



Foto: Philips

Simona Rocchi

Quando a produção coletiva toma forma

por Júlia Andrade

Atuando em setores como saúde, iluminação e consumo, a multinacional Philips tem como objetivo tornar-se, em 2015, líder global em saúde e bem-estar. Para isso, a marca tem buscado uma aproximação com a realidade das pessoas, para compreender o dia a dia delas e seus problemas. Além disso, a empresa tem investido no compromisso de fornecer, cada vez mais, soluções sustentáveis para o mundo.

E a sustentabilidade é um dos maiores valores que a Philips procura quando se trata de inovação. Nesse quesito, a responsável é Simona Rocchi, diretora de Inovações e Estudos de Design para Sustentabilidade da empresa. Ela leva em seu currículo diversas ações de impacto ao longo do mundo, principalmente em áreas de grandes populações, como Índia e China. Em entre-

vista exclusiva à Revista iDeia, Rocchi mostra que essas ações e resultados só são possíveis por serem fruto de um pensamento coletivo. Segundo ela, somente através da junção de ideias e valores que cada pessoa leva consigo, é possível inovar e criar.

Com dois mestrados, um em Arquitetura e outro em Gestão Política, Simona é doutora em Produção Limpa, Produtos Limpos e Sustentabilidade. Em seu trabalho, mostra as aplicações do design, não apenas na criação de algo que facilite a vida das pessoas, mas também na melhoria da qualidade de vida e na criação de soluções ambientais e sociais.

Apesar de ainda não ter o Brasil em seus planos, a diretora se mostra esperançosa de trabalhar um dia por aqui. Enquanto isso, seu legado em outros países gera muita admiração.

Revista iDeia: Você está trabalhando em algum novo projeto?

Simona Rocchi: Em uma sociedade que está voltada para questões socioeconômicas e ambientais cada vez mais complexas e interligadas, o design tem desempenhado um papel fundamental no desenvolvimento de inovações.

De modo geral, o design é muitas vezes associado ao luxo da criação de belas formas, mas o poder que ele exerce nos dias de hoje vai além da estética. Ele pode traduzir potencialidades tecnológicas, além de respostas eficazes às necessidades das pessoas. No entanto, o tamanho e a complexidade dos dilemas atuais exigem respostas adequadas e eficazes, que não sejam pensadas de forma isolada.

Atualmente, o processo do design lida com uma enorme quantidade de conhecimento e, às vezes, com o conflito

de necessidades. Com isso, o valor de um projeto não pode ser associado apenas a um resultado final, mas à convergência coletiva de diferentes interesses no processo criativo. O termo design desempenha um papel crucial na criação de valor. Para fornecer respostas significativas para a sociedade, o design facilita o processo de criação, no qual as partes interessadas, com conhecimentos complementares, deverão unir forças para resolver questões complexas, em um processo contínuo de criação conjunta.

Ri: Como você aplica estratégias do design nas atividades que desenvolve para a Philips?

SR: O design é parte integral de todo o processo de criação de valor para os negócios da nossa empresa. Ele contribui para a identificação de espaços; desenvolvimento de novos negócios; definição dos objetivos propostos e

para o aproveitamento das oportunidades de mercados já existentes ou emergentes.

Nossa equipe de design global inclui uma variedade de capacidades: designers de produto; de interação; de comunicação e web, bem como pesquisadores. Também temos analistas de tendências visuais e especialistas sócio-culturais, que trabalham em conjunto com os especialistas em negócios e tecnologia, em projetos multidisciplinares, dando início ao processo de criação de valor.

Ri: Como é o trabalho de cocriação do design dentro das atividades que você desenvolve para a Philips?

SR: No processo criativo, devemos pensar que cada pessoa traz sua própria experiência e objetivos, e os designers podem orientar a cocriação de visões e soluções que irão refletir nos bene-

Problema: situação de uso dos fogões antigo



Estrutura do Fogão Chulha



Fotos: Philips

Novo contexto de utilização





Reunião de avaliação do problema

fícios compartilhados. Na verdade, a facilitação do projeto pode ocorrer em diferentes fases da criação coletiva. Designers podem ajudar na fase inicial de inovação, orientando o que chamamos de brainstorming entre os vários interessados. Numa fase posterior, durante o codesenvolvimento de soluções, os designers podem facilitar o compartilhamento do aprendizado de cada parte envolvida, aumentando a chance de entrega de uma proposta inovadora ao mercado. Do meu ponto de vista, ao ouvirmos várias "vozes" e equilibrarmos as partes envolvidas, podemos, através da cocriação de respostas, ajudar a ativar um processo mais democrático em uma escala global e também local, permitindo o florescimento de empresas mais inclusivas.

Ri: De todos os projetos que você desenvolveu até agora, qual você citaria como o mais marcante de sua carreira?

SR: Posso destacar uma das primeiras experiências em que tive a oportunidade de aplicar totalmente a abordagem de codesign. Trata-se do projeto 'Low - SmokeChulha', (parte do nosso "Design for Empowerment" initiatives"). Ele tem como objetivo a criação de soluções humanitárias para questões socioambientais, que afetam comunidades de baixa renda em lugares carentes.

Nesse caso, tínhamos como objetivo desenvolver um fogão de baixo custo, capaz de combater doenças e mortes causadas pela poluição das cozinhas, por causa do uso de combustível de



Instrução para fabricação do fogão Chulha

biomassa, em fogo aberto. O projeto foi feito em parceria com colegas indianos, que têm trabalhado em conjunto com organizações, ONGs, artesãos, grupos de autoajuda a mulheres e usuários de fogões. Buscamos definir uma maneira fácil de criar uma solução de baixo custo, que pudesse ter uma produção local, garantindo segurança e eficiência nas cozinhas da Índia rural. Por meio de um processo interativo de diálogo, codesign e codesenvolvimento, criamos um fogão de baixa emissão de fumaça, para acomodar hábitos culinários locais de comunidades indianas rurais e semiurbanas.

Desde o início, em 2007, nossas ambições iam muito além de apenas dar um fogão acessível para pessoas de

baixa renda. Queríamos capacitar comunidades locais para produzir e distribuir seus próprios fogões, impulsionando, assim, o desenvolvimento sócio-econômico local. Para isso, foi feita uma abordagem interativa e um guia de treinamento, com todas as informações necessárias. Atualmente, o material é utilizado por ONG's que selecionam e treinam potenciais empresários a fabricar e instalar esses fogões nas áreas rurais.

O que traz importância a tudo isso são as mentes criativas, o esforço coletivo e o design verdadeiramente colaborativo, que permitiu que o projeto fosse utilizado não só na Índia, mas em outros países com hábitos semelhantes.

Ri: Qual é o papel específico que os designers desenvolvem, hoje em dia, em termos de inovação?

SR: Designers estão se tornando facilitadores de um pensamento criativo coletivo e são fundamentais para a integração de diferentes saberes, conhecimentos e percepções locais em torno de questões específicas, em contextos específicos. Ao fazerem isso, eles podem ajudar a criar visões comuns e soluções capazes de trazer benefícios, compartilhando-as com todas as partes envolvidas.

Diante das atuais mudanças que têm ocorrido no paradigma do design, os profissionais estão assumindo novas funções e estão experimentando novas práticas da profissão. Os designers do passado poderiam ter uma visão individualista, para moldar funcionalidades e criar belas formas e experiências. Hoje, eles são confrontados com mercados complexos – grandes dilemas da sociedade – e necessidades não satisfeitas. Por isso, os designers não podem mais atuar isoladamente, pois precisam de “inspiração”, e ela vem de contextos da vida real e de experiências. Designers precisam de acesso à “informação”, e essa vem da mistura e combinação de uma variedade de competências. Nessa perspectiva, os designers estão se tornando facilitadores de um processo criativo coletivo, profissionais fundamentais para a integração de diferentes saberes e conhecimentos locais, em torno de questões de contextos específicos.



Apresentação do projeto Chulha

Ri: Em sua opinião, qual é a relação entre design e novas tecnologias?

SR: A inovação tecnológica está superando o que imaginamos ser possível hoje. No entanto, as novas tecnologias são, muitas vezes, confrontadas com questões de viabilidade econômica, bem como a viabilidade sócio-cultural, o que dificulta o processo de chegada das novas tecnologias ao público. Não temos dúvidas que a inovação tecnológica tem o potencial de resolver muitos problemas ambientais e sociais, mas estas inovações só podem tornar-se verdadeiramente eficazes se alcançarem e servirem às pessoas. É aí que entra o design, pois ele pode ajudar novas tecnologias emergentes, otimizando seu impacto positivo na sociedade, através da redução da diferença entre o que é tecnologicamente possível, e o que é sócio-culturalmente viável. Em outras palavras, o design pode proporcionar um novo significado social e cultural para tecnologias que foram desenvolvidas com outras aplicações, criando novas possibilidades, que podem ser mais viáveis e práticas.

Ri: Qual é sua definição de design sustentável?

SR: O termo 'design sustentável' está associado a várias interpretações diferentes. Isso ocorre porque o significado e o foco da sustentabilidade têm mudado ao longo do tempo. Inicialmente, sustentabilidade estava direcionada a questões locais. Ainda não tínhamos ameaças globais relacionadas ao esgotamento de recursos naturais ou mudanças climáticas, por exemplo. Hoje, a sustentabilidade se depara com o desafio social e ético, de tentar melhorar a vida de 90% da população. Mudou-se o foco e a escala dos problemas, mudando também os desafios do que chamamos de sustentabilidade.

O design pode ser sustentável em diversos quesitos, como, por exemplo, para minimizar o impacto ambiental de um produto ou serviço, ao longo de seu ciclo de vida - o que chamamos de 'Ecodesign'. Nesse caso, o objetivo é melhorar o desempenho dos produtos em fase de distribuição, utilização, eliminação ou reciclagem. Esse tipo de ação é necessária, porém não é suficiente.

Por isso, o design sustentável deve buscar debates em diferentes ângulos, o que nos leva a questionar o mercado atual. Devemos nos perguntar por que as pessoas precisam da melhor geladeira ou do melhor carro? As respostas podem desafiar as formas tradicionais de produção e consumo e chegar à soluções inovadoras. Mas, para isso, é necessário um equilíbrio das exigências econômicas, ambientais, sociais e pessoais. Ser sustentável é, obviamente, um caminho difícil, pois gera implicações que vão além da esfera do design, mas a criatividade, o pensamento holístico e as ferramentas de design para orientar os projetos de cocriação podem estimular e apoiar essas mudanças em nossa sociedade.