Design: an existentialist approach

Nuno Dias

ID+, DeCA, Universidade de Aveiro
ndias@ua.pt

Cristiane Menezes

ID+, DeCA, Universidade de Aveiro
cristianemenezes@ua.pt

Abhishek Chatterjee

ID+, DeCA, Universidade de Aveiro
abhi@ua.pt

Este artigo descreve o 'Design Centrado no Ser,' uma abordagem existencialista que coloca a especulação e a reflexão crítica para a potenciação de modos de existência desejados no cerne de uma perspectiva situada. O principal objetivo é estabelecer um 'espaço de poética' para a *poiesis* — a criação e produção — do design em torno de uma ideia de "economia da sabedoria" local, inspirada por Stuart Walker. Focando-se na questão do 'Ser' e do devir, o modelo visa ultrapassar os paradigmas antropocêntricos dominantes no design, procurando abarcar os potenciais positivos das experiências profundas e transformadoras através da fenomenologia da contemplação, espiritualidade e transcendência. Estas dimensões são exploradas tanto do ponto de vista da criação como da receção e uso dos produtos e conceitos de design, que atuam como mediadores sobre a técnica e como potenciadores de novos modos de existência. Para discutir a aplicabilidade dos conceitos emergentes, o artigo posiciona o Design Centrado no Ser no contexto de uma investigação-ação em curso, em colaboração com a comunidade do Ciclo do Linho de Castelões.

Palavras-chave Design Centrado-no-Ser, abordagem existencialista, 'Triângulo de Design' de Providência, Design especulativo, economia da sabedoria.

This article describes 'Being-Centered Design,' an existentialist approach that leverages speculation and critical reflection to foster desired modes of existence at the core of a situated perspective. The main goal is to establish a "poetic space" for poiesis — the creation and production of design — towards a local "wisdom economy," inspired by Stuart Walker. Centering on the question of 'Being' and becoming, the model aims to transcend the dominant anthropocentric paradigms in design, to embrace the positive potentials of deep and transformative experiences through the phenomenology of contemplation, spirituality, and transcendence. These dimensions are explored both from the standpoint of creation as well as the reception and use of design products and concepts, which act as mediators over technique and as enhancers of new modes of existence. To discuss the applicability of emerging concepts, the article positions Being-Centered Design within the context of an ongoing action-research project, in collaboration with the community of the Linen Cycle of Castelões.

Keywords Being-Centered Design, Existentialist Approach, Providência's design triangle, speculative design, wisdom economy.

1. Introdução

Este artigo apresenta e detalha a evolução do modelo conceptual do 'Design Centrado no Ser' (Dias, 2011; 2015), uma 'abordagem existencialista' que se estrutura na filosofia e prática do design desenvolvida na Universidade de Aveiro (UA), com inspiração Vitruviana – força/beleza/utilidade – no "Triângulo de Providência" (2012) – técnica/autor/programa – à qual se estabelece uma "perspetiva situada" (Harrison et al., 2007) iniciada a partir de uma "imersão radical em contexto" (Dias, 2015). Desta forma, almeja-se fomentar uma prática de design, em oficinas qualificadas, que se foque em desenhar e prototipar soluções e conceitos para potenciar a existência do lugar onde atua.

O Design Centrado no Ser (DCS) assume o seu carácter 'existencialista' que se propõe refletir e especular sobre a existência do Ser – questionando-se sobre como potenciá-la e em que sentido –, partindo da contemplação da própria vivência do lugar, do seu espírito e da sua natureza. Dessa forma, o seu programa implica criar as condições de contexto necessárias e favoráveis à imersão do design, onde os designers se tornam capital ativo do contexto, e à continuidade cíclica da intervenção no sentido da sua própria sustentabilidade.

Deve ser, portanto, a partir de um contexto qualificado pelo design que os designers, e alunos de design, investigam e desenvolvem novos artefactos e soluções, inspirados pelo levantamento dos potenciais positivos do lugar, da sua herança cultural e das práticas sábias (Albino, 2017) identificadas e entrelaçadas no próprio processo. Esses protótipos e projetos de design têm em vista especular e promover modos de existência mais positivos dos que os atuais, em diálogo com os detentores e herdeiros da sabedoria local, em conjunto com as respetivas comunidades. Estes modos de existência devem ser sustentáveis aos níveis individual, social, cultural, espiritual, ambiental e económico, alinhando-se com a visão de Stuart Walker (2013), com vista a estabelecer uma "Economia da Sabedoria" local centrada no bem-estar individual e comunitário.

Para cumprir esse desígnio, a intervenção do DCS necessita reunir três condições essenciais: ser efetiva (com impactos locais positivos sensíveis); afetiva (já que é intrinsecamente dependente do poder e sinergia gerada da empatia entre designers, não designers e comunidades); e continuada (num tempo lento e ciclicamente renovado), possibilitando o amadurecimento sereno das ideias e dos protótipos até ao seu lançamento ou aplicação real.

Como será detalhado, o modelo conceptual do DCS é fundado no 'Triângulo do Design' de Providência (2012) (autoria/tecnologia/programa) e perspetiva-se na trajetória do 'Design Centrado' no Utilizador/Humano/ Humanidade. Da reflexão sobre esta evolução, identifica-se uma oportunidade para esclarecer uma linha teórica que relaciona o design, o lugar, o ser e a sua natureza, com vista a transcender uma visão antropocêntrica dominante.

Por fim, sintetizam-se e enquadram-se os princípios do DCS num cenário de implementação de uma investigação-ação (auto)etnográfica no território do interior serrano português, discutindo a potencial aplicabilidade do modelo teórico ao mundo real com base no caso "O Ciclo do Linho de Castelões" (Menezes, et al 2023).

2. Enquadramento

2.1. O Ser em Questão

A questão do "Ser" conduziu-nos às ideias de Heidegger expressas em "Ser e Tempo" (1927/2009), onde disseminou o conceito de Dasein (Ser-aí), enfatizando a ideia de que a existência só pode ser pensada a partir da presença e de um "aí", ou seja, de um lugar. Deste fundamento se depreende o carácter necessariamente situado do Design Centrado no Ser.

"Ser e Tempo" inicia-se com uma crítica à lacuna fundamental que, segundo Heidegger, se engendrou e impregnou no pensamento ocidental – a da ideia de que existe uma compreensão geral compartilhada do significado de 'Ser' e que esse conceito não carece de definição. Em conformidade, invocou as investigações de Platão e Aristóteles particularmente animadas por essa questão, mas cujo discurso se amenizou ao longo do tempo, culminando na "lógica dialética" da "Fenomenologia do Espírito" de Hegel (1807/2022). Observou ainda que os esforços para definir a noção de Ser têm encontrado resistência consistente e que qualquer investigação a esse respeito se considera portadora de um "erro metodológico" devido a uma suposta "superfluidade" do assunto. (Heidegger, 1927/2009)

Na esteira de Heidegger, uma componente-chave desta investigação é analisar criticamente as perspetivas que sancionam explorações teóricas sobre o tópico como "erro metodológico". Importa ainda salientar a variabilidade fenomenográfica intrínseca do 'sujeito', ao mesmo tempo em que este percebe e se projeta na sua imanência, em que o questionar sobre 'o que é Ser?' e 'em que se pode tornar?' se revela imperativo, particularmente no quadro da definição de um modelo orientado para a prática do design, ou seja, para uma 'metodologia de melhoria de processos' (Seibt, 2023) com base em design.

Desde as reflexões seminais de Heidegger em torno do Dasein, Merleau-Ponty expandiu o discurso abstrato do Ser-aí na sua "Fenomenologia da Percepção" (1945/1962) para a fisicalidade tangível de um corpo-no-mundo. Em "Olho e Espírito" (1961) Merleau-Ponty havia realçado a questão da criatividade numa perspetiva fenomenológica, defendendo que a arte transcende a mera representação e sugerindo que, através da experiência corpórea da criação e receção artística, é possível estabelecer uma forma de transcendência no nosso mundo imanente, ideia que ecoa na narrativa sobre a "Poiesis" do "Autor" de Providência (2012). Nesse domínio, concebe-se a arte como meio

transformador, permitindo que experiências imanentes revelem “verdades transcendentais” que se enlaçam no desdobramento do destino através da imediatez da experiência humana. A confluência destas ideias aponta para um ‘espaço transcendente de criação e receção no design’, um caminho que identificamos como um ‘espaço de poética’ que serve de contexto para uma prática qualificada de desenho e de construção com vista à “inovação poética” (Providência 2012), no caso do DCS, uma inovação poética, mas também situada e aberta à inclusão de não designers (artesãos, mas não apenas) no processo criativo.

2.2 Abordagem existencialista e a evolução do Dasein

Sartre cunhou, particularmente relação à filosofia de Heidegger e Nietzsche, o conceito de “existencialismo”, designação que se estendeu ao movimento literário homónimo de qual foi figura de proa. Em ‘Ser e Nada’ (1943) afirma que “a existência precede a essência,” radicalizando o papel da liberdade humana na responsabilidade da modelação dos próprios destinos.

Também expandindo a fenomenologia de Heidegger, Gadamer propôs, em ‘Verdade e Método’ (1960), uma abordagem hermenêutica que designou “fusão de horizontes” (Horizontverschmelzung), com vista a um entendimento que transcende pontos de vista individuais através do diálogo aberto entre os “preconceitos” das perspetivas históricas/tradicionais e contemporâneas. Com esta visão refina-se a dialética hegeliana polarizada por uma “síntese” (tese-antítese) de opostos.

Adicionalmente, a conceção de ética de Levinas (1961), fundada na primazia do Outro e no apelo à responsabilidade diante da alteridade, também enfatiza, como Gadamer, a natureza interpretativa do conhecimento humano que necessariamente emerge no contexto da tradição, alinhando-se ambos autores com a noção de Heidegger sobre o carácter situado da compreensão.

No campo do design realçam-se investigações que exploraram alguns destes conceitos, não explicitando, todavia, todos os impactos ontológicos e epistemológicos na literatura que importam aqui identificar. Em particular, Winograd e Flores (1986) no campo da HCI (Human-Computer Interaction), inspirados pela fenomenologia de Husserl, Heidegger, e Merleau-Ponty destacaram a importância da linguagem, do contexto, e da intencionalidade na interação com a tecnologia. Com base nesses conceitos, Dourish (2001) propôs conexões essenciais entre corpo e interação e Svanæs (2013) aprofundou o exame da fenomenologia através das ideias de interação incorporada de Merleau-Ponty, sob a perspetiva de um “corpo-no-mundo.”

Neste quadro, ao integrar conceitos da ontologia e hermenêutica refletida no nexo de Dasein de Heidegger, da corporeidade de Merleau-Ponty, na fusão de horizontes de Gadamer, com vista à alteridade pelo Outro de Lévinas, poder-se-á criar uma premissa teórica para que o Design se apure com vista à descoberta da essência da sua natureza criadora, concentrando-se no sentido do projeto existencial do Ser e efetuando, assim, uma subdivisão potencialmente nova do respetivo conhecimento disciplinar.

A investigação, por conseguinte, postula que, apesar das investigações rigorosas e das indicações existentes, em particular na filosofia, relativamente à possibilidade de outros estados de Ser, é ainda limitada a literatura do design que perspetiva todo o seu território potencial. Subsequentemente se argumenta que um ponto de partida para o fazer pode emergir da adoção de uma abordagem ‘existencialista’ que se torna crucial para reconhecer e alavancar o paradoxal abertura/vazio do conceito de Ser, que animou a filosofia da Grécia antiga, enquanto se circunscrevem conceptualmente os recentes modelos teóricos do design centrados no “Utilizador,” “Humano,” e “Humanidade”. Estas noções e respetivas heurísticas são componentes relevantes da prática contemporânea do design. Não obstante, importa reconhecer discordâncias inerentes com certos princípios e paradigmas estabelecidos na disciplina.

2.3. Sobre as Centralidades do Design

A investigação subjacente à noção de Design Centrado no Ser (DCS) iniciou-se pelo exame crítico do conceito de Design Centrado no Utilizador (Dias 2011) cujos métodos, centrados na questão da “usabilidade” (Norman 1988; Nielsen 1993) se popularizaram na prática e pedagogia do design desde a década de 1990. A transição para o presente milénio testemunhou um significativo aumento das discussões sobre como e onde o design se deve centrar, para além do Utilizador, designadamente nas abordagens do Design Centrado no Humano, (Krippendorff, 2005; Brown, 2009) e, mais recentemente, do Design Centrado na Humanidade (Norman, 2023), sinalizando uma dinâmica do design que convoca uma questão existencial mais ampla:

Como podem em conjunto, Design e Humanidade, avançar para além dos seus sistemas de conhecimento prevalentes e dominantes que, advertida ou inadvertidamente, contribuíram para a proliferação de questões contemporâneas vitais para os seres, “humanos” e “não humanos,” incluindo as “Megatrends” das mudanças climáticas e da escassez de recursos (United Nations, 2019) que afetam prolificamente a existência material e espiritual da humanidade no Planeta Terra?

No que respeita ao design, uma resposta a esta questão requer uma reflexão crítica sobre os conceitos de ‘Utilizador’, ‘Humano’ e ‘Humanidade’ no quadro do design contemporâneo.

2.4. Do Utilizador à Humanidade

Desde o final da década de 1980, o conceito de 'Design Centrado no Utilizador' (DCU) baseado em 'heurísticas da usabilidade' tem mantido presença conspícua na teoria e prática do design, em particular no design de sistemas interativos digitais. Desenvolvido como um modelo em conjunto por Norman (1988) e Nielsen (1993), foi enriquecido por outros teóricos influentes como Shneiderman e Plaisant (2005), Moggridge (2007) e Cooper et al. (2014), contribuindo para o estabelecimento da agenda moderna da prática e pedagogia do Design, em particular no domínio do Design de Interação, onde a pragmática da usabilidade se tornou numa das questões fulcrais.

As décadas seguintes assistiram a uma escalada da discussão sobre a ampliação do foco da usabilidade para outros domínios relevantes da experiência humana. No fim do milénio, informadas pela ideia de uma "Economia da Experiência" impulsionada pelo design (Pine & Gilmore, 1999), várias vozes notáveis como Shedroff (2001), estabeleceram o "design para a experiência" (experience design) como uma disciplina específica do design, delineando uma base conceptual para se projetarem "experiências holísticas do utilizador" sobre a "experiência do utilizador" para além do "uso," (Hassenzahl, 2010) orientando o papel da emoção e as necessidades de realização e bem-estar.

Por sua vez, com 'Design Emocional', Norman (2003) atualizava o seu discurso focado na psicologia cognitiva finalmente admitindo que "as coisas atrativas funcionam melhor," um refrão revigorante com o qual se apresenta como um "novo eu" ("new me"). Finalmente chegado ao território das emoções, Norman sinaliza uma transformação paradigmática há muito aguardada, particularmente bem acolhida pelos designers e artistas que enfrentavam fortes críticas por mergulhar na estética do meio digital interativo, então sob a "tutela" de figuras proeminentes da engenharia como Nielsen e, em certa medida, também Norman. Em qualquer dos casos, o discurso de Norman, fundamentado em bases sólidas da psicologia, era recebido com maior empatia e aceitação na comunidade de design, reforçando a sua influência global com o novo interesse expresso pelas emoções humanas que, necessariamente, trariam entrelaçadas as questões da estética e da "beleza na interação" (Overbeeke et al. 2000).

Por sua vez, Krippendorff (2006) defende uma "mudança semântica" fundamental no design, através de um 'Design Centrado no Humano', uma evolução natural do 'Design Centrado no Utilizador', que propõe inter-relacionar as necessidades humanas e a compreensão contextual dentro do processo de design para abordar problemas sistêmicos complexos (Buchanan, 1992). Transitando de um foco puramente sintático e funcional para uma abordagem que considera e aprofunda os significados e a compreensão humana, o design deve ir além da criação de artefactos funcionais, concentrando-se na geração de significados partilhados entre designers, utilizadores e contextos de uso. Krippendorff (2006) advoga uma abordagem que inter-relaciona os produtos às necessidades, perceções e interpretações humanas, considerando-os não apenas como objetos físicos, mas como interfaces que permitem aos utilizadores experienciar e atribuir significados. Esta abordagem reconhece a influência dos contextos sociais, culturais e situacionais na forma como os produtos são utilizados e interpretados, promovendo o envolvimento dos utilizadores para compreender tanto as suas necessidades funcionais quanto os significados que atribuem aos artefactos, moldados pelos contextos em que se inserem.

Apostada em criar um modelo metodológico mais estabilizado, a IDEO sistematizou esses princípios num "Kit de Ferramentas Design Centrado no Humano" (Brown, 2009), promovendo uma abordagem design enraizada na "empatia" e "colaboração iterativa." Este kit evoluiu para o foco atual da IDEO em "Design de Serviços Centrado no Humano," que interliga interações humanas, digitais e físicas com vista a forjar experiências abrangentes e continuamente aperfeiçoadas para o cliente, reconhecendo o "Design Thinking" e o "design de serviços" (Service Design) como elos vitais entre uma organização e seu público. Também no domínio de modelos centrados na sociedade e em métodos na órbita do Design Thinking, Manzini fundou em 2009 a DESIS, "uma rede de design comprometida com o fomento da Inovação Social e da sustentabilidade (Manzini, 2015). Por sua vez, Norman (2023) sente hoje, face aos desafios existenciais emergentes, a necessidade de promover um "Design Centrado na Humanidade", incutindo nos designers uma mentalidade aberta e focada na sustentabilidade em maior escala e no atendimento às necessidades da sociedade colaborando com populações, analisando sistemas integrados e cocriando, com enfoque sobretudo em intervenções de pequena escala.

O Design Centrado no Ser (DCS) acolhe grande parte das agendas e dos métodos das abordagens do Design Centrado no Humano e na Humanidade com vista ao esforço, cada vez mais exigente, de contribuir para um "mundo melhor" (Norman, 2023). Não obstante, a ontologia do DCS fundada numa ideia poética do design, como a que é promovida na Universidade de Aveiro (Providência 2012), obriga a destacar a vocação do designer como criador, pelo que se coloca a questão:

Como catalisar e melhor nos servirmos do potencial do desejo da ação criativa dos designers – e não designers – face aos desafios contemporâneos colocados pelas ameaças existenciais emergentes?

2.5. A necessidade de uma Perspetiva Situada no Ser

Ao apresentar o conceito de Design Centrado no Humano, Krippendorff (2005) sentiu a necessidade de esclarecer que não se trata de uma abordagem dualista, evitando a confusão com uma ideia de “humanismo, a fascinação cartesiana pelo espírito humano e uma preocupação com valores humanos, em contraste com o funcionamento da matéria”. Com efeito, os próprios termos “humano” e “humanidade” revelam uma essência antropocêntrica que desafia uma abordagem verdadeiramente integral, aberta e holística do design. Acresce que, tal como o Design Centrado no Utilizador, o Design Centrado no Humano deu origem a uma norma ISO (ISO/TR 16982:2002) correndo o risco, de se transformar numa nova forma de franchising, como tendeu para acontecer com o conceito de Design Thinking.

Como Providência (2012) alerta, as metodologias do Design Thinking e as heurísticas do ‘Design Centrado,’ representam o “primado da gestão,” substituindo-se à gestão e trazendo consigo o risco de nos afastarmos da longa tradição do Design e da Arquitetura como disciplinas fundamentalmente enraizadas na prática qualificada do desenho da projeção e do fazer. Nesse âmbito, alerta para a tendência de padronização e sistematização excessiva do processo de design, que resulta de um (e num) entendimento do designer mais no papel de gestor do que de criador. Para Providência este paradigma corre o risco de tornar o design num processo eminentemente burocrático, funcional, de otimização económica, em detrimento de ser um ato do desejo da criação (poiesis) e da produção cultural. Como contraponto, destaca o desenho como meio de investigação privilegiado para a “inovação poética” do design. Mas qualquer inovação poética, na perspetiva do Design Centrado no Ser, assim como o próprio desenho como ferramenta de inovação, devem estar orientados para a potenciação do Ser e da sua realidade situada.

A questão do ‘Ser’ também permite evocar a noção de “estética da existência,” revivida por Foucault (1986) durante os seus últimos estudos greco-romanos, onde salienta que para os gregos a filosofia era sobretudo encarada como uma ferramenta de questionamento da natureza e da existência com o propósito de melhorar a qualidade de vida social, na organização da pólis, e individual, através do “Cuidado de Si” (Epimeleia Heautou), mais de que uma busca por “verdades teóricas”.

Este panorama sugere conexões inerentes com a missão fundamental do Design em ‘projetar melhores existências e realidades’ – como expressa de diversas formas, designadamente por Papanek (1973), que desafia os designers a “desenhar para o mundo real” ou Norman (2023), 50 anos volvidos, apelando ao design para se concentrar em projetar “mundos melhores” face às cada vez mais prementes questões existenciais acima mencionadas.

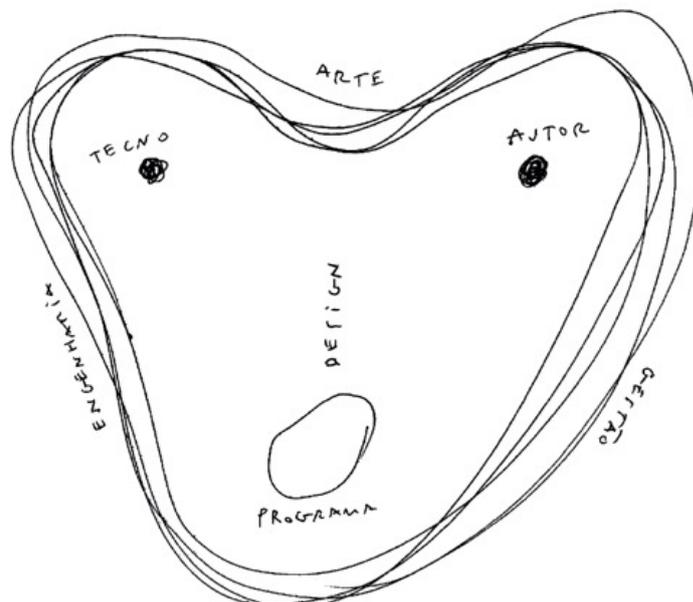
Sugere ainda a necessidade de situarmos ontologicamente a questão do sentido do “Ser” à luz da atualidade sob a perspetiva do Design.

3. O Modelo Conceptual do Design Centrado no Ser

3.1. Triângulo do Design de Providência: A Base da Pirâmide

A filosofia e a prática do ensino de design integrado, das quais germinam as ideias para o Design Centrado no Ser (DCS), estabeleceram-se na Universidade de Aveiro (UA), em 2003, quando os cursos de graduação em ‘Design Industrial’ e ‘Design de Comunicação’ do Departamento de Comunicação e Arte da UA foram unificados num programa integrado em ‘Design’ estruturado no modelo conceptual do ‘Triângulo do Design’ – tecnologia/autoria/programa – de Providência (2012).

Figura 1. ‘Triângulo do Design’ de Francisco Providência (2012)



Este triângulo (Figura 1) inspira-se na trindade greco-romana clássica de Vitruvius (Séc. I AC) para a Arquitetura: Firmitas, Venustas, Utilitas (Força, Beleza, Utilidade) reinterpretada, nessa sequência, nos três vértices do design:

(...) 'tecnologia' da sua construção, com todas as restrições e potencial plástico que isso implica; 'autoria' como o recurso, singular ou coletivo, que constitui o imperativo da cultura onde a beleza pode eventualmente ser produzida; e 'programa', ou seja, o propósito do objeto invocado pelo cliente e a sua expectativa funcional. (Providência 2012)

Providência (2012) posiciona o design como “desenho de artefactos para mediação cultural” e destaca os três princípios fundamentais: (1) do Desenho como o “principal meio para a criação, investigação, representação e inovação em design”, que culmina na (2) Poética do design, essencialmente entendido como atividade cultural e artística, em consonância com a ideias de “produção” (Hervorbringen) ou Poiesis em Heidegger (Pippo, 2000); e o (3) Desejo, como a principal força motriz do Design, em termos de conceção, produção e consumo.

Torna-se aqui importante admitir a dificuldade de uma definição abrangente e conclusiva de “design” uma vez que o próprio termo é polissêmico, não raras vezes mal compreendido ou entendido de modos distintos, em contextos culturais e/ou disciplinares diferentes. A palavra portuguesa “desígnio,” usada por Providência, também pode ser traduzida em inglês como “design.” No entanto, a sua raiz comum em “desenho,” fundamenta etimologicamente o argumento de Providência de que atividade de Design reside no desenho que se assume através do desejo de desenhar para produzir a beleza.

Importa também notar que o domínio do “Desenho” no design transcende o desenho de representação, não obstante a sua relevância como competência dos designers. Neste quadro, o Design centrado no Ser requer que o Desenho seja promovido e entendido como condição imanente do desejo de projetar – que se expressa através do designer, e cujo ato em si, em certas condições, se pode tornar numa experiência fenomenologicamente transcendental – e que revela o desejo da criação através e na direção de si próprio.

Esta invocação aberta do ‘desejo’ e respetiva súplica da ‘paixão’, fornecem um intenso ponto focal para um “espaço de poética”, horizonte que nos conduz a duas linhas de investigação crítica:

Como se define o limiar atual do ‘desejo’ para o Design e o designer? E, no âmbito do Design, qual é a atribuição atual sobre o significado de ‘Ser’?

3.2. Conceções Espinosianas para o Design

Providência (2012) argumenta que “O desejo como criador de valor não se funde na carência da necessidade, mas, pelo contrário, precede o seu objecto criando-o.” Esta conceção de desejo de Providência é fundamentada num escólio que se salienta da “Ética” de Espinosa: o desejo precede o julgamento, assim, é ele próprio criador e, enquanto perdura na consciência, gerador de valor, já que “não ... desejamos qualquer coisa porque a consideramos boa; mas, ao contrário, julgamos ... que uma coisa é boa porque tendemos para ela, porque a ... desejamos” (Espinosa, 1677)¹. Como nos recorda Providência, o design

... nasce historicamente do “disegno” (di-segno, de-signo), cujo significado atual é evidenciado pela intencionalidade do ‘desígnio’; o desenho também designa, formula, cria, representando o que ainda não é, dá assim forma ao desejo, transformando uma intenção numa intensidade. Em suma, o design é “desígnio,” mas também desejo. (Providência 2012)

O desejo, para Espinosa, é uma manifestação do conatus, que o filósofo define como a essência do ser, de se preservar na existência e aumentar a sua potência de agir. A conceção espinosiana de Providência do “desejo como criador de valor” permite conceber o desejo como força vital e destino final, com vista à potência de ser. Ou seja, mais como um ‘impulso criativo’ para que se cumpra pela ação, e menos como ‘problema’ ou ‘carência’ que este eventualmente (mas não necessariamente) provoca. Este facto apoia o alinhamento do Design Centrado no Ser com a conceção de design de Providência, assim entendido como um processo impulsionado pelo desejo, visando a qualificação poética dos modos de existência futuros.

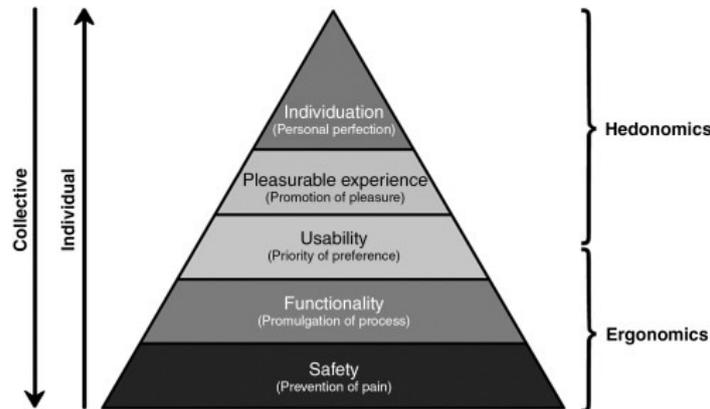
3.3. Da Ergonomia à Hedonomia

Importa aqui também considerar a dimensão da interação na prospeção da estrutura filosófica do Design Centrado no Ser para salientar distinções e correlações com noções análogas. Com efeito, o campo de estudos da Interação Humano-Computador trouxe-nos outra vertente da ergonomia, que se relaciona à cognição humana: a “ergonomia cognitiva,” fornecendo teorias e métodos para otimizar a carga cognitiva das interfaces bem como os processos mentais envolvidos na interação com sistemas digitais. Neste quadro Hancock et al. (2005) avançam com o conceito de ‘hedonomia’ (hedonomics) como uma abordagem complementar à ‘ergonomia’ (ergonomics). Enquanto a ergonomia (ortopédica e cognitiva) se concentra na prevenção da dor física e na minimização da

¹ “não apetecemos nem desejamos qualquer coisa porque a consideramos boa; mas, ao contrário, julgamos que uma coisa é boa porque tendemos para ela, porque a queremos, a apetecemos e desejamos” (Espinosa, Ética, esc. III PP IX).

disrupção cognitiva, a hedonomia dedica-se à potenciação do prazer e à criação de experiências humanas significativas e memoráveis. Estas duas vertentes, ergonomia e hedonomia, deverão, segundo Hancock, atuar de forma sinérgica, contribuindo para o bem-estar e satisfação dos utilizadores ao interagirem com sistemas e produtos. A este respeito os autores argumentam que o foco primordial e estrito nas ergonomias tradicionais da engenharia, orientadas para a pragmática e a função, negligencia oportunidades para que a tecnologia apoie o florescimento da identidade individual, autoexpressão, crescimento pessoal e realização das capacidades distintivas de cada pessoa. Atender à individualização significa reconhecer cada utilizador como uma pessoa completa e considerar as suas “aspirações individuais de autorrealização” (Maslow, 1943), e não apenas suas necessidades pragmáticas como um “utilizador genérico”, permitindo que a tecnologia e objetos projetados promovam melhor o desenvolvimento pessoal. Enquanto a ergonomia assume uma visão mediana do “utilizador humano,” a hedonomia reconhece a importância de acomodar as diferenças entre indivíduos, promovendo a subjetividade de experiências associadas ao prazer.

Figura 2. Modelo Hedonómico (Hancock et al 2005) baseado na 1ª versão da hierarquia de necessidades de Maslow



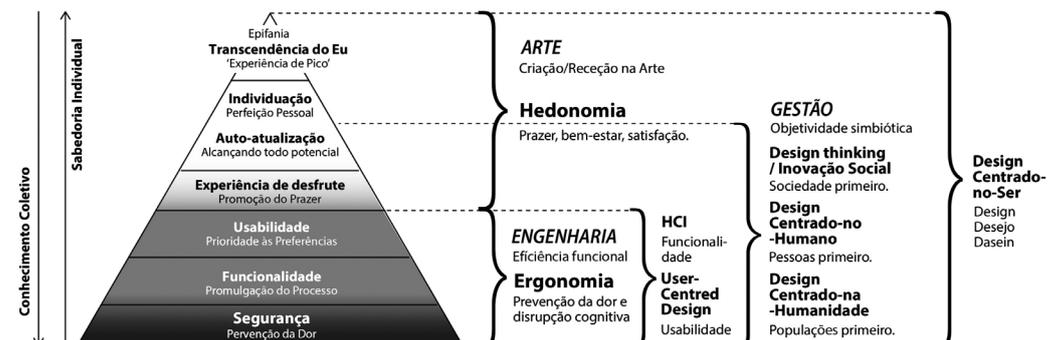
O modelo hedonómico de Hancock (Figura 2) relaciona-se com a hierarquia de necessidades de Maslow sugerindo que, supridas as necessidades básicas relacionadas com a usabilidade, a tecnologia deve proporcionar oportunidades para o auto-aperfeiçoamento, realização criativa e realização dos propósitos mais elevados (Hancock et al, 2005).

É relevante enfatizar aqui as virtudes, mas também as limitações da hierarquia de necessidades de Maslow. Ao aplicar à prática de design, Desmet e Fokkinga (2020) alertaram que o modelo, embora útil, não captura totalmente a complexidade e fluidez das necessidades humanas. Correspondentemente propõe uma tipologia menos hierárquica e mais granular, implicando que a satisfação das necessidades não segue uma ordem estrita e que as pessoas podem experimentar múltiplas necessidades simultaneamente ou alternar entre elas de maneiras não lineares.

Não obstante, é relevante atendermos ao que Maslow considerou ser o pico da realização humana. Com efeito, na primeira e mais disseminada “hierarquia de necessidades,” o pico corresponde à “autorrealização” (self-actualization), definida “como o desejo de se tornar mais do que alguém atualmente é, de se tornar tudo o que se é capaz de se tornar” (Maslow, 1943). Contudo, posteriormente, o psicólogo humanista sentiu a necessidade de ampliar sua hierarquia inicial, incorporando o conceito de “transcendência do eu” (self-transcendence) como componente do seu “modelo de desenvolvimento da experiência humana” (Maslow 1968).

Koltko-Rivera (2006) observa que “a inclusão da transcendência do eu na hierarquia de Maslow permite uma conceptualização mais detalhada da dimensão de cosmovisão de sentido da vida.” Portanto, “a autorrealização busca a realização do potencial pessoal” e “a transcendência do eu busca promover uma causa além do eu e experimentar uma comunhão além dos limites do eu por meio da experiência de pico”.

Figura 3. Modelo do Hedonómico de Hancock et al (2005) modificado, expandido e adaptado para o Design Centrado no Ser



As experiências de pico, relacionam-se com a “transcendência do eu” e tornam-se, assim, no derradeiro pico da hierarquia de necessidades de Maslow, e devem ser integradas no modelo hedonómico adaptado ao Design Centrado no Ser (Figura 3). Englobam sentimentos profundos de felicidade, significado e conexão, que Maslow (1964) descreve como momentos transientes de autorrealização intensa. Essas experiências podem ser efêmeras, mas deixam um impacto duradouro, caracterizado por um senso de realização e unidade com o Mundo.

3.4. Posicionamento e Estrutura do Design Centrado no Ser

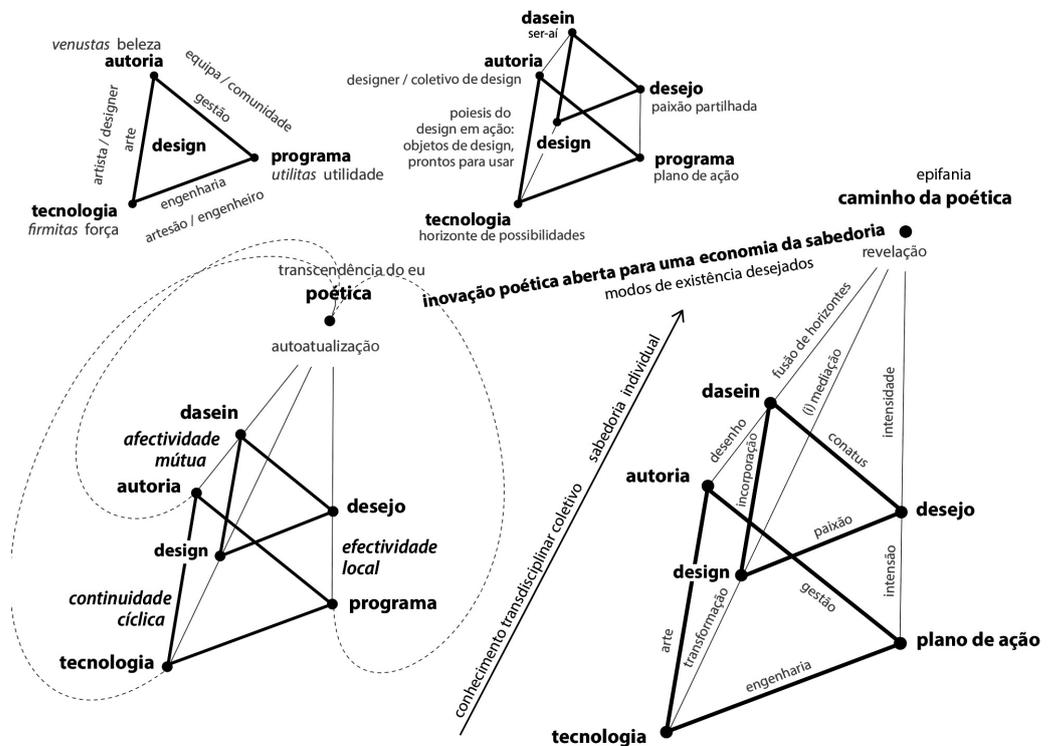
Em conformidade com as inferências apresentadas, busca-se agora situar o Design Centrado no Ser em relação aos seus vértices conceptuais especificamente considerando o Modelo Triangular de Providência como alicerce da constituição das linhas base de uma “pirâmide do design” com vista à sua ação no mundo (Poiesis e Utilitas). Chega-se, por conseguinte, à seguinte questão:

De que forma as dimensões humanas de “uso” e de “desejo” em relação aos “Objetos de Design” (concebidos como artefactos, experiências interativas e sistemas de mediação) se podem articular em alinhamento com o modelo triangular de Providência no quadro do Design Centrado-no-Ser?

O primeiro passo, neste caso (Figura 4), é apresentar e expandir o seu modelo para adicionar o ‘Onde’ e para ‘Quem’ o design desenha o destino do seu desejo: Que paixões e desejos partilhados, com vista a que paixão e desígnio em comum?

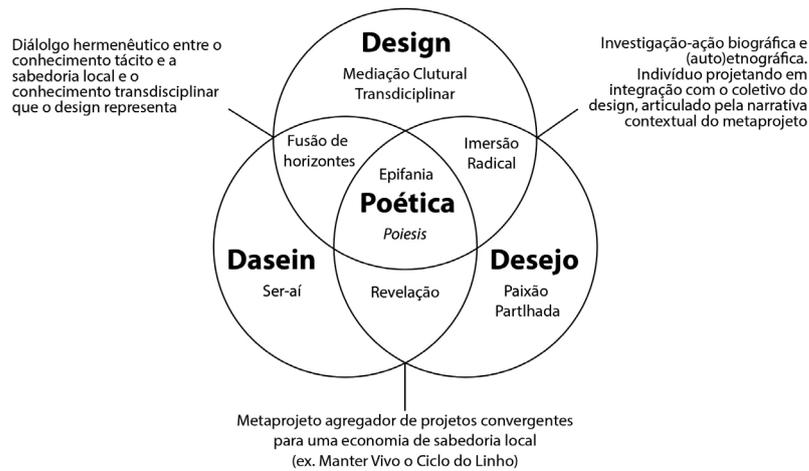
Nesse sentido, adiciona-se um novo triângulo ao de Providência, num plano que representa a ação no tempo da produção do design (Poiesis) e apropriação desses objetos desenhados, enquanto ‘usos’ humanos e respetiva produção de significado. O novo triângulo engloba, assim, os vértices do design (que significa também desenho da forma do artefacto), ‘Dasein’ e ‘Desejo’ e o alinhamento dos seus vértices segue as seguintes relações: Autor/Autoria > Dasein/Ser humano – a autoria e dimensão humana do processo; Tecnologia/Técnica > Design – a técnica e os meios tecnológicos que conformam pelo design em affordances desejáveis, úteis, usáveis, apropriáveis e incorporáveis, e Programa/Plano de Ação > Desejo – a correlação entre o programa da intervenção e o desejo natural de transformar e potenciar as condições da própria existência e bem estar; e do desejo que essa existência seja mais bela, mais poética e mais próxima da idealizada e co-idealizada, na prática oficial do design.

Figura 4. Conceptualização e posicionamento do modelo do Design Centrado no Ser estruturado sobre o ‘Triângulo do Design’ de Providência (2012)



3.5. Design Centrado no Ser – Projetando existências desejadas e paixões partilhadas com o Ser-aí

Figura 5. Modelo conceptual do Design Centrado-no-Ser



O “espaço de poética” para a criação (poiesis) e vivência do design (utilização e mediação) é o nexo para onde convergem os vértices Técnica-Design, Plano de Ação-Desejo, e Autor-Dasein (Figura 5). É metafórico e real pela prática do desenhar que re-significa, produzindo significados atualizados e fortalecendo narrativas contextuais, e expande o seu imaginário através das vivências e experiências partilhadas da prática e para além da prática.

Um espaço de poética é também aberto à reflexão crítica e especulativa. Nesse sentido, o Design Centrado no Ser (DCS) também se relaciona com o questionamento do “Design Especulativo” (Dunne & Raby, 2013) sobre paradigmas dominantes e abertura de possibilidades ontológicas alternativas. Enquanto o design especulativo ficciona através de artefactos para sondar cenários hipotéticos, o DCS faz uso da filosofia existencial e instrumentos fenomenográficos como ferramentas para examinar a existência e o devir. Buscam ambos vislumbrar ‘novos modos de existência’ que transcendam as atuais restrições e condições. A recusa de utilidade imediata do design especulativo ressoa no interesse do DCS pelas dimensões contemplativas, reflexivas e transformadoras. Ambas abordagens visam expandir o discurso sobre as implicações da técnica e mudanças sociais aspirando ultrapassar os atuais preconceitos por meio de uma reflexão crítica sobre os sistemas de crenças e valores dominantes, no processo de exploração de presentes alternativos e de futuros possíveis e desejáveis.

Um espaço de poética refere-se tanto à oficina da prática como o lugar do caminho (“dojo,” em japonês) da contemplação da vivência para a revelação da poiesis. Dentro destes espaços de poética, nas oficinas de design, os praticantes, em ciclos criativos próprios, especulam e revelam novas possibilidades (de objetos ou soluções que promovam melhores modos de existência) visualizando-as através do desenho e da prototipagem num exercício de reflexão e questionamento. O lugar do caminho da poética, é o processo da trajetória oficial de transformação da ideia em realidade – onde os pensamentos e desejos partilhados são materializados em resultados tangíveis através do ato de criação; onde os designers se envolvem com a comunidade local nos seus processos criativos, considerando a experiência da vivência, os desejos e as implicações mais amplas do seu trabalho para produzir resultados que ressoam a um nível mais profundo com o seu público: as comunidades de “utilizadores”, “clientes” e “partes interessadas”.

3.6. Fases da intervenção do Design Centrado no Ser

De acordo com o que inicialmente foi afirmado, considerando a experiência da prática intrinsecamente situada do DCS, uma intervenção eficaz assenta em três condições ou princípios essenciais: efetividade local (com impactos locais positivos sensíveis); afetividade mútua (entre designers, não designers e comunidades); e continuidade cíclica. Estes três fundamentos garantem a permanência da mediação do design e o estabelecimento temporal das quatro fases principais de envolvimento, que se repetem ciclicamente, podendo estar desfasadas entre os diversos participantes do processo:

- 1) Imersão – Uma “imersão radical em contexto” identificado de interface/mediação orientada pelo design. Aqui se inicia um processo de apropriação do lugar, por parte dos designers, e respetiva integração com a comunidade numa investigação-ação de carácter biográfico e (auto)etnográfico, iniciando-se assim uma reflexão sobre o sentido do ser a partir do espírito do lugar (genius loci);
- 2) Revelação – Esta fase relaciona-se com o levantamento das práticas sábias, culturalmente relevantes e demais potenciais positivos em paralelo com a prática oficial na criação de objetos com alto valor simbólico e significado contextual. Estes encontros são nutridos pela especulação crítica sobre novas existências desejadas entre designers e a comunidade (fusão de horizontes), iluminada pelo desenho e pela prototipagem de desejos partilhados;

- 3) Integração – O designer torna-se parte integrante da comunidade, atuando a partir de dentro, dela própria.
- 4) Evolução – Refere-se à fundação de uma Economia da Sabedoria local orientada para o bem estar, impulsionada pela mediação do design integrado, articulando os subprojetos relacionados, integrados na continuidade cíclica da intervenção do design: o metaprojeto (Moraes, 2010).

Particularmente nas fases de Integração e Evolução, a mediação do design assume um papel crucial para escalar e integrar-se num metaprojeto transdisciplinar (Nicolescu, 2012) com o programa de fundar ou (re)ativar uma Economia da Sabedoria local, o que exige encontros e integrações no coletivo de design entre diferentes disciplinas e áreas do conhecimento.

4. Resultados da investigação-ação

4.1. Ciclo do Linho de Castelões – revelando um novo desejo partilhado pela comunidade

A possibilidade de garantir a coexistência dos três princípios do DCS – afetividade, efetividade e continuidade – no projeto “O Ciclo do Linho de Castelões” (Fig. 5) permitiu obter um meio adequado para, subsequentemente, testar, validar e apurar os conceitos discutidos. O projeto, cujas etapas e resultados provisórios se apresentam, iniciou-se com uma “imersão radical em contexto,” que permanece em curso, no quadro de uma investigação etnográfica sobre o “novo com tradição.” Nessa investigação-ação o design passou a ter um ativo papel de mediação, tendo a vir a transformar positivamente a realidade da associação e das associadas (Menezes et al 2022). O papel de mediação do design integrado é necessariamente transversal porque se relaciona com os diversos agentes, e áreas científicas, disciplinas e especialidades do design que necessitem ser integradas no metaprojeto.

Figura 6. AmaCastelões: de 4+2 a 17+n’... Na segunda fila à esquerda, a designer Cristiane Menezes e a gestora Luciana Lopes com as quatro resilientes associadas da AmaCastelões em janeiro de 2021. À direita a nova oficina em Múceres, Castelões, com uma nova geração de artesãs. Ao centro, o logótipo desenhado por Cristiane. O desenho da flor do linho e das sementes em movimento perpétuo representa o ciclo eterno do linho. ‘Ama’ é o acrónimo da Associação das Mulheres Agricultoras (de Castelões), evocando o amor por Castelões, “sentimento indubitavelmente presente entre as associadas” (Menezes, et al 2022).



O contexto de intervenção selecionado é de natureza transdisciplinar, incorporando dimensões e características especialmente apropriadas: O Ciclo do Linho é uma antiga tradição de produção artesanal virtualmente extinta, mas que ainda perdura em Múceres e Castelões, duas pequenas aldeias situadas no sopé da serra do Caramulo (Tondela, Viseu, Portugal), devido à determinação e habilidade das senhoras filiadas na AmaCastelões (Associação das Mulheres Agricultoras de Castelões) (Figura 6). A urgência de uma mediação orientada pelo design neste contexto é mais evidente no quadro da sustentabilidade cultural, no que diz respeito à salvaguarda de uma tradição agrícola e dos respetivos processos, externalidades, socio-economia e cultura local. Esta dimensão revela a relevância do DESIGN no processo de preservação, valorização de um saber-fazer ancestral e promoção de modos de vida sustentáveis e de produção de artefactos para a mediação e qualificação da vivência. Mas também na criação do novo em diálogo profícuo com a tradição (Menezes, Branco, Dias, & Chatterjee, 2022, 2023). No entanto, o contexto da investigação também envolve a compreensão e a re ligação fenomenológica com a natureza, incluindo a terra e a biodiversidade circundante, os ciclos sazonais, os padrões climáticos locais e a morfogênese do próprio linho, do seu tecido e das suas aplicações. Aqui, evidencia-se a relevância para o DASEIN como experiência de imersão no lugar e reconhecimento da interconexão entre ser humano e natureza. Da mesma forma, o processo de divulgação implica o envolvimento e a participação extensiva da comunidade de prática, não só para desenvolver, em colaboração, meios de preservar e ativar os sistemas de conhecimento tradicional incorporados nos praticantes das oficinas de design, mas também para ouvir e aprender com as suas histórias e testemunhos pessoais, medos e sensibilidades, visões e aspirações. Neste aspeto, destaca-se a relevância do DESEJO como força criadora que impulsiona a ação transformadora e a busca de sentido. Estas facetas do contexto, ao serem abraçadas pela intervenção do design, transformam-no num espaço de poética, onde a criação e a partilha de significados se entrelaçam com a experiência vivida e a projeção de futuros modos de existência desejáveis.

Existem outras facetas da intervenção, pelo que é importante detalhar o que acima foi dito uma vez que enfatiza a importância da imersão no contexto e nas suas várias dimensões do Ser. Indica também por que razão é fundamental assegurar um período alargado de imersão: a investigação está atualmente a desenvolver-se com base em quatro anos de investigação-ação etnográfica (imersão radical em contexto). Com efeito, como consequência direta das várias iniciativas implementadas pela investigação, a base de prática aumentou de apenas 4 ancianas para 17 elementos de diversas gerações durante o período de intervenção. Em conjunto, foi encontrado um novo espaço mais qualificado para a associação continuar a desenvolver e a explorar criativamente a prática, assegurando simultaneamente a continuidade das relações tradicionais entre mestres e aprendizes e a transferência de conhecimentos entre gerações. Outros resultados incluem o desenvolvimento de um novo sistema de identidade mais significativo em termos territoriais, uma maior ligação com colaboradores externos tais como entidades governamentais e organizações sem fins lucrativos, instituições académicas e de investigação, comunidades estudantis, artistas e designers, entre outros, que representam diferentes contextos organizacionais, culturais, disciplinares e geracionais — assegurando assim o grau de transdisciplinaridade e diversidade circunstancial que exige e apoia esta iniciativa liderada pelo design.

4.2. Etapas da intervenção do Design Centrado-no-Ser para o Design do Desejo do Dasein

Identificadas as quatro fases de intervenção e enquadrado o contexto da imersão e da (i)mediação do design, o exemplo de uma implementação adequada de uma estratégia liderada por DCS sintetiza-se da seguinte forma:

I. 'Imersão': A fase inicial para uma 'imersão radical em contexto' começa com a vivência no lugar e uma recolha de dados através de meios etnográficos. Envolveu a compreensão das especificidades contextuais a partir do interior da comunidade. Este exercício foi fundamental para preparar o contexto para as fases seguintes da intervenção. Os resultados desta fase incluíram a documentação de elementos processuais, humanos, sociais e culturais da prática, tendo como principal resultado a promoção da confiança mútua e da inter-relação com a comunidade.

II. A 'Revelação' surge na e pela prática. A prática estabelece-se numa espiral iterativa com encontros entre o design e o ser-aí (neste caso, as artesãs e a comunidade envolvente) numa 'fusão de horizontes' continuada, cíclica e evolutiva entre a tradição e a inovação poética, com vista a uma Economia da Sabedoria local. A compreensão compartilhada dos desejos da comunidade, não é imposta ou sugerida pela investigação do design, mas emerge pela revelação conjunta do diálogo hermenêutico — iluminado e revelado pelo desenho do design. Exemplo disto é a oficina de desenho "Desenhar Castelões" (Menezes et al, 2022) (Figura 7), na qual, para revelar a identidade visual e a cultura características do território se integraram no processo estudantes de design para se envolverem com os membros da comunidade local, interpretando subsequentemente possibilidades, conceitos de representação e ideias de design através do desenho e discussões, as suas representações e significados. O exercício e a prática confirmaram que os desejos partilhados e aspiracionais (neste caso, a exploração da visualidade como forma de valor territorial) se baseiam em potenciais positivos e intensões positivas: como exemplo, o desejo de "manter vivo o ciclo do linho" em Castelões. No entanto, centrar-se predominantemente nas intenções positivas não significa que o design não deva abordar os problemas identificados no processo, mas sim organizá-los numa sequência de prioridades em torno da intenção positiva global que inspira e reforça o desejo de agir.

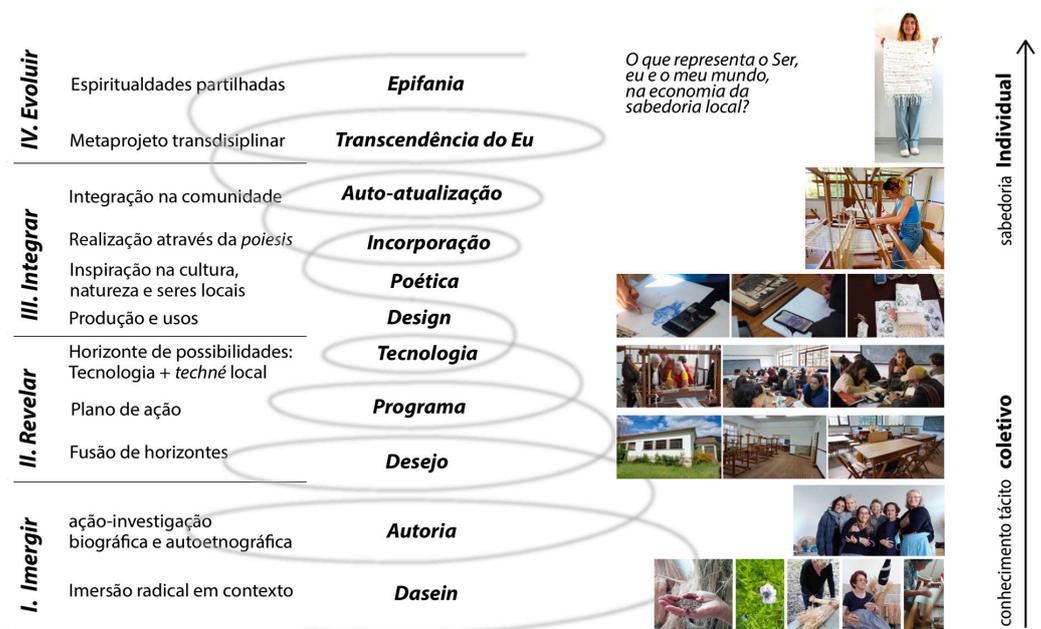
Figura 7. 1ª linha de imagens: Fruto dos esforços da investigação-ação, a antiga escola primária situada na aldeia de Múceres, é agora a sede e oficina da associação AmaCastelões, apresentando-se como um laboratório de produção e inovação do linho artesanal. 2ª e 3ª linha de imagens: o processo de uma "fusão de horizontes": Oficina de Desenho "Desenhar Castelões" em ação. (Menezes et al 2002)



III. Integração. Do ponto de vista da mediação, a ‘imersão radical’ até ao ponto de integração incluiu a vivência e o trabalho em proximidade com a comunidade da prática do linho artesanal e, criticamente, com a própria prática. O espectro de iniciativas empreendidas nas fases anteriores conduziu subsequentemente à fase de integração, na qual os investigadores se tornaram uma parte inseparável da comunidade, bem como de uma narrativa contextual. Isto implicou a transcendência da perspectiva individualista, de fora para dentro, dos investigadores para uma perspectiva sistémica, de dentro para fora, no entanto, com consequências para a sua individualidade. Durante esta fase, a mediação conseguiu obter resultados significativos, como a sementeira do linho realizada pela primeira vez após vários anos de interrupção, renascendo assim o ciclo integral de fabrico do linho artesanal na região. Também organizou e realizou residências artísticas de design em Castelões, no sentido de consolidar ligações produtivas com o sector criativo e a academia.

IV. Evolução – A sustentabilidade da mediação do design implica um processo situado de envolvimento com atores e partes interessadas, tais como organismos municipais, museus locais e instituições de formação profissional que, juntamente com a comunidade de prática, formam o núcleo de um “cluster.” A investigação prevê que este grupo evolua para o estabelecimento de um laboratório design (no território) permanente com base numa rede interligada de oficinas locais, cujo âmbito se pode expandir significativamente através da cooptação, da exploração colaborativa de complementaridades e da integração de outras disciplinas e intervenientes, gerando assim autonomamente projetos e empreendimentos transdisciplinares. O programa futuro deste esforço é antecipar e lançar as bases para uma nova economia local interligada como contemplada por Walker (2013) em “Design e Espiritualidade”, uma coprodução material e cultural com vista a uma “economia da sabedoria” local.

Figura 8. As quatro etapas da intervenção para o Design Centrado no Ser. A dinâmica da espiral representa as duas dimensões fundamentais da jornada biográfica e (auto)etnográfica: da imersão (de fora para dentro), enquanto foco no espírito do lugar até ao ponto da integração e consequente abertura do horizonte de possibilidades (de dentro para fora) para a evolução e transcendência do eu com vista a uma economia da sabedoria local



5. Notas finais

O Design Centrado-no-Ser (DCS) advoga uma abordagem que situa o seu questionamento e prática sobre o significado do Ser no centro do processo da sua própria conceptualização, a partir do lugar situado da sua existência. Busca catalisar os potenciais positivos e revelar o espírito do lugar onde atua, promovendo os modos de existência ativos existentes e recuperando outros culturalmente relevantes, apoiando e nutrindo-se das práticas sábias reveladas pelo processo de imersão radical. Neste âmbito, a academia desempenha um papel crucial no estabelecimento dos princípios de funcionamento do DCS, permitindo dotar os designers emergentes das mentalidades, competências e qualificações necessárias no sentido de participarem ativa e criticamente no estabelecimento de uma economia da sabedoria local. Dessa forma, as universidades, em cooperação com as instituições de ensino locais, poderão formar uma nova geração de designers reflexivos e sensíveis, juntamente com outros profissionais, que estarão prontos e motivados a abordar criativamente, através do seu trabalho, questões existenciais complexas de diferentes sectores e escalas. Esta perspetiva também se alinha com os fundamentos do design especulativo, explorando potencialidades e implicações futuras através da prospeção de cenários, da prototipagem e da experimentação. Para concretizar esta visão, propõe-se o estabelecimento de um laboratório de design para o território, através de rede interconectada de oficinas de design e artesanias, assim como de outras práticas, como por exemplo a permacultura, que podem funcionar, em conjunto com partes interessadas e autoridades locais, incluindo agências e empresas, como canais para o estabelecimento dessa Economia da Sabedoria. Esta colaboração pode também fomentar um ecossistema propício à materialização de ideias em que o design se transcende para passar de novo a ser visto

como um ato profundo de criação cultural e artística, mas também um processo capaz de transformar realidades.

Interligando-se com o Ser e o devir num espaço de poética, consolidando-o ainda mais, o design é concebido como uma área especializada na investigação, especulação e projeção de existências desejadas, através do desenho e prototipagem de artefactos ou sistemas. Também se define o design (integrado) como uma atividade holística e transdisciplinar, em que o conhecimento teórico é indissociável de uma prática de desenho qualificada acompanhada de uma forte mentalidade artística, filosófica, científica, especulativa e poética.

Neste horizonte, orientado pelo desejo de um desenho ativo para a realização paixão de ser-aí, o Design Centrado no Ser representa uma perspetiva promissora para reviver a atividade do design como ato profundo de criação, guiado pelo desejo de contribuir para existências mais belas. Qualquer existência idealizada nesta perspetiva situada será necessariamente revelada através de uma fusão de horizontes com os detentores e herdeiros das práticas sábias locais e as comunidades envolventes, perspetivando poder assim, em conjunto, lançar os fundamentos de uma economia da sabedoria local, sustentável, mais próspera e guiada pelo e para o tempo lento do bem estar.

6. Referências

- Adorno, T. W. (2008). *Teoria estética*. Edições 70.
- Albino, C. (2017). *À procura de práticas sábias: design e artesanato na significação dos territórios*. Coimbra: CEARTE - Centro de Formação Profissional do Artesanato, - 311 páginas.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. HarperCollins.
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston: Harvard Business School Press.
- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). *About face: The essentials of interaction design*. Wiley.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. (Jossey-Bass.).
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row.
- Damásio, A. (1995). *O Erro de Descartes*. Publicações Europa-América.
- Damásio, A. (2004). *Ao Encontro de Espinosa*. Temas e Debates.
- Deleuze, G. (1989). *Espinoza e os Signos*. Rés.
- Dias, N. (2011). *Do design de interação ao design da experiência tecnologicamente (l)mediada*. Aveiro, Portugal: Universidade de Aveiro.
- Dias, N. (2015). *Para um Design Centrado no Ser*. Em J. G. Rosa, Facetas e Aplicações do Design Centrado no Usuário. Rio de Janeiro: Rio Books.
- Dourish, P. (2001). *Where the Action is: The Foundations of Embodied Interaction*. MIT Press.
- Dunne, A., & Raby, F. (2013). *Speculative everything: design, fiction, and social dreaming*. Massachusetts Institute of Technology.
- Espinosa, B. (1992). *Ética*. Relógio D'Água.
- Foucault, M. (1986). *The Care of The Self – The History of Sexuality III*. New York: Vintage Books.
- Gadamer, H.-G. (1998). *Verdade e método: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica*. (F. P. Meurer, Ed., & F. P. Meurer, Trad.) Editora Vozes.
- Giacomin, J. (2014). *What is human centred design?* The Design Journal, pp. 606-623.
- Gibson, J. (1979). *The theory of affordances*. In *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin.
- Hancock, P., Pepe, A., & Murphy, L. (2005). *Hedonomics: The Power of Positive and Pleasurable Ergonomics*. Ergonomics in Design: The Quarterly of Human Factors Applications., 13.
- Harrison, S., Tatar, D., & Phoebe, S. (2007). *The three paradigms of HCI*. Conference: Alt. Chi. Session at the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
- Hegel, G. W. (2022). *Fenomenologia do Espírito*. Página a Página.
- Heidegger, M. (1977). *The question concerning technology, and other essays*. Harper & Row.
- Heidegger, M. (2009). *Ser e Tempo*. Vozes.
- INE. (2022). *Empresas em Portugal*. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística. Obtido de <https://www.ine.pt/>: <https://www.ine.pt/xurl/pub/15413305>
- ISO. (2002). ISO/TR 16982:2002(en) . *Ergonomics of human-system interaction – Usability methods supporting human-centred design*. ISO. Obtido em 28 de November de 2023, de ISO: <https://www.iso.org/standard/77520.html>
- João Branco, M. G. (2002). *De Aristóteles a Damásio: para uma retórica da interação*. Comunicar-te – revista de comunicação e arte, 99-103.
- Koltko-Rivera, M. E. (2006). *Rediscovering the Later Version of Maslow's Hierarchy of Needs: Self-Transcendence and Opportunities for Theory, Research, and Unification*. Review of General Psychology, Vol. 10, No. 4, pp. 302–317.
- Krippendorff, K. (2005). *The Semantic Turn – A New Foundation for Design*. CRC Press.
- Levinas, E. (1961). *Totality and infinity: An essay on exteriority*. Martinus Nijhoff Publishers.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs An Introduction to Design for Social Innovation*. The MIT Press.
- Maslow, A. (1943). *A Theory of Human Motivation*. Psychological Review, 50, pp. 370-396.
- Maslow, A. (1968). *Toward a Psychology of Being* (2nd edition ed.). Van Norstrand Reinhold.

- Maslow, A. (1994). *Religions, Values, and Peak-Experiences*. Penguin Publishing Group.
- Menezes, C., Branco, V., Dias, N., & Chatterjee, A. (2022). *Novo-com-tradição: O encontro entre o Design e a produção artesanal do linho em Castelões*. Revista dos encontros internacionais Ergotrip Design (6), 18-25.
- Menezes, C., Chatterjee, A., Dias, N., & Branco, V. (2023). *Convention versus Contemporaneity: The affordances of design-led mediation towards sustaining an ancestral cycle of linen making in Castelões, Portugal*. Em Cumulus Antwerp 2023: 12-15 April 20 (pp. p. 591-594). Academia Press eBooks.
- Merleau-Ponty, M. (1961). *Eye and Mind*. Em M. Merleau-Ponty, The primacy of perception: And other essays on phenomenological psychology, the philosophy of art, history, and politics (pp. 159-190). Northwestern University Press.
- Merleau-Ponty, M. (1962). *Phenomenology of perception*. Routledge & Kegan Paul.
- Moggridge, B. (2007). *Designing interaction*. MIT Press.
- Moraes, D. D. (2010). *Metaprojeto – O design do design*. São Paulo, Brasil: Blucher.
- Nicolesco, B. (2012). *The Transdisciplinary Evolution of the University Condition for Sustainable Development* *. Obtido de Le Centre International de Recherches et études Transdisciplinaires (CIRET): <https://ciret-transdisciplinarity.org/index.php>
- Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. Academic Press.
- Norman, D. (1988). *The psychology of everyday things*. Basic Books.
- Norman, D. (2005). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books.
- Norman, D. (2023). *Design for a Better World: Meaningful, Sustainable, Humanity Centered*. MIT Press.
- Nunes, J. (2016). *Agricultura Lusitana*. ADXTUR.
- Papanek, V. (1973). *Design For The Real World – Human Ecology and Social Change*. Bantan Books.
- Pine, J., & Gilmore, J. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business Press.
- Pippo, A. F. (2000). *The Concept of Poiesis in Heidegger's An Introduction to Metaphysics*. Thinking Fundamentals, IWM Junior Visiting Fellows Conferences, Vol. 9. Vienna.
- Providência, F. (2003). *Algo más que una hélice. Em Arte? Diseño?, nuevos capitulos en una polémica que viene de lejos* (Anna Calvera ed., pp. 195-213). GG Diseño.
- Providência, F. (2012). *Poeta, ou aquele que faz – a poética como inovação em Design*. Universidade de Aveiro, PhD.
- Reed, P. (2014). *Theory of Self-Transcendence*. Em M. J. Smith, & P. R. Liehr, Middle range theory for nursing (pp. 109-140). Springer Publishing Company, LLC.
- Russell, P., & Lyndon, B. (2020). *Humanity-Centred Design – defining the emerging paradigm in design education and practice*.
- Sartre, J. P. (1943). *Being and nothingness*. Gallimard.
- Seibt, J. (Winter de 2023). *Process Philosophy*. In E. N. Zalta & U. Nodelman (Eds.), The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2023 edition). Metaphysics Research Lab, Stanford University. Retrieved from. Obtido de <https://plato.stanford.edu/archives/win2023/entries/pro>
- Shedroff, N. (2001). *Experience Design*. Turtleback.
- Shneiderman, B., & Plaisant, C. (2005). *Designing the user interface: Strategies for effective human-computer interaction*. Pearson/Addison Wesley.
- Straus, C., & Fuad-Luke, A. (2008). *The Slow Design Principles. A new interrogative and reflexive tool for design research and practice*. Changing the Change Design, Visions, Proposals and Tools Proceedings.
- Svanæs, D. (2013). *Interaction design for and with the lived body: Some implications of Merleau-Ponty's phenomenology*. ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI), 20(1), pp. Article 8 1-30.
- United Nations. (2019). *Global Sustainable Development Report 2019: The future is now – Science for achieving sustainable development*. United Nations. UN. Obtido de https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/24797GSDR_report_2019.pdf
- Walker, S. (2013). *Design and Spirituality: Material Culture for a Wisdom Economy*. Design Issues, 29 (3), 89–10. Obtido em 5 de 10 de 2023
- Watts, M. (2001). *Heidegger: A Beginner's Guide*. (H. & Stoughton, Ed.) London: Hodder & Stoughton.
- Winograd, T., & Flores, f. (1986). *Understanding Computers and Cognition: A New Foundation for Design*. Ablex Publishing.
- Zimmerman, M. E. (1990). *Heidegger's confrontation with modernity: Technology, politics, and art*. Indiana University Press.

