

GESTÃO DO DESIGN EM MANAUS:
uma análise qualitativa baseada em grupo focal
com profissionais da cidade

*Ana Clara Almeida e Silva Bouzon¹, Franciane da Silva Falcão²
e Claudete Barbosa Ruschival³.*

RESUMO

O uso da Gestão do Design, campo de estudo que faz o planejamento da aplicação dos recursos disponíveis de design para que uma organização atinja seus objetivos estratégicos, ainda é uma discussão latente no contexto do mercado manauara. O presente artigo analisa como o design tem sido estrategicamente aplicado na cidade de Manaus, a partir de uma sessão-piloto de grupo focal com profissionais locais que atuam na área de design de forma direta ou indireta. A pesquisa foi elaborada em duas fases: (I) levantamento bibliográfico e (II) levantamento de campo, sendo um estudo de caráter qualitativo, exploratório e aplicado. Como resultados, obteve-se, por meio da análise da percepção dos participantes do grupo focal, a identificação dos principais desafios para o uso da gestão do design no contexto da capital amazonense, além de recomendações para a aplicação da técnica de grupo focal em estudos futuros sobre esta temática.

Palavras-chave: Design Estratégico; Gestão do Design; Grupo Focal; Manaus.

¹ Universidade Federal do Amazonas. ana.bouzon@ufam.edu.br, ORCID: [0009-0003-2903-575X](https://orcid.org/0009-0003-2903-575X)

² Universidade Federal do Amazonas. francifalcao@ufam.edu.br, ORCID: [0000-0002-2910-807X](https://orcid.org/0000-0002-2910-807X)

³ Universidade Federal do Amazonas. claudete@ufam.edu.br, ORCID: [0000-0001-5686-3209](https://orcid.org/0000-0001-5686-3209)

DESIGN MANAGEMENT IN MANAUS:
a qualitative analysis based on a focus group
with the city's professionals

ABSTRACT

The use of Design Management, a field of study that plans the application of an organization's available design resources so that it can achieve its strategic objectives, is still a latent discussion in the context of Manaus' market. This article analyzes how design has been strategically applied in the city of Manaus, based on a pilot focus group session with local professionals who work in the design field directly or indirectly. The research was carried out in two phases: (I) bibliographic survey and (II) field survey, being a qualitative, exploratory and applied study. As a result, through the analysis of the perception of the focus group participants, the identification of the main challenges for the use of design management in the context of the capital of Amazonas was obtained, as well as recommendations for the application of the focus group technique in future studies on this topic.

Keywords: Strategic Design; Design Management; Focus Group; Manaus.

1. INTRODUÇÃO

Conforme a World Design Organization (WDO), conselho internacional não-governamental de sociedades de design, o design pode ser definido como um processo estratégico de resolução de problemas que impulsiona a inovação, constrói sucesso empresarial e conduz a uma melhor qualidade de vida por meio de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadoras. Ora, se o design, enquanto um campo multidisciplinar, colabora para o sucesso empresarial em tantas instâncias, “não falar do design e o seu papel fundamental nas empresas revela falta de conhecimento da realidade” (Bonsiepe, 1997, p. 21). Esta ideia é o motivo pelo qual se justifica a proposição deste estudo: explorar as contribuições do design para o setor empresarial, público e privado, centrado na cidade de Manaus, capital do estado do Amazonas.

Com essa discussão, distancia-se do pensamento amplamente propagado de que a atividade de design se preocupa exclusivamente com a atribuição de propriedades estéticas-formais no desenvolvimento de produtos, e, na mesma medida, aproxima-se do pensamento gerencial, ou de gestão do design, que por sua vez, segundo Mozota, Klopsch e Xavier (2011, p. 95), trata-se da “coordenação dos recursos de design em todos os níveis da atividade corporativa para atingir seus objetivos”.

Entende-se, assim, que o design e a gestão se relacionam por estarem igualmente orientados para a resolução de problemas de forma sistêmica e coordenada (Martins, 2004; Mozota, Klopsch e Xavier, 2011). De tal forma, a gestão do design, cujo desenvolvimento se deu na Grã-Bretanha na década de 60 (Mozota, Klopsch e Xavier, 2011), ocupa-se com o gerenciamento e com a distribuição dos recursos de design disponíveis para uma organização, de modo que esta atinja seus objetivos traçados anteriormente e sobreviva no mercado. Isto é, diz respeito à utilização do design enquanto valor estratégico na obtenção de vantagem competitiva, com base no enfoque em custo ou em diferenciação (Porter, 1999).

Têm-se que, com base em um planejamento estratégico, o design pode agregar um valor percebido aos produtos e serviços de uma empresa. Para Bonsiepe (1997), a gestão do design se manifesta nos produtos em relação ao cuidado com os seguintes aspectos: concepção; controle de qualidade, como acabamento; e a estética-formal. Já Mozota, Klopsch e Xavier

(2011) entendem que a gestão do design tem a capacidade de identificar diversos outros aspectos com os quais o design pode contribuir para agregar valor aos produtos e serviços de uma empresa.

Dentre as diferentes formas de atuação da gestão do design para trazer inovação, é possível que o diferencial de uma empresa seja por meio da estética-formal dos produtos, como colocado por Bonsiepe (1997), por meio do gerenciamento de todos os recursos de que o design dispõe dentro da empresa para atingir o nível de estética desejado. Neste caso, o valor agregado que os consumidores percebem no produto, em relação aos concorrentes dentro de um mesmo mercado, é o da estética. Cabe esclarecer que não é somente a utilização do design pelo design, e sim, uma utilização planejada do design.

Entretanto, embora existam estudos no campo teórico acerca das formas de integração do design às organizações, observam-se limitações e complexidades para que isso ocorra no campo prático, como discutem Mozota, Klopsch e Xavier (2011). Um dos motivos para tal, exemplificado por Bonsiepe (1997), é a falta de compreensão do design dentro da empresa, o que ocorre somente com a presença de um designer ou de um profissional familiarizado com o design em posição gerencial. De forma similar, a pesquisa de Vaz e Filho (2024, p. 201) revela que “faltam empresários que acreditem no designer como profissional capaz de agregar valor aos produtos, aos serviços e à própria empresa”.

Nesse sentido, percebe-se ainda uma lacuna no entendimento de como os conhecimentos em gestão do design podem contribuir com políticas não somente internas às empresas, como também externas: tem sido discutida a gestão do design relacionada com outros campos, como a economia, as políticas públicas, o desenvolvimento de cidades e a valorização de culturas locais. Sobre isso, tanto Bonsiepe (1997) quanto Mozota, Klopsch e Xavier (2011) comentam que o design desempenha um papel importante na modernização da indústria e da economia.

Santos, Figueiredo e Merino (2013), por exemplo, aliam o campo ao artesanato na promoção da cultura local de comunidades criativas, enquanto Ramos, Merino e Triska (2018) apontam para a colaboração da gestão do design na preservação de identidades locais, no caso de um mercado público. Em paralelo, tanto na pesquisa de Daros e Kistmann (2016) quanto na de Lopes e Kistmann (2019) foi demonstrado que a integração da gestão do design parece

determinante para o sucesso de projetos voltados para a melhoria da qualidade de vida das populações de cidades.

Sobre isso, têm-se ainda o caso de Manaus, cujo primeiro curso de graduação em Design, pertencente à Universidade Federal do Amazonas (Ufam), foi iniciado em 1988 com o objetivo de capacitar profissionais de design para atender às demandas do polo industrial da cidade no desenvolvimento de produtos regionais, embora isso não tenha se concretizado conforme esperado, segundo Braga, Ruschival e Mota (2014). Mesmo assim, os designers formados pela instituição possuem conhecimento multidisciplinar, em especial sobre as particularidades da região amazônica e da cultura local, para trabalhar em diversos setores produtivos (Braga, Ruschival e Mota, 2014). Por isso, são profissionais capazes de atuar com o design de forma ampla na cidade. Entretanto, como revelado por Vaz e Filho (2024, p. 195), a maior parte dos egressos do curso afirmam que “a sociedade amazonense e manauara não sabe a área de atuação e as atividades que o profissional designer exerce”, o que possivelmente dificulta sua atividade no fomento da economia, da indústria e do mercado locais.

Na cidade de Manaus, portanto, existem profissionais capacitados para lidar com o design nas organizações na teoria. Contudo, a partir do observado na literatura sobre a gestão do design na prática não só no Brasil, como na capital amazonense, suscitou-se a seguinte questão da pesquisa: dentro do mercado de Manaus, existe um entendimento do que é a gestão do design, ou seja, existe uma efetiva utilização dos atributos de design pelas organizações locais?

Tendo em consideração que o design traz diversos atributos por meio de suas diferentes formas de abordagem (design de moda, design de embalagem, ecodesign, design UX etc.), o objetivo principal do artigo é investigar preliminarmente como profissionais atuantes em diferentes setores de Manaus percebem o uso da gestão do design e do design estratégico na cidade por meio de um grupo focal. Têm-se em conta, ainda, a pequena quantidade de estudos encontrados que exploram este tema no contexto manauara e cujos resultados poderiam ser empregados para contribuir com o desenvolvimento da cidade sob o olhar do design, visto que Manaus possui 137 mil empresas ativas, segundo dados de 2024 da Junta Comercial do Amazonas (Jucea).

O artigo se encontra dividido em 5 seções, sendo estas: **Introdução**, na qual se contextualiza os temas abordados na pesquisa; **Metodologia**, para a exposição dos procedimentos adotados para a realização do grupo focal; **Resultados e Discussão**, onde se discutem as descobertas do grupo focal; e finalmente, **Conclusão**, com as reflexões da pesquisa e a proposição de estudos futuros.

2. METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de profundidade exploratória, pois busca proporcionar, inicialmente, uma maior contextualização acerca de um tema, e de finalidade aplicada, pois visa aplicar os conhecimentos então adquiridos em uma situação específica (Gil, 2018). Quanto à natureza, é considerada qualitativa, visto que se propõe a interpretar os dados subjetivamente (Appolinário, 2022). Com relação aos procedimentos técnicos, realizou-se um levantamento bibliográfico e um levantamento de campo, por meio da aplicação da técnica de grupo focal com profissionais de diversas áreas atuantes na cidade de Manaus, capital do estado do Amazonas, no Brasil.

Os procedimentos técnicos foram divididos em duas fases: (I) bibliográfica — a fim de realizar uma revisão teórica sobre os conceitos relacionados à Gestão do design; e (II) de campo — para realizar um grupo focal a partir das referências obtidas na fase anterior. A descrição das etapas de cada fase se encontra a seguir.

2.1. Fase I: Bibliográfica

A fase bibliográfica foi desenvolvida para obter maior familiaridade sobre a temática Gestão do Design e seus conceitos relacionados, tendo em vista a necessidade de entender quais tópicos têm sido abordados sobre esta questão, e assim, auxiliar na estruturação do roteiro do grupo focal feito posteriormente.

Para a exploração do tema, fez-se uma revisão narrativa na qual foram utilizados livros de autores bem-conceituados na área e dissertações, teses e artigos científicos encontrados por meio de uma busca assistemática nas bases do Portal Periódico CAPES (Cafe), do Google Acadêmico, do Redalyc e do SciELO, a partir de termos similares entre si, nas línguas portuguesa e inglesa, como: “gestão do design”, “gestão do design”, “design estratégico”,

“design management” e “strategic design”. O resultado, tanto da análise quanto da síntese de tais fontes, pode ser observado na **Introdução**, nos **Resultados** e na **Discussão** deste artigo.

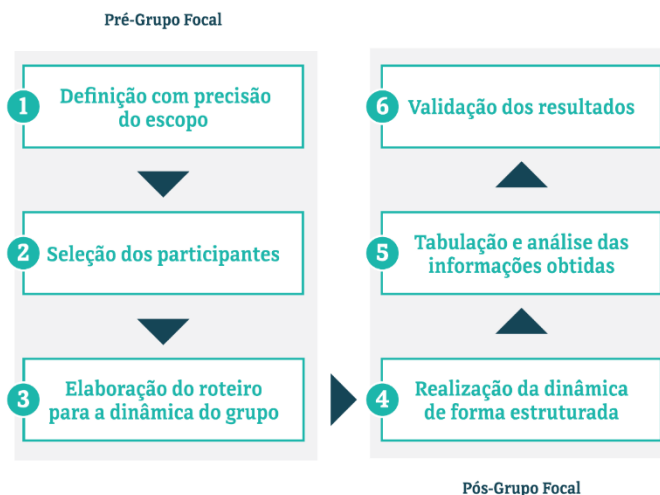
2.2. Fase II: De Campo

A fase de campo foi desenvolvida tendo em vista a necessidade de se suscitar reflexões acerca da gestão do design e da aplicação do design enquanto estratégia na cidade de Manaus a partir de uma visão empresarial. Para tal, procedeu-se com a aplicação de um grupo de foco como técnica de coleta de dados provindos dos sujeitos humanos, visto que a técnica se demonstra fundamental em pesquisas exploratórias, pois propicia um maior fluxo, riqueza e flexibilidade de dados em um curto espaço de tempo (Santa Rosa e Moraes, 2012), e pode ser utilizada para, posteriormente, formular questões mais precisas na investigação de um tema (Trad, 2009).

O grupo focal consiste em uma técnica qualitativa de obtenção de dados a partir da discussão entre um grupo de pessoas sobre determinado assunto, cujos tópicos foram estabelecidos previamente em um roteiro semiestruturado, em um tempo limitado (Freitas, Waechter e Coutinho, 2016; Santa Rosa e Moraes, 2012). O objetivo de um grupo focal é, para Santa Rosa e Moraes (2012, p. 38), “extrair de atitudes e respostas dos participantes, sentimentos, crenças e opiniões a respeito do objeto estudado na pesquisa”, sendo o objeto de estudo, neste caso, a gestão do design em Manaus.

A aplicação do grupo focal nesta pesquisa se configura como um teste-piloto para a realização de demais sessões em outro momento, visto que o debate sobre a problemática abordada no artigo ainda é latente. A metodologia seguida para a realização da técnica, conforme Santa Rosa e Moraes (2012), encontra-se ilustrada abaixo (Figura 1), com a descrição dos procedimentos adotados para cada etapa em seguida.

Figura 1 — Metodologia de Grupo Focal



Fonte: Adaptado de Santa Rosa e Moraes (2012).

a) Definição com precisão do escopo

Etapa em que se definiu o objetivo geral do grupo focal: identificar as perspectivas dos participantes em relação à aplicação da gestão do design e do recursos de design de forma estratégica em Manaus.

b) Seleção dos participantes

Conforme Gui (2003) e Freitas, Waechter e Coutinho (2016), a escolha dos participantes deve ser feita de acordo com o objetivo do grupo focal, e por isso, não é aleatória. Nesta etapa, definiu-se a amostra, não probabilística e intencional, composta por designers, arquitetos, urbanistas, gestores de empresas de tecnologia, representantes do setor público e membros da comunidade manauara que atuam na cidade, a partir de uma população de profissionais que trabalham de modo direto ou indireto com design na capital amazonense. Dessa forma, os critérios de inclusão de participantes foram os seguintes: **a)** diversidade de áreas de atuação na cidade; **b)** atuação direta ou indireta com design ou com profissionais de design; e **c)** engajamento com a cidade de Manaus. No **Quadro 1**, têm-se a caracterização dos participantes do grupo focal, sendo resguardadas suas identidades:

Quadro 1 - Caracterização dos participantes do grupo focal

PARTICIPANTE	FORMAÇÃO	CARGO	TEMPO DE ATUAÇÃO
Participante A	Bacharel em Comunicação Social	Docente universitário	16 anos
Participante B	Bacharel em Design	Especialista de projetos	20 anos
Participante C	Bacharela em Desenho Industrial	Designer	13 anos

Fonte: As autoras (2024).

Mesmo com uma pequena amostra têm-se uma diversidade entre os setores de atuação na cidade dos participantes. Como recomendado por Santa Rosa e Moraes (2012), o convite para participação foi enviado com antecedência para 10 pessoas, mais do que o número ideal de participantes, junto com uma explicação acerca do objetivo da discussão. O convite foi aceito por 5 pessoas, entretanto, na data agendada para a realização da sessão, somente 3 destas pessoas participaram. Devido à falta de disponibilidade de tempo dos demais profissionais, fez-se necessário prosseguir com esta sessão única. Dessa forma, valeu-se desse grupo focal como uma sessão-piloto para servir como base para a continuidade desta pesquisa futuramente.

c) Elaboração do roteiro para a dinâmica do grupo

Como relatado por Gui (2003), o processo de discussão em torno do tema do grupo focal deve ser planejado com a organização e o sequenciamento dos tópicos em um roteiro semiestruturado. Para Santa Rosa e Moraes (2012), a função do roteiro é orientar o moderador na condução da discussão, mas deve permitir certa flexibilidade para que sejam discutidas ideias pertinentes surgidas espontaneamente. Segundo Santa Rosa e Moraes (2012), necessita-se indicar ao lado de cada tópico um tempo estimado para a discussão.

Tendo essas questões em consideração, elaborou-se, nesta etapa, o roteiro de tópicos para a discussão, sendo cada tópico composto pelas perguntas principais, mais gerais, e pelas subsequentes, mais específicas, caso houvesse necessidade de estimular a discussão (Gui, 2003; Trad, 2009). Vê-se no **Quadro 2** abaixo:

Quadro 2 - Roteiro de tópicos para discussão no grupo focal

TÓPICOS	PERGUNTAS	TEMPO
Apresentação e relação profissional com design	Quais são suas formações, cargos, tempo e setor de atuação no mercado? <i>Vocês atuam ou lidam com o design, de forma direta ou indireta, no dia a dia profissional? De que forma?</i>	25'
Perspectivas e desafios para a aplicação do design em Manaus	Vocês acreditam que conseguem aplicar alguma prática do design em suas atuações? <i>Vocês enfrentam barreiras para a implementação de práticas de design em Manaus?</i>	25'
A cidade e o design	Vocês enxergam que a gestão do design poderia contribuir para o desenvolvimento da cidade? <i>Vocês acreditam que suas atuações, em relação com o design, contribuem com a cidade de Manaus?</i> <i>Vocês observam um interesse por parte de suas ou de outras empresas locais em adotar soluções de design na cidade?</i> <i>Vocês percebem alguma iniciativa para o uso do design na valorização da cultura manauara?</i>	25'

Fonte: As autoras (2024).

A proposta de tópicos para os participantes do grupo focal têm relação com as questões mencionadas na introdução deste artigo: a forma de atuação dos profissionais com o design; as perspectivas e os desafios para aplicar o design enquanto estratégia em Manaus, levando em consideração o que diz a literatura sobre a dicotomia entre a teoria e a prática da gestão do design nas organizações; e a utilização do design para o desenvolvimento da cidade e para a valorização da cultura local, sendo esta uma discussão recente na literatura de gestão do design.

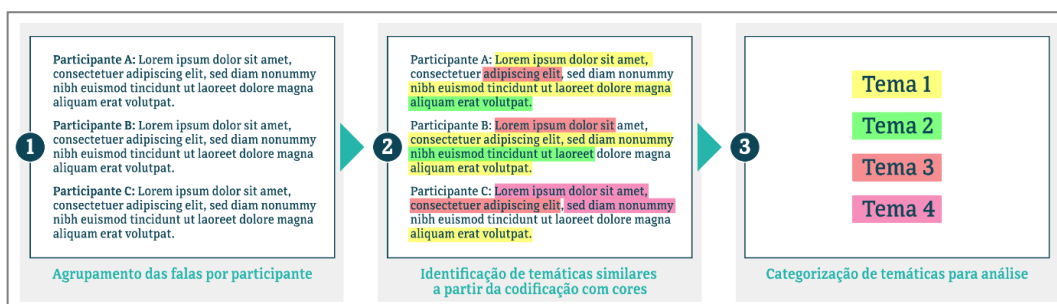
d) Realização da dinâmica de forma estruturada

Na preparação para esta etapa, coordenou-se como se daria a condução da sessão de grupo de foco. Em razão da dificuldade de conciliar as agendas dos participantes selecionados, ficou definida a realização de uma sessão de grupo focal por videoconferência, pela ferramenta Google Meet, por meio do qual é possível identificar e visualizar todos os participantes e fazer a gravação de imagem e de áudio, com a previsão de 1h30 de duração.

e) Tabulação e análise das informações obtidas

Esta etapa se deu depois da realização da sessão do grupo focal, e se iniciou a partir da organização dos dados obtidos com a gravação de áudio, com o processo de transcrição das falas, de atribuição das falas à cada participante e de agrupamento das falas por tópico. Os dados de um grupo focal são qualitativos e contextuais, e, portanto, a análise dos dados depende do objetivo da pesquisa (Santa Rosa e Moraes, 2012). Nesse sentido, fez-se, então, uma análise temática das falas dos participantes, conforme a **Figura 2**.

Figura 2 - Processo de análise temática realizado



Fonte: As autoras (2024).

Como observado na figura, buscou-se fazer comparações e identificar padrões entre as falas para estabelecer os principais tópicos de interesse para a discussão.

f) Validação dos resultados

É relevante esclarecer que, como a amostra é pequena e não-aleatória, faz-se necessário evitar generalizações sobre os resultados deste grupo focal. Santa Rosa e Moraes (2012) colocam, inclusive, que o grupo focal não é estatisticamente representativo. Nesse sentido, recomenda-se a continuidade desta pesquisa com a condução de mais sessões de grupos focais com outros participantes, a partir das

considerações relatadas em Resultados e Discussão a seguir, para a identificação de oportunidades de aplicação de Gestão do Design em Manaus.

3. RESULTADOS

A sessão única de grupo focal foi realizada no dia 22 de novembro de 2024 de forma online, com a participação de 3 profissionais que atuam na cidade de Manaus, junto com 1 moderador e um 1 co-moderador, e teve uma duração aproximada de 70 minutos. Com base na análise temática das informações obtidas, e tendo ainda em consideração a pesquisa bibliográfica realizada anteriormente, obteve-se alguns argumentos relevantes acerca da questões levantadas durante o grupo focal sobre gestão do design em Manaus para discussão nesta pesquisa, conforme abordados nos tópicos seguintes:

3.1 Perfil dos profissionais e relação com design

O Participante A é formado em Comunicação Social, pela universidade federal do estado, e há alguns anos atua como docente do curso de Tecnologia em Produção Publicitária em uma instituição federal, embora também tenha mais de dezesseis anos de experiência em agências de publicidade. O participante destacou que no decorrer dos anos dentro desse setor houve a possibilidade de acompanhar de perto a entrada de profissionais de design, que trouxeram um ganho significativo para a publicidade, pois permitiram a introdução de abordagens mais estruturadas e assertivas na realização de projetos.

O Participante B é designer de formação, sendo inclusive da primeira turma de Design de uma universidade particular da cidade. O profissional começou sua atuação no mercado como designer gráfico e diretor de arte em empresas privadas, e, mais recentemente, entrou como especialista e gestor de projetos em institutos de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). No setor privado, dentro da comunicação visual, o participante comentou ter conseguido implementar algumas técnicas advindas do design para auxiliar na estruturação de projetos característicos da área de comunicação visual. Contudo, ele relatou que hoje, no cargo de gestor de projetos de P&D, é como consegue trabalhar mais diretamente com a aplicação de gestão do design.

A Participante C é também designer de formação, pela universidade federal do estado, embora seja egressa de quando o curso ainda operava sob o nome de Desenho Industrial, antes da

reforma curricular ocorrida em 2007. A participante atua principalmente como designer e especialista em consultoria de forma autônoma, de forma que possui mais liberdade para aplicar seus conhecimentos em design estratégico. Houve ainda um destaque para sua recente pós-graduação de mestrado em Design, durante a qual pesquisou especificamente a integração da gestão do design a revistas científicas oriundas na cidade de Manaus.

3.2 Perspectivas sobre a aplicação do design em Manaus

O Participante A novamente compartilhou que, sob seu ponto de vista, existe uma aplicação do design no setor publicitário da cidade, a partir do qual, inclusive, foi possível observar uma evolução nos trabalhos das agências. Por sua experiência, o entrevistado enxerga uma importância do design na comunicação visual para além de seus atributos estéticos: “[...] não tem como exercer tais atividades [de publicidade] sem o auxílio da metodologia e da pesquisa baseados em design, que são pilares especialmente por se tratar de uma área tão criativa”. No entanto, ele ressaltou a falta de reconhecimento de que foi o design que agiu como catalisador para a evolução da área de comunicação por parte dos profissionais envolvidos nos projetos.

Ele ainda comentou que existe a necessidade de integrar uma abordagem mais holística do design no setor, pois nem todos os integrantes de uma equipe publicitária têm suas contribuições valorizadas dentro de um projeto. Esta questão vai ao encontro de Mozota, Klopsch e Xavier (2011), uma vez que para os autores, a gestão do design atua também à nível comportamental, como um modo de estimular as pessoas a realizar as atividades de um projeto de forma cooperativa.

Para o Participante B, que atua em projetos de larga escala dentro de um instituto de P&D em Manaus, ou seja, em um contexto que demanda especialmente maior estruturação e pragmatismo, o uso do design no setor de desenvolvimento também já transcendeu há muito o campo estético, e é usado hoje mais como uma ferramenta estratégica para a inclusão de metodologias e modos de organização nos processos de projetos do instituto, semelhante ao relatado pelo Participante A. Sob seu viés, portanto, o design tem sido estrategicamente aplicado na cidade interno aos institutos de P&D.

Em contrapartida, a Participante C relatou que, embora consiga aplicar a gestão do design na condução de seus projetos enquanto profissional freelancer, existe uma falta de reconhecimento sobre a diferença que a inserção de seus conhecimentos faz na qualidade de seus projetos por parte dos clientes manauaras, pois “muitas pessoas ainda associam o designer apenas à produção gráfica”, o que retoma o paradigma sobre design mencionado na introdução.

Outra questão expressa pela Participante C foi que os principais atributos de design que aplica em seus projetos combinam a estética à funcionalidade, que é também uma abordagem estratégica de gestão do design. Como mencionado anteriormente, se o design é utilizado com o objetivo de obter diferenciação em qualquer sentido, sendo neste caso o estético-funcional, existe uma preocupação da profissional de usar o design para agregar valor aos seus projetos desenvolvidos para o público manauara.

3.3 O design e a cidade

Sobre a associação entre o design e a cidade para um processo de desenvolvimento e valorização da cultura local, todos os participantes mencionaram que, no contexto da cidade estudada, poucos projetos pontuais que tratam da cultura manauara foram realizados por profissionais de design para integrar a abordagem característica do campo.

O Participante A, enquanto representante do setor de comunicação visual, mencionou a necessidade de considerar a inclusão de elementos regionais nas campanhas, e citou experiências profissionais passadas durante as quais houve resistência a sugestões da incorporação de elementos da cultura local por profissionais de design. Para ele, o uso do pensamento de design seria uma alternativa para o desenvolvimento de campanhas mais autênticas e eficazes, cujas narrativas ressoem mais adequadamente com o povo manauara.

O Participante B não comentou com profundidade especificamente sobre esta questão.

A participante C, em especial, compartilhou sua experiência em Barcelona, na Espanha, pois durante sua estadia na cidade observou como esta se conecta com seus cidadãos e a comunidade por meio de projetos que envolvem design. Por meio desta comparação, ela sugeriu que Manaus poderia se beneficiar de uma abordagem semelhante. Existe, a partir da

visão da profissional, um potencial para o uso de sua experiência internacional na proposição de projetos inovadores que conectem a comunidade manauara por meio do design, com as devidas adaptações para a realidade local. Lopes e Kistmann (2019), inclusive, relacionam conceitos de gestão do design pertinentes para a discussão de problemas nas cidades.

4. DISCUSSÃO

Por meio desse grupo focal, a pesquisa buscou responder se o design é de fato aplicado nas empresas manauaras, tendo como base os relatos de profissionais que atuam no mercado local. Como resultado preliminar, obteve-se uma negativa para essa questão, que deve ser aprofundada em estudos futuros.

É importante considerar que dentro dos tópicos sugeridos para a discussão, os participantes do grupo focal se demoraram mais especificamente nas dificuldades atreladas às tentativas de aplicar o design a projetos na cidade de Manaus e em outras cidades do estado do Amazonas, visto que:

- Foi citado pelo Participante B que mesmo com o exemplo da cidade de Paritins, onde durante o Festival Folclórico se pode observar o uso do design estratégico para se adequar à cultura local por marcas mundialmente reconhecidas, como a Coca-Cola azul, não se valoriza o design como o pensamento por trás dessas estratégias;
- Os participantes também comentaram sobre como essa falta de oportunidades para usar o design levou muitos de seus colegas de formação a migrarem para outros estados ou mesmo para fora do país, o que acarreta mais dificuldades para o design pela quantidade de profissionais quando as poucas chances de utilizá-lo surgem na capital amazonense.

Essa sessão-piloto contribuiu, portanto, para melhor delimitar as temáticas que devem ser abordadas nas demais sessões de grupo focal com os profissionais envolvidos com design em Manaus. Percebeu-se que, pelo interesse demonstrado pelos participantes do grupo focal, existe uma necessidade de oportunizar encontros entre os designers locais para não só compartilhar suas experiências, positivas e negativas, como profissionais atuantes na cidade, como também para discutir estratégias sobre como levar o pensamento do design e da gestão do design para as empresas da cidade, que somam mais de 147 mil, como um todo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados do estudo realizado por esta pesquisa, embora de caráter de teste-piloto, mostra consonância com os poucos estudos encontrados acerca do design em Manaus, conforme Vaz e Filho (2024), que defendem a necessidade de mais estudos sobre a atuação dos designers da região Norte, e esta pesquisa é mais um passo para tal.

A partir das falas dos profissionais que participaram da sessão, ficou perceptível que faltam oportunidades para se aplicar estrategicamente o design em diferentes contextos dentro do mercado de Manaus. Das oportunidades que surgem, somente uma parte é aproveitada, e nem sempre por pessoas formadas em design ou por pessoas que ocupam cargos de design nas organizações, embora existam profissionais formados na cidade para isso. Com isso, o setor de Manaus que mais se demonstrou oportuno para praticar o design estratégico é um que, por natureza, possui uma cultura organizacional bem estruturada, como no caso do P&D. As organizações de demais setores, embora tenham um determinado grau de uso do design como ferramenta estratégica, ainda carecem de uma abordagem mais aprofundada.

Entretanto, o maior desafio apontado para a aplicação da gestão do design em Manaus ainda é a falta de familiaridade com o design, não só do empresariado, como também da população local. Há uma necessidade, portanto, de ressaltar, junto à sociedade manauara, as contribuições que o pensamento sistêmico do design pode oferecer.

A partir disso, têm-se sugestões de estudos futuros: a realização de um levantamento junto à população para coletar quais seus níveis de compreensão sobre design, porque são essas pessoas que irão “absorver essa mão de obra qualificada no futuro” (Vaz e Filho, 2024, p. 202); e a realização de mais sessões de grupo focal com profissionais que atuam com gestão do design, para um maior aprofundamento de resultados, visto que a questão de pesquisa foi apenas preliminarmente respondida, tendo em consideração as limitações enfrentadas durante a pesquisa.

Como Santa Rosa e Moraes (2012) enfatizam, há a necessidade de indicar as descobertas mais importantes e os temas não discutidos com profundidade no grupo focal, para entender quais precisam ser abordados em sessões posteriores. Nesse sentido, a descoberta principal é que a gestão do design não é aplicada na cidade quanto se pensava inicialmente, mas se

revelou necessário trazer mais questões sobre quais são as formas e os graus em que é aplicada dentro das organizações, com base na visão de mais profissionais de diversos setores do mercado da capital amazonense, para se ter uma maior representação do cenário de atuação do design. Tais pesquisas se justificam pois é importante que as 147 mil empresas de Manaus tenham competitividade entre si e perante o mercado brasileiro, fator que pode ser alcançado por meio do design estratégico.

Em relação a recomendações, ainda se salienta que o contato com os profissionais durante o planejamento do grupo focal deve ser feito com bastante antecedência e para uma amostra maior do que se precisa, por meios formais, para garantir uma maior aderência à pesquisa.

6. REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2022.

BRAGA, P. DOS A.; RUSCHIVAL, C. B.; MOTA, S. C. **Design UFAM: 25 anos**. 1. ed. Manaus: Rego Edições, 2014.

DAROS, C.; KISTMANN, V. B. Gestão do design e Cidades Inteligentes. **Strategic Design Research Journal**, [s.l.], v. 9, n. 1, p. 14–26, 2016.

FREITAS, R. F. DE; WAECHTER, H. DA N.; COUTINHO, S. G. Contribuição do Grupo Focal à pesquisa e ao processo de design da informação: percepção dos usuários sobre artefatos impressos de DST/Aids. **Estudos em Design**, [s.l.], v. 24, n. 1, p. 88–103, 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2018.

GUI, R. T. Grupo focal em pesquisa qualitativa aplicada: intersubjetividade e construção de sentido. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, [s.l.], v. 3, n. 1, p. 135–159, 2003.

JUNTA COMERCIAL DO AMAZONAS (Jucea). **Mapa de Empresas**. 2025. Disponível em: <https://www.jucea.am.gov.br/mapa-de-empresas/>. Acesso em: 10 de abril de 2025.

LOPES, E.; KISTMANN, V. B. A Pesquisa em Gestão do design e Cidades Inteligentes: um estudo exploratório. In: ANAIS DO 13o CONGRESSO PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN (2018), 2019, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Blucher, mar. 2019. Disponível em: <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/a-pesquisa-em-gesto-de-design-e-cidades-inteligentes-um-estudo-exploratorio-30005>.

MARTINS, R. F. D. F. **A Gestão do design como uma Estratégia Organizacional – Um Modelo de Integração do Design em Organizações**. 2004. Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.

MOZOTA, B. B. DE; KLOPSCH, C.; XAVIER, F. C. **Gestão do design**: usando o Design para construir valor de marca e inovação corporativa. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

PORTER, M. E. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RAMOS, M. R.; MERINO, G. S. A. D.; TRISKA, R. Gestão do design e patrimônio histórico cultural: uma análise baseada nos princípios do design Inclusivo em um Mercado Público. **Design e Tecnologia**, [s.l.] , v. 8, n. 16, p. 109–122, 2018.

SANTA ROSA, J. G.; MORAES, A. DE. **Avaliação e projeto no design de interfaces**. 1. ed. Teresópolis, RJ: 2AB, 2012.

SANTOS, E. S. DOS; FIGUEIREDO, L. F. G. DE; MERINO, G. S. A. D. A Representação gráfica da gestão do design aliada ao desenvolvimento artesanal de uma comunidade criativa. **Arcos Design**, [s.l.] , v. 7, n. 2, p. 53–68, 2013.

TRAD, L. A. B.. Grupos focais: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, v. 19, n. 3, p. 777–796, 2009.

VAZ, G. R. M.; FILHO, E. R. Entendendo a área do design em Manaus: percepção dos designers egressos da UFAM. **DAT Journal**, [s.l.] , v. 9, n. 1, p. 187–204, 2024.

WORLD DESIGN ORGANIZATION (WDO). **Definition of Industrial Design**. 2024. Disponível em: <https://wdo.org/about/definition/>. Acesso em: 01 nov. 2024.