

Uma perspectiva sobre a prática profissional do design de serviço a partir dos projetos premiados no iF DESIGN AWARD GOLD

A perspective on the professional practice of service design from projects awarded by the iF DESIGN AWARD GOLD

FATIMA, Rafael Toledo Rodrigues de; Doutorando; Universidade de São Paulo
rafaeltoledo@usp.br

AUN, Cristiane Bertoldi; Professora Doutora; Universidade de São Paulo
craun@usp.br

O objetivo deste artigo é identificar aspectos da prática profissional do design de serviço relacionados com a documentação final de projeto e faz parte de uma pesquisa de maior alcance sobre como são apresentadas as várias dimensões constitutivas de projetos profissionais nesse campo. Por conta da confidencialidade que envolve esses projetos, optou-se por analisar casos premiados com destaque ouro na categoria de design de serviço do iF Design Award. Como método desenvolveram-se revisões assistemática e sistemática da literatura, a fim de identificar o que se divulga sobre a documentação gerada para implementação do projeto. Todos os projetos levaram mais de um ano para serem desenvolvidos e grande parte tiveram como foco o setor da saúde. Como documentação para a premiação não foram apresentados documentos como visualizações, mapas, fluxogramas nem blueprints. Ainda existe espaço para definir melhor os elementos que devem constituir uma entrega final de design de serviço.

Palavras-chave: Design de serviço; práticas profissionais; iF Design.

The objective of this article is to identify aspects of the professional practice of service design related to the final project documentation and is part of a broader research on how the various constitutive dimensions of professional projects in this field are presented. Due to the confidentiality that surrounds these projects, it was decided to analyze cases awarded with gold in the service design category of the iF Design Award. As a method, unsystematic and systematic literature reviews were developed to identify what is disclosed about the documentation generated for project implementation. All projects took more than a year to be developed and most of them focused on the health sector. As documentation for the award, no documents such as visualizations, maps, flows or blueprints were presented. There is still space to further define the elements that should constitute a final service design deliverable.

Keywords: Service design; professional practices; iF Design.

1 Introdução

O presente artigo faz parte de uma pesquisa de doutoramento e a discussão contida nele foi desenvolvida dentro de uma disciplina, o qual foi apresentado como trabalho conclusivo com indicação para publicação. O P&D 2022 foi o evento escolhido para a submissão do trabalho, dentro do Eixo Temático - Organizações, negócios e inovação: Design de serviços.

Iniciaremos com a discussão sobre a definição de design de serviço e posteriormente apresentaremos as estratégias metodológicas aplicadas à pesquisa, os resultados do levantamento sistemático e assistemático da literatura, seguido da análise dos projetos premiados com ouro na categoria de design de serviço do Prêmio iF Design, que surgiu em 2016, encerrando o debate com as considerações sobre o que é apresentado por teóricos sobre a prática profissional do design de serviço contraposto ao que foi identificado pelo mapeamento de projetos profissionais consagrados com ouro por uma premiação de design existente desde 1954, abarcando inicialmente a área de design industrial, e bastante respeitada pela área.

Partimos do pressuposto de que o design de serviço é um campo que se desenvolveu a partir da década de 1990, notadamente na Alemanha, nos Países Baixos, nos Países Escandinavos e na Itália – que o incorporou à noção de design estratégico. O desenvolvimento do campo é endossado pelo fato de presencermos uma economia mundial bastante pautada no setor terciário e, nesse contexto, pensar projetos de serviços com foco na experiência do usuário tornou-se uma estratégia relevante para organizações de diversos setores. No entanto, observou-se que a reflexão sobre o ensino do design de serviço não tem acompanhado o mesmo ritmo do universo profissional desse campo, que tem se desenvolvido mais rapidamente. Isto pode ser constatado ao se analisar o intenso surgimento de oportunidades profissionais nesse campo, sobretudo após o início da pandemia instaurada pelo coronavírus, versus a existência até 2022 de somente um curso de bacharelado de design de serviço no país e poucos cursos de extensão e especialização no tema (FÁTIMA, 2021).

No Brasil, segundo o Ministério da Economia¹, Indústria, Comércio Exterior e Serviços, em 2018, o setor terciário – comércio e serviços – representou 73% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. Destarte, parece ser fundamental formar profissionais que possuam a habilidade de entender as necessidades dos diversos tipos de usuários e torná-las tangíveis em um serviço. Ao refletirmos como e onde o futuro profissional está sendo preparado para as transformações do mercado, Livia Costa Cabral Dall'Agnol, em sua dissertação intitulada “A emergência do design de serviço no Brasil”, afirma que:

[...] a análise [de seu mestrado] revelou que não há instituições que oferecem o design de serviço como uma habilitação [no Brasil] [...], e que o design de serviço é pouco abordado durante a graduação e quando ocorre é mencionado, em sua maioria, dentro de disciplinas, como conteúdo e não como uma disciplina única (DALL'AGNOL, 2015, p. 88).

¹ <https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/comercio-e-servicos/a-secretaria-de-comercio-e-servicos-scs/programas-e-acoes-scs#:~:text=A%20representatividade%20do%20setor%20terci%C3%A1rio,Contas%20Nacionais%20Trimestrais%20do%20IBGE.>
Acesso: 28 de novembro de 2021.

Além de Dall'Agnol (2015) ressaltar que a produção acadêmica em design de serviço está aquém das outras áreas de design; a autora antevê que “o próximo passo se refletirá na proposta de novos cursos de design de serviço para suprimir essa necessidade de mercado cada vez mais presente” (DALL'AGNOL, 2015, p. 98).

Identificam-se diversas definições sobre design de serviço que soam inespecíficas por compreenderem o designer de serviço como um gestor de diversos campos do saber - como, negócios, administração, antropologia, psicologia, design de produto / gráfico / interfaces / interiores -, negligenciando o papel principal do designer de serviço que é o de projetar interações entre as pessoas e as competências técnicas operacionais de serviço já estabelecidas, conforme Nascimento (2018) aborda em sua precisa definição do campo:

Atividade voltada ao projeto integrado de sistemáticas de interações (sobretudo imateriais, mas também, por vezes, com dimensão material) destinadas a estabelecer uma bem elaborada interface, ou intermediação, entre, de um lado, uma competência técnica operacional ou operativa já potencialmente desenvolvida e disponível (extrínseca e conceitualmente anterior a esta interface de design) capaz de prover, prestar, proporcionar ou propiciar aspectos essenciais da razão de ser de determinado tipo de serviço (disponibilização, oferecimento, procedimento ou atendimento) e, de outro lado, seres humanos (naturalmente extrínsecos e conceitualmente posteriores a esta dada interface de design), implicando centralidade de noções tradicionalmente associadas e próprias ao campo do design, como as de usuário (na forma de beneficiário, cliente, paciente, assinante, destinatário, consumidor, entre outras), projeto, programa, abordagem sistêmica, adequação, racionalização, planejamento, coerência sintática, multiconfigurabilidade e reproduzibilidade, valendo-se de recursos, caso a caso, sejam visuais (impressos, luminosos e/ou virtuais), sejam tangíveis, espaciais, tecnológicos, sonoros, olfativos, gustativos e/ou, muito caracteristicamente, baseados em rotinas ou dinâmicas verbais interpessoais (com frequência orais, mas também gestuais e físicas) de comunicação, intercâmbio e contato².

O professor Nascimento é bastante assertivo ao enfatizar que o designer de serviço não é responsável pela criação de um serviço ou de um negócio, mas seu papel é relacionado ao projeto das interfaces entre pessoas e serviços, lançando mão de recursos tipicamente característicos das diferentes subáreas do design (produto / gráfico / interfaces / interiores / moda) para tornar tangíveis as diretrizes estabelecidas pelo projeto de um novo, ou existente, serviço.

O método de pesquisa utilizado tem base na realização de revisões sistemática e assistemática da literatura relacionada à prática profissional do design de serviço, combinado com o mapeamento dos 12 projetos premiados pelo iF Design Award Gold desde o estabelecimento da categoria de design de serviço, o que aconteceu em 2016.

A partir de uma análise associativa de dados, criaram-se visualizações que revelam particularidades e similaridades entre os projetos vencedores, a fim de oferecer uma perspectiva sobre o estado atual da prática profissional a partir de uma reflexão sobre os

² NASCIMENTO, Luís Cláudio Portugal do. [Extraído de notas de aula da disciplina de Teoria do Design, ministrada no segundo semestre de 2018 na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo]. 2018.

desafios que o design de serviço enfrenta, conforme será apresentado e esclarecido em outro momento deste texto.

2 Design de serviço e prática profissional: uma visão teórica do campo

Marc Stickdorn, um dos mais proeminentes pesquisadores de design de serviço, na introdução do livro “Good Services: how design services that work”, de Lou Downe, ao citar Richard Buchanan, afirma que uma das grandes forças do design é o fato de lhe terem incutido uma única definição. O teórico continua seu pensamento, argumentando que os campos cujas definições foram resolvidas, tendem a ser campos letárgicos, moribundos ou mortos, onde a investigação não oferece mais desafios ao que é aceito como verdade. (DOWNE, 2020, p. 13). Entendemos que essa definição padece de uma ótica relativista e representa um modo de pensar bastante difundido no design e em suas áreas circunvizinhas: o de que não há ainda um *corpus* definido para a disciplina, que se constrói à medida que ela se relaciona com outras áreas do conhecimento. Ao mesmo tempo, parece que essa visão relativista do design não procede, ao aprofundarmos os estudos em uma bibliografia clássica. Segundo o Professor Luís Cláudio Portugal do Nascimento tal bibliografia apresenta eixos norteadores de sua epistemologia, os quais quem trabalha ou ensina design precisaria conhecer “[...] de trás para diante, seus modelos e modalidades pedagógicas. Quem ensina por definição, há que ser notável e efetiva autoridade de conhecimento na matéria que ensina. E a matéria, no caso, é design – não outra.” (2012, p. 123) Nascimento (2012, p. 120) amplifica seu argumento ao afirmar que o design, como campo de projeto e de ensino, não pode ser rebaixado à condição de uma nau sem identidade própria e sem rumo.

Nesse sentido, o presente artigo pretende ser específico sobre o fazer do design de serviço e, por isso, apresentará evidências da manifestação do design de serviço na prática profissional, por meio de caso de estudos compartilhados nos artigos e livros mapeados e, sobretudo, representado pelos 12 projetos vencedores do *iF Design*.

2.1 Estratégia metodológica da pesquisa

Esta pesquisa está ancorada em quatro estratégias metodológicas: a realização de uma revisão sistemática de literatura, a realização de uma revisão assistemática da literatura, a coleta de informações sobre os 12 projetos ganhadores de ouro no *iF Design Award* e a análise associativa de dados, que contrapôs as perspectivas provenientes da literatura com os dados que emanaram dos projetos.

A revisão sistemática da literatura foi realizada utilizando a plataforma *ScienceDirect*³, da Elsevier. Trata-se de uma das maiores plataformas de literatura acadêmica com revisão por pares do mundo. A *ScienceDirect* oferece mais de 16 milhões de artigos consolidados em 2.500 periódicos, representando mais de 612.000 tópicos, contando com 39.000 livros em seu arquivo, segundo apresentação da Elsevier sobre a plataforma. A revisão sistemática foi efetuada em duas fases. Na primeira fase, buscamos as seguintes palavras-chave: *service AND design AND professional AND practice AND case AND study AND blueprint*. As palavras-chave estão em inglês, pois a principal produção acadêmica da área é internacional. Buscamos abranger o universo profissional (com *professional practice* e *case study*), focado no resultado de um projeto de design de serviço (por isso o uso do termo *blueprint*, que é uma ferramenta de mapeamento de serviço muito utilizada pelo campo). Excluímos os artigos de antes do ano

³ <https://www.sciencedirect.com/>. Acesso em: 01 de fev. de 2022.

2016, a fim de estabelecer uma correlação temporal com os projetos analisados no *iF Design Award* – a categoria de design de serviço foi criada somente em 2016. Selecionei somente artigos de pesquisa da área de negócios e gestão. Encontramos 310 artigos. Após leitura do título e das palavras-chave dos artigos, pré-selecionamos 58 artigos cujos resumos foram lidos atentamente. Dos 58 artigos selecionados, 9 foram selecionados para leitura na íntegra. Os critérios de seleção foram pertinência ao escopo do artigo e interface com a prática profissional. A seguir tabela com listagem dos artigos selecionados para leitura na íntegra:

Tabela 1: Resultado da revisão sistemática da literatura

Nome do artigo	Periódico	Ano de publicação
<i>Contexts of briefing for service design procurements in the Finnish public sector</i>	Design Studies	2020
<i>Airport user experience unpacked: Conceptualizing its potential in the face of COVID-19</i>	Journal of Air Transport Management	2020
<i>Approaching Change with and in Design</i>	She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation	2020
<i>Foresight and Design: New Support for Strategic Decision Making</i>	She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation	2020
<i>Bringing Service Design to manufacturing companies: Integrating PSS and Service Design approaches</i>	Design Studies	2018
<i>Design processes in service innovation</i>	Design Studies	2018
<i>Staging aesthetic disruption through design methods for service innovation</i>	Design Studies	2018
<i>Exploring the transformative impacts of service design: The role of designer-client relationships in the service development process</i>	Design Studies	2018
<i>Towards a more inclusive service development process for the wider population</i>	Design Studies	2018

Fonte: Autor

A revisão assistemática da literatura foi feita com base no mestrado desenvolvido pelo autor, que identificou autores-chave do campo como, por exemplo, Birgit Mager, Daniela Sangiorgi, Ezio Manzini, Fernando Secomandi, Lara Penin, Lou Downe, Marc Stickdorn, entre outros.

Já a coleta das informações referentes aos cases premiados com ouro no *iF Design Award* foi realizada pelo website do prêmio e foi dividida nos seguintes campos: ano da premiação, imagem de destaque da premiação no website do iF, título do projeto, subtítulo do projeto, categoria do projeto, descrição, razão pela qual o projeto ganhou o ouro, cliente / fabricante, região do cliente / fabricante, designer, região do designer, data de lançamento, tempo de desenvolvimento de projeto, público-alvo e região do público-alvo. Algumas visualizações foram criadas para tornar tangível dados como as principais categorias de projeto, os designers dos projetos, a localização desses designers, o tempo de desenvolvimento do projeto e a localização do público-alvo desses projetos.

Por final, a análise associativa de dados estabeleceu as aproximações e distanciamentos entre o que os artigos e autores analisados dizem sobre a prática profissional do design de serviço e o que os projetos premiados realmente mostram sobre essa prática.

2.2 Perspectivas teóricas sobre a prática profissional em design de serviço

Em 2008, foi editado pela Birkhäuser o Design Dictionary, trazendo em sua definição de design um entendimento da palavra tanto como um produto ou processo e que esse processo é bastante colaborativo (ERLHOFF; MARSHALL, 2008, p. 108). Também sinaliza o fato de que o design é multidisciplinar, estabelecendo, porém, nele mesmo uma distinta profissão. Aponta a emergência de campos como o design de serviço, o design estratégico, o design de eventos, o branding, além de outros, que nos dá alguns elementos para ampliarmos a própria definição, uma vez que o campo se ressignifica no contato com outras áreas do conhecimento, mantendo, ao mesmo tempo, os fundamentos alicerçados durante sua história.

Dito isso, antes de nos determos em algumas perspectivas sobre design de serviço é importante ressaltar que as definições sobre serviço estão em transição. A tradicional definição é baseada na diferença do serviço em relação aos produtos tangíveis, seguindo a lógica IHIP (Intangibilidade, Heterogeneidade, Inseparabilidade, Perecibilidade). Um serviço é intangível, heterogêneo – na medida em que se combina com diversos outros artefatos – inseparável, porque sua experiência é única sob o ponto de vista do usuário, e perecível, visto que sua experiência é finda. Portanto, a lógica de dominância dos serviços (*service dominant logic*) apresenta que os serviços são a base fundamental de qualquer troca; que o valor é cocriado por múltiplos atores, sempre incluindo o beneficiário; que todos os atores sociais e econômicos são recursos integradores; que o valor é sempre unicamente e fenomenologicamente determinado pelo beneficiário; que a cocriação de valor é coordenada através de instituições geradas por atores e arranjos institucionais (HORMESS et. al., 2018, p. 29).

Segundo Penin (2018, p. 28) nem tudo se trata de uma transação comercial e, assim, “serviços não são somente a base da economia, mas também a base dos relacionamentos sociais e interações”. Deste modo, os serviços ocorrem quando existe uma troca de valor entre as partes, sendo que “uma parte, o provedor do serviço, performa uma certa atividade que resulta em algum benefício que inclui uma entrega específica que envolve certas experiências, que o usuário do serviço percebe valor” (PENIN, 2018, p. 20). Por outro lado, Downe (2020, p. 18-19) afirma que os serviços estão em qualquer lugar, desde como organizamos nossos feriados até como guardamos nosso dinheiro e acessamos o sistema de saúde, e, ainda: “o serviço é alguma coisa que ajuda alguém com alguma coisa”.

O campo do design de serviço foi estabelecido no início dos anos 1990, conforme mencionado anteriormente, na Europa pela Universidade de Colônia e pelo Politécnico de Milão (HORMESS

et. al, 2018, p. 355). Ao longo desses trinta anos, o design de serviço ganhou credibilidade no ensino e na prática.

O design de serviço é uma prática de design transdisciplinar: lida com sistemas complexos que exigem diferentes habilidades e capacidades em várias formas de mídia e esferas de interação humana. O design de serviço também requer a capacidade de analisar criticamente os problemas situados e formular estratégias de mudança. Várias disciplinas convergem no design de serviço, incluindo artes, economia, humanidades e tecnologia. Nessas diferentes interseções disciplinares, o design de serviço encontra, empresta e adapta muitas estruturas, métodos e ferramentas. Por exemplo, dentro do campo do design em si, o design de pontos de contato físicos envolve recursos originários da arquitetura e design de interiores, design gráfico e design de produtos, enquanto as plataformas digitais exigem interação e design da experiência do usuário, design da interface do usuário e ciência computacional, além de outras especializações de base tecnológica (PENIN, 2018, p. 310).

Ainda o design de serviço pode ser pensado como a atividade de coreografar pessoas, infraestrutura, comunicação e componentes materiais de um serviço para criar valor para múltiplos *stakeholders* envolvidos, ressaltando a importância de se preencher a lacuna entre o projeto de um conceito de serviço e a implementação desse serviço. Essa é uma das principais questões que definem o estado de arte da discussão do campo do design de serviço. (PENIN, 2018, p. 39).

Encontramos eco para relacionar o design de serviços ao tema aqui proposto no livro “This is Service Design Doing”, Marc Stickdorn e os diversos coautores da obra cunharam a seguinte definição para o campo:

O design de serviços ajuda as organizações a ver seus serviços pela perspectiva do cliente. É uma abordagem para projetar serviços que equilibra as necessidades do cliente com as necessidades do negócio, com o objetivo de criar experiências de serviço perfeitas e de qualidade. O design de serviço está enraizado no pensamento de design e traz um processo criativo e centrado no ser humano para melhoria dos serviços atuais e projeto de novos serviços. Por meio de métodos colaborativos que envolvem clientes e equipes de entrega de serviços, o design de serviços ajuda as organizações a obter uma compreensão verdadeira e completa de seus serviços, permitindo melhorias holísticas e significativas (HORMESS et. al., 2018, p. 20).

Em síntese, a partir dos autores estudados nesse referencial teórico, entendemos que o design de serviço pode ser definido, também, como um jeito de pensar, como um processo, como um *kit* de ferramentas, como uma linguagem que cruza disciplinas e como uma abordagem de gestão – e, na verdade, o campo é a soma de todas essas definições. Também fica claro o que o design de serviço não é: nem simplesmente um fator estético, nem simplesmente serviço para o consumidor, tampouco recuperação de serviços com problemas (HORMESS et. al., 2018, p. 24). Por final, os autores apresentam alguns princípios do que chamam de “prática do design de serviço”: o design de serviço deve ser centrado no humano, deve ser colaborativo, iterativo, sequencial, real e holístico (HORMESS et. al., 2018, p. 27). Por sua vez, Lara Penin (2018) estabelece cinco capacidades principais para os designers de serviço: escuta ativa e empática, facilitação e gestão do processo, imaginação e capacidade de visualização, prototipação e teste e capacidade de realizar mudanças organizacionais.

Essas reflexões provenientes da revisão assistemática da literatura estão concatenadas com os resultados das reflexões provenientes da revisão sistemática. Em uma perspectiva mais teórica, alguns artigos mencionam a Lógica dominante de serviço (SLEPINOV; STRUWE; 2021, p.127; BLOMKVIST; EDMAN-WETTER, 2018, p.6) como estratégia para uma nova interpretação do design de serviço, que amplia os horizontes ao definir o serviço como fundação para as trocas econômicas e sociais. A lógica dominante dos serviços é um pilar chave do design de serviço, visto que entende os clientes como cocriadores de valor, posicionando as empresas como proponentes de valor. O valor só é gerado quando os consumidores se apropriam dele por meio do uso (COSTA; MAGEE; MORELLI; PATRÍCIO, 2018, p. 117). O gráfico a seguir, produzido pelo artigo *Bringing Service Design to manufacturing companies: Integrating PSS and Service Design approaches* entende o design de serviço mais orientado ao cliente e focado em entender e engajar, e o design de sistema produto-serviço mais orientado à organização e focado em operacionalizar como parte de um todo mais amplo, descrito pela lógica dominante de serviço, que é focada na cocriação de valor entre atores de um sistema.

Gráfico 1: Perspectiva integrada entre design de serviço, sistema produto-serviço e Lógica dominante de serviço.



Fonte: COSTA, Nina; MAGEE, Christopher L; MORELLI, Nicola; PATRÍCIO, Lia. *Bringing Service Design to manufacturing companies: Integrating PSS and Service Design approaches*. **Design Studies**. Volume 55. 2018. P. 119.

Alguns artigos também sinalizam uma mudança de paradigma com a transição do material para o imaterial, intensificada nos anos 2000 pelo surgimento de especializações em design de serviço (VALTONEN, 2020, p. 507). Anna Valtonen aponta, ainda, para a transição de uma abordagem pautada pelo design thinking, centrado nas necessidades do usuário, para uma abordagem pautada futurismo, centrado nas questões complexas que emanam dos contextos social, político, cultural e ambiental (2020, p.511). Peter Bishop e Joern Buehring sinalizam essa mudança de paradigma do design estratégico para um olhar mais projetivo para o futuro. Enquanto os resultados de um processo de design estratégico apresentam soluções para um futuro preferido, os resultados de um processo pautado no futurismo apresentam o desenvolvimento de cenários de futuro alternativos (2020, p.417).

Rumo a uma abordagem mais prática, quando pensamos em pesquisa aplicada ao campo do design de serviço, podemos, segundo Fernando Secomandi e Dirk Snelders, encontrar três abordagens distintas: o serviço pode ser analisado por meio de seus participantes ou

tecnologias; também pode ser entendido por sua função ou fases para seu desenvolvimento e, por fim, pode ser mapeado pelo estudo de empresas ou setores da atividade de prestação de serviço – o olhar que lançaremos sobre os doze projetos vencedores do *iF Design Award Gold* (2018, p.1).

O processo do design de serviço também pode ser representado, como Johan Blomkvist e Katarina Edman-Wetter, por protótipos, que são descritos como representações de futuras situações de serviço, habilitando atores a perceberem as situações futuras por meio de vídeos, imagens, mapas ou modelos físicos (2018, p.17).

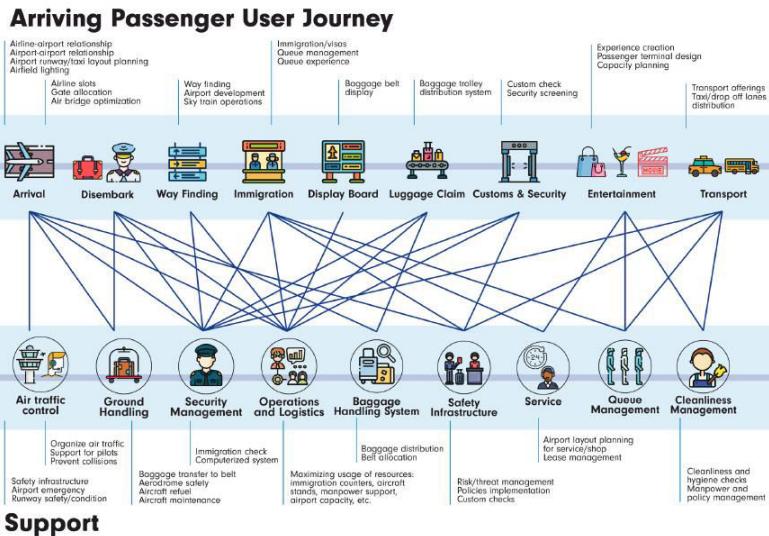
Figura 1: protótipo de um guia para agendamento de consultas



Fonte: BLOMKVIST, Johan; EDMAN-WETTER, Katarina; VINK, Josina. Staging aesthetic disruption through design methods for service innovation. *Design Studies*. Volume 55, 2018. P. 17.

Jornadas do usuário também são formas bastante efetivas de oferecer visualizações das experiências, fato demonstrado pelo artigo “Airport user experience unpacked: Conceptualizing its potential in the face of COVID-19”, que narra um estudo de caso sobre a conceituação da experiência dos usuários no aeroporto diante do coronavírus. A visualização dessa jornada expressa-se na figura a seguir:

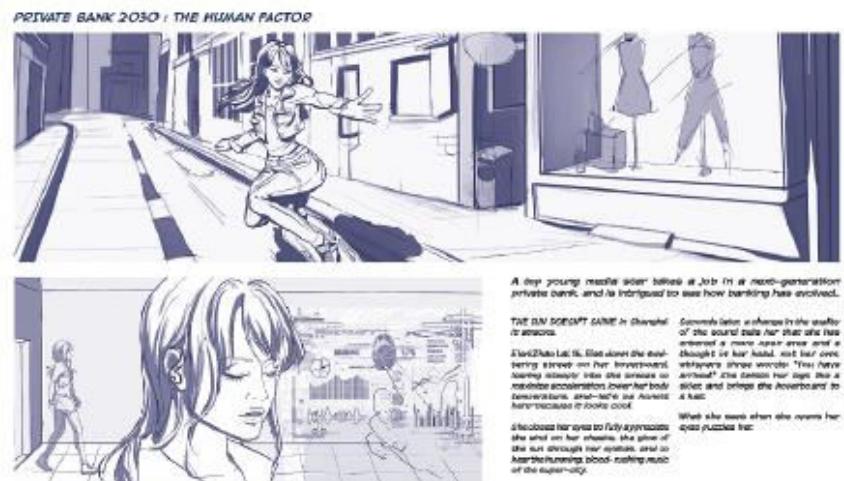
Figura 2: jornada do passageiro que chega em um aeroporto



Fonte: ARORA, Mohit; BLESSING, Lucienne; TUCHEN, Stefan. Airport user experience unpacked: Conceptualizing its potential in the face of COVID-19. *Journal of Air Transport Management*. Volume 89. 2020. P.7.

O uso da técnica de storyboard, que consiste em narrar uma história de forma visual, como acontece com as histórias em quadrinhos, pode ser muito apropriado para mostrar cenários futuros como BISHOP e BUEHRING exemplificam.

Figura 3: cenário futuro para serviços financeiros



Fonte: BISHOP, Peter C., BUEHRING, Joern. Foresight and Design: New Support for Strategic Decision Making. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*. Volume 6. Issue 3. 2020. p.426.

Cenários futuros também podem ser testados a partir da construção de protótipos, cuja interação simula a provisão real do serviço diante da encenação de interfaces entre usuários e provedores de serviço, conforme demonstra a imagem a seguir, proveniente do trabalho desenvolvido por CARDOSO et. al.

Figura 4: maquete que simula a interação com um serviço



CARDOSO, Carlos Coimbra; CATAPAN, Márcio Fontana; FERREIRA, Marcelo Gitirana Gomes; FORCELLINI, Fernando Antônio; MONTANHA, Ivo Rodrigues; SANTANA, Fábio Evangelista. Towards a more inclusive service development process for the wider population. *Design Studies*. Volume 55. P.168.

Por fim, é importante compartilharmos a perspectiva de Daniela Sangiorgi e Yu Eun sobre três formas que designers de serviço se relacionam com clientes: a primeira forma é pautada na entrega de um projeto, a segunda é pautada na construção de uma relação de parceria durante o processo e a terceira é alicerçada em uma postura participativa, em que o designer atua como facilitador e o cliente assume o protagonismo do projeto. Quando se trata de pensar na execução e implementação, os designers de serviço que são “entregadores”, apresentam documentações e especificações de serviço e manuais de referência para a gestão do serviço, enquanto os designers de serviço “parceiros” realizam um alinhamento com os clientes sobre seus papéis e responsabilidades para a experiência de uso. Por fim, os designers de serviço facilitadores estimulam culturalmente os clientes para que eles assumam a propriedade do projeto a fim de continuarem o processo de inovação centrado nas pessoas. Essas questões são demonstradas pela imagem 05.

Figura 5: Os impactos de diferentes abordagens de designers de serviço

	Delivering		Partnering		Facilitating	
	SD as a key input to service planning and development		SD as a tool for collaborative service development		SD as an approach to business and culture transformation	
	Planning	Execution	Planning	Execution	Planning	Execution
SD patterns during service development processes	Offering detailed documentation as a user-centred basis for service propositions	Developing documentation for service specifications and reference manuals for service management	Increasing clients' empathy for users and commitment to better user experiences while getting clients on board	Aligning clients to superior user experiences and mobilising them by assigning roles and responsibilities	Integrating user research insights into organisational strategy building and service planning	Fostering clients' ownership and organisational capabilities for continuing user-centred service innovation
SD impacts	Supporting clients' service development process with user-centred referential data and specifications	Physical resources/technologies	Motivating clients to envision and actualise user-centred and superior service experiences	Physical resources/technologies, human actors	Transforming clients and organisations for continuing user-centred service innovations	Physical resources/technologies, human actors, processes, routines
Objects of changes						

Fonte: EUN, Yu; SANGIORGI, Daniela. Exploring the transformative impacts of service design: The role of designer-client relationships in the service development process. *Design Studies*. Volume 55. 2018. P.102.

Eun e Sangiorgi (2018, p. 96) narram que os designers de serviço que assumem o papel de “entregadores” confiam muito na documentação e nas especificações do serviço e, por sua vez, os clientes têm dificuldades em implementar imediatamente as soluções por conta de problemas de linguagem entre designers, que usam termos técnicos como “jornada do usuário” e “blueprint”, e cliente. A documentação entregue funciona mais para convencer os clientes do processo, do que para suportar a implementação. Em alguns casos estudados por Yu e Daniela, os clientes firmaram um segundo contrato com os designers para apoiar a implementação dos serviços.

Assim, compreendemos que, sobretudo, a revisão sistemática da literatura apresentou elementos fundamentais sobre o estado da arte do campo do design de serviço, tanto no que tange a uma discussão mais conceitual sobre o futuro do campo, quanto no que tange a uma perspectiva mais profissional, apresentando exemplos de imagens e fluxos que narram o processo de design de serviço, são utilizados para testar conceitos e cenários.

A seguir, imergiremos no universo do iF Design Award, a fim de entender as principais questões que emanarão dos projetos analisados.

2.3 Os doze projetos vencedores do iF Design Award Gold

O prêmio iF Design foi criado em 1954 e desde então, anualmente, premia os melhores projetos de design do mundo. A categoria de design de serviço foi introduzida em 2016 e, segundo o site da premiação, o design de serviço otimiza um serviço para clientes ou usuários com o propósito de melhorar um serviço existente ou criar um serviço.

O site do iF Design apresenta os pré-requisitos para a inscrição de um projeto de design de serviço: é necessário explicar o desafio do design, o processo para se chegar na solução e os resultados, incluindo o conjunto de métricas e os tipos de métodos em design de serviço utilizados para resolver o problema. A apresentação deve exibir os elementos de uma solução (por exemplo, um aplicativo, eventos, gráficos, embalagens, produto) e o papel que esses elementos têm no processo do design de serviço. O iF destaca que a principal diferença entre o design de serviço e o design de produto é que o design de serviço não se trata, somente, de projetar um produto físico e que esse produto pode ser parte de um todo maior, o processo do design de serviço. As subcategorias da premiação são: Saúde / Bem-estar, Transporte / Logística, Serviços financeiros / seguro, Varejo / vendas, Cultura / Turismo, Educação / Aprendizagem, Governo / Instituições, Comportamento social / Responsabilidade e Produtividade industrial / sistemas de manutenção. O iF Design Award tem um prêmio especial, o iF Design Award Gold, que identifica os melhores projetos premiados dentro de uma categoria. Nesse sentido, escolhemos os projetos ouro na categoria design de serviço, premiados desde o surgimento da categoria, em 2016. Os projetos selecionados, o ano de premiação, os respectivos designers e suas origens encontram-se na tabela abaixo:

Tabela 2: lista de projetos selecionados pelo iF Design Award Gold de 2016 a 2021

Ano	Nome do projeto	Designer e respectiva origem
2016	<i>Gov 3.0 Design Group: Public participation</i>	Ministry of the Interior – Coréia do Sul
2017	<i>Tate Gallery: Dayfinding app</i>	Fabrique – Holanda
2018	<i>High Risk Pregnancy Toolkit: Antenatal toolkit</i>	Philips Experience Design – Holanda e The International Committee of the Red Cross - Suíça
2018	<i>work_39: Co-innovation architecture</i>	chilli mind GmbH – Holanda
2019	<i>Endoscopy Department Transformation: Hospital interior design</i>	Philips Experience Design – Estados Unidos e eenSTUDIO – Holanda
2019	<i>SXT Partner Notification Service: Digital service</i>	Bit Zesty – Grã-Bretanha
2019	<i>WeChat Scan&Go: Retail scanning app</i>	WeChat Pay – China
2020	<i>Project ATLAS: Community-driven cocreate process for veterans</i>	Philips Experience Design – Holanda
2020	<i>Hand In Scan: Medical service design</i>	Supercharge Kft. – Hungria e Flying Objects Design Studio Kft. – Hungria
2020	<i>ennexOS: Cross-sector portal platform</i>	chilli mind GmbH – Alemanha
2021	<i>ALINE: Mobile app</i>	ID KAIST – Coréia do Sul
2021	<i>Design Movement on Campus: Learning environment</i>	Taiwan Design Research Institute (TDRI) – Taiwan

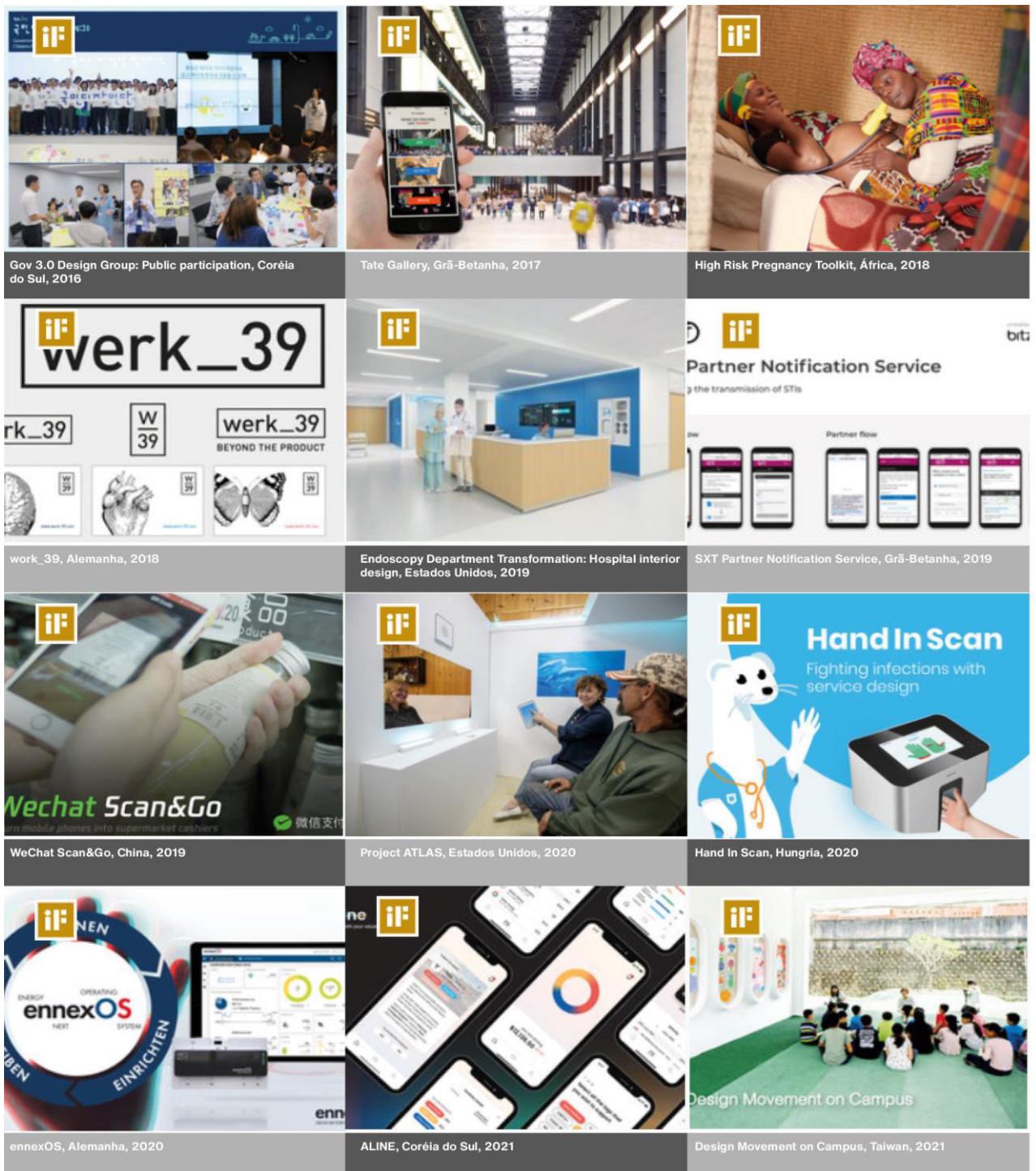
Fonte: Autor

Cyntia Santos Malaguti de Sousa, em seu artigo “Estudos de futuro e premiações em design: observatório de mudanças na cultura material” defende que o trabalho dos designers é orientado pelo futuro, visto que “o desenvolvimento de um plano efetivo no presente requer uma visão do que o futuro ‘poderia’ e ‘deveria’ ser”. Sousa (2019, p.230) menciona o *iF Design Award* como uma das premiações internacionais de design mais renomadas argumentando que “as coleções de design formadas a partir desses procedimentos, embora não se constituam como um retrato do desenvolvimento do design nos setores abrangidos, num determinado tempo e lugar, expressam a visão de uma curadoria especializada sobre excelência, inovação e outras características que as situam, de certa forma, no limiar de uma visão idealizada de futuro e da contribuição do design na sua materialização”. Assim, ao selecionar o *iF Design Award*, na categoria ouro, estamos selecionando o que há de mais representativo sobre o estado da arte em design de serviço no mundo.

Nesse sentido, criamos um banco de dados para registrar todas as informações apresentadas pelo *iF Design* na página dos projetos premiados e coletamos todas as imagens que representam os projetos, tanto as imagens que ficam em destaque na página da categoria de design de serviço, quanto as imagens que estão na página do projeto.

A seguir apresentaremos um painel imagético com as imagens que estão em destaque para representar os projetos no site do iF Design Award. Nesse painel, existem 5 representações de interfaces digitais como, por exemplo, telas de aplicativos, 3 representações de processos de design de serviço, 1 representação de uma situação real de serviço, 1 representação de um ambiente que representa uma interação do serviço, 1 representação de um produto que representa parte do serviço e 1 representação de uma entrega gráfica que faz parte do serviço. Essas representações revelam a dificuldade de oferecer visualizações do serviço em ação, tendo em vista que somente 2 das 12 representações se aproximam de visualizações do serviço na prática demonstradas pelos projetos “High Risk Pregnancy Toolkit”, em que o kit está em uso, e pelo projeto “Endoscopy Department Transformation”, em que o ambiente redesenhado do hospital é exibido em meio a interações entre médicos e enfermeiros. Ambos os projetos foram desenvolvidos pela Philips Experience Design.

Figura 6: Painel imagético com as figuras que representam os doze projetos mapeados.



Fonte: <http://ifdesign.com> (Adaptado pelos autores)

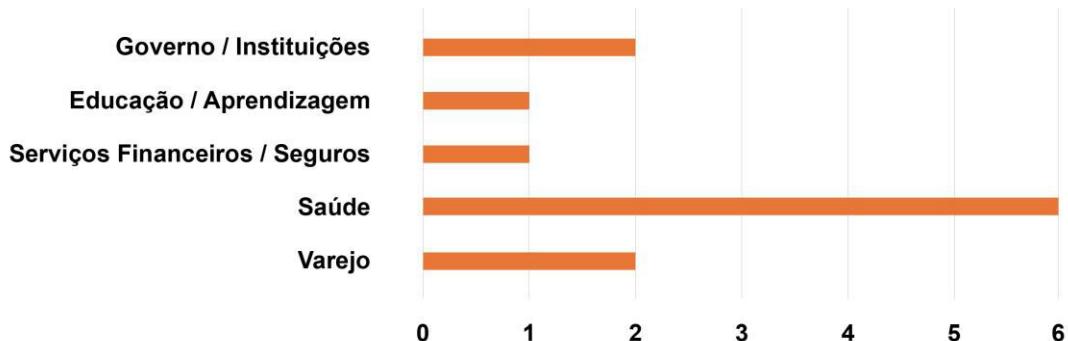
Ao analisar o conteúdo das definições dos doze projetos, sem entrar em detalhes individuais sobre os projetos, foi possível identificar que os trabalhos discorrem sobre uma abordagem mais centrada nas pessoas, envolvendo de forma cocriativa e participativa todos os *stakeholders*, ou diferentes agentes que se relacionam com o serviço, durante o processo de

design de serviço. Alguns projetos são de aplicativos e sistemas digitais, o que muitas vezes pode confundir os campos do design de serviço e de design de interfaces. Entretanto, os cases de aplicativo deixam claro que eles são considerados parte integrante do serviço, que não se resumem à aplicação, mas consideram a experiência de ponto a ponto. A apresentação de números impactantes também foi utilizada em dois cases, um sobre uma plataforma digital que notifica pessoas sobre a possibilidade de estarem com doenças sexualmente transmissíveis e facilita o agendamento de exames – nessa plataforma, até o momento de inscrição do projeto, 7500 pessoas foram notificadas e outro sobre a criação de um serviço de tele atendimento para veteranos estadunidenses que moram em zonas rurais – nesse serviço, até o momento de inscrição do projeto, 3 milhões de pessoas tinham sido alcançadas. Questões de usabilidade como, por exemplo, a proposição de fluxos de interação claros e rápidos e a exibição de *dashboard*, ou painéis visuais com dados e informações analisadas por inteligência artificial, que propõem análises eficientes também foram exaltadas pela descrição dos projetos. O alinhamento com diretrizes de sustentabilidade e de impacto social são comumente descritas pelos projetos.

A apresentação dos cases no site do iF Design Award contém uma parte chamada iF Gold Statement – uma declaração que explica o porquê esses projetos foram dignos de ganhar ouro. O fato de os projetos gerarem inovações sociais foi bastante mencionado nessas afirmações, bem como o processo de design de serviço envolver métodos cocriativos e participativos. A possibilidade de customização dos serviços também foi exaltada pelo júri do iF Design, bem como abordagens holísticas que envolvem testes e iterações com clientes, gerando soluções amigáveis para os usuários e utilizando protótipos de experiências para entregar soluções alinhadas com as necessidades das pessoas. Envolver todos os *stakeholders* para a criação de serviços e projetar o processo de design de serviço, criando métodos próprios e customizados para o projeto, foram iniciativas elogiadas pela premiação.

Ao analisar os doze projetos pudemos identificar que metade deles foram associados à categoria de saúde, conforme demonstrado no gráfico a seguir, o que revela o grande impacto do design de serviço para esse setor. Dois, dos doze projetos, foram relacionados ao governo, revelando também as potencialidades que o campo oferece para o universo das instituições públicas. Setores como varejo, educação e serviços financeiros foram representados por um projeto premiado desde o surgimento do prêmio.

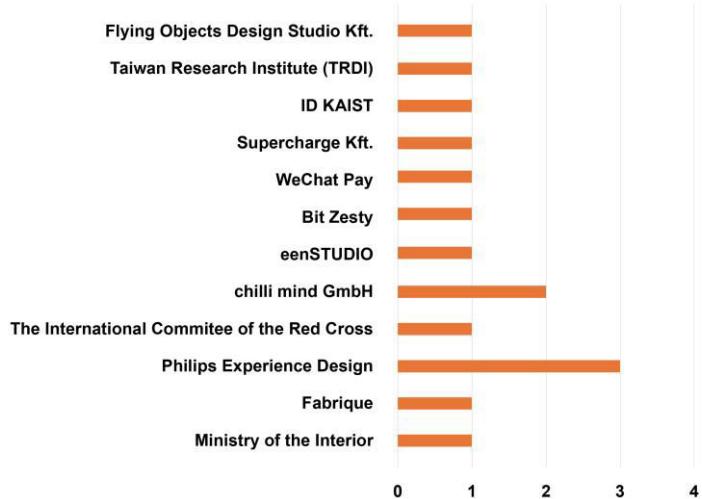
Gráfico 1: Categorias dos projetos premiados



Fonte: Autor

Os designers dos projetos analisados são bastante pulverizados, porém nota-se uma concentração de casos na Holanda e na Alemanha - países representados pela Philips Experience Design e pela chilli mind GmbH, conforme o próximo gráfico revela. A Philips Experience Design desenha experiências, por meio de uma abordagem, centrada no humano, aplicando profundos insights humanos com as tecnologias de ponta, para criar produtos e serviços de cuidado com a saúde que apresentam potencial para melhorar a vida de seus usuários, por meio de uma abordagem amigável e centrada em suas necessidades⁴. Por sua vez, a chilli mind⁵ é uma consultoria expert em criar produtos digitais e dar vida às ideias inovadoras; oferece a possibilidade de planejamento estratégico e implementação de produtos e serviços. Em resumo, consideram-se como pensadores e *makers*.

Gráfico 2: Designers dos projetos premiados



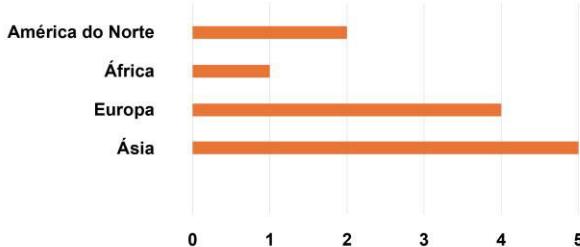
Fonte: Autor

Os projetos premiados foram desenvolvidos prioritariamente para o público europeu, conforme descrito no gráfico a seguir, porém um destaque são os países asiáticos, que têm demandado cada vez mais projetos de design de serviço. A América da Norte está em terceiro lugar e, somente, um projeto foi desenvolvido para a África. A América do Sul e Oceania não aparecem nessa listagem e isso pode ser sintomático de que o design de serviço ainda está em adoção por esses continentes.

⁴ <https://www.philips.com/a-w/about/innovation/experience-design.html>. Acesso: 14 de janeiro de 2022.

⁵ <http://chilli-mind.com/concept>. Acesso: 14 de janeiro de 2022.

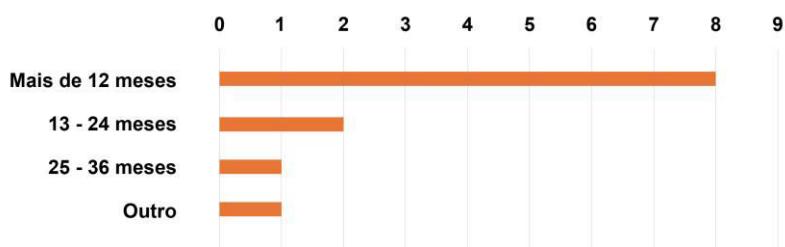
Gráfico 3: Origem dos públicos-alvo dos projetos premiados



Fonte: Autor

Por fim, chamamos a atenção para o tempo de desenvolvimento de projetos em design de serviço que, no caso dos doze projetos premiados, é superior a 12 meses, conforme gráfico a seguir. Isso demonstra que para, efetivamente, desenvolver um projeto em design de serviço é necessário tempo, visto que é fundamental, como abordado anteriormente, envolver todos os stakeholders em um processo participativo.

Gráfico 4: Tempo de desenvolvimento dos projetos *gold*.



Fonte: Autor

Além disso, a implementação dos projetos de design de serviço passa por questões culturais/tecnológicas, o que torna sua materialização ainda mais complexa.

3 Considerações finais

As revisões sistemática e assistemática da literatura e a análise dos doze projetos premiados com ouro no iF Design Award revelam que os aspectos teóricos e práticos do campo estão alinhados e isso mostra que ainda há uma dificuldade em tornar tangível a prática do design de serviço no universo profissional, pois sua abordagem ainda é um tanto teórica e etérea.

É possível identificar, a partir da representação imagética dos projetos de design de serviço no site do iF Design, que existe uma dificuldade em tornar tangíveis os resultados do processo de design de serviço e, por isso, fotos do processo participativo do design de serviço e telas de aplicativos – o mais tangível que se chegou para representar o resultado dos projetos – são utilizadas como estratégia para mostrar que houve um olhar mais holístico e sistêmico para a solução dos desafios de design.

É notável a proficiência da Holanda e da Alemanha no desenvolvimento de projetos de design de serviço, materializada pela assídua presença da Philips Experience Design e da chilli mind GmbH no ranking de designers dos projetos premiados com ouro.

Como próximos passos da pesquisa de doutoramento, os projetos de design de serviço desenvolvidos pela Philips e pela chilli mind serão analisados, bem como os outros 138 projetos premiados pelo iF Design Award, que não foram agraciados com o ouro, mas que possuem o selo de excelência do iF.

4 Referências

ARORA, Mohit; BLESSING, Lucienne; TUCHEN, Stefan. Airport user experience unpacked: Conceptualizing its potential in the face of COVID-19. **Journal of Air Transport Management**. Volume 89. 2020.

BISHOP, Peter C., BUEHRING, Joern. Foresight and Design: New Support for Strategic Decision Making. **She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation**. Volume 6. Issue 3. 2020.

BLOMKVIST, Johan; EDMAN-WETTER, Katarina; VINK, Josina. Staging aesthetic disruption through design methods for service innovation. **Design Studies**. Volume 55, 2018.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior Resolução Nº 5, de 8 de março de 2004. Aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF: MEC/CNE/CES, p. 24, 15 mar. 2004.

CARDOSO, Carlos Coimbra; CATAPAN, Márcio Fontana; FERREIRA, Marcelo Gitirana Gomes; FORCELLINI, Fernando Antônio; MONTANHA, Ivo Rodrigues; SANTANA, Fábio Evangelista. Towards a more inclusive service development process for the wider population. **Design Studies**. Volume 55.

COSTA, Nina; MAGEE, Christopher L; MORELLI, Nicola; PATRÍCIO, Lia. Bringing Service Design to manufacturing companies: Integrating PSS and Service Design approaches. **Design Studies**. Volume 55. 2018.

DALL'AGNOL, Lívia Costa Cabral. **A emergência do design de serviço no Brasil**. 128 f. Dissertação (Mestrado) – Centro Universitário Ritter dos Reis, Faculdade de Design, Porto Alegre, 2015.

DOWNE, Lou. **Good services**: how to design services that work. Amsterdam: BIS, 2020.

EUN, Yu; SANGIORGI, Daniela. Exploring the transformative impacts of service design: The role of designer-client relationships in the service development process. **Design Studies**. Volume 55. 2018.

ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim. **Design dictionary**: perspectives on design terminology. Berlin: Birkhäuser, 2008.

FÁTIMA, Rafael Ramos Toledo Rodrigues de. **Especificidades pedagógicas próprias ao ensino de graduação em design de serviço.** 142f. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2021.

HESKETT, John. **Design: a very short introduction.** Oxford: University Press, 2005.

HORMESS, Markus et al. **This is service design doing.** Sebastopol: O'Reilly, 2018.

iF – ALINE. <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/aline/310898>. Acesso: 23 de jan. de 2022.

iF – eenexOS. <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/ennexos/285544>. Acesso: 23 de jan. de 2022.

iF – Design Movement on Campus. <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/design-movement-on-campus/300113>. Acesso: 24 de jan. de 2022.

iF – Endoscopy Department Transformation. <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/endoscopy-department-transformation/248189>. Acesso em: 21 de jan. de 2022.

iF – Gov. 3.0 Design Group. Disponível em: <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/gov-30design-group/180925>. Acesso em: 20 de jan. de 2022.

iF – Project ATLAS. <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/project-atlas/272617>. Acesso em: 22 de jan. de 2022.

iF – Tate Gallery. Disponível em: <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/tate-gallery/206875>. Acesso em: 20 de jan. de 2022.

iF – Hand In Scan. <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/hand-in-scan/285474>. Acesso: 23 de jan. de 2022.

iF – High Risk Pregnancy Toolkit. Disponível em: <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/high-risk-pregnancy-toolkit/224517>. Acesso em: 20 de jan. de 2022.

iF – SXT Partner Notification Service. <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/sxt-partner-notification-service/257928>. Acesso em: 21 de jan. de 2022.

iF – WeChat Scan&Go. <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/wechat-scango/260418>. Acesso em: 22 de jan. de 2022.

iF – werk_39. Disponível em: <https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/werk39/230392>. Acesso em: 21 de jan. de 2022.

NASCIMENTO, Luís Cláudio Portugal do. A multidisciplinaridade imprescindível e a multidisciplinaridade disfuncional na prática e no ensino do design. **Actas de Diseño**, n. 13, p.117-124, jul. 2012. Disponível em: <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2630/4902>. Acesso em: 13 jan. 2021.

PARK-LEE, Seungho. Contexts of briefing for service design procurements in the Finnish public sector. **Design Studies**. Volume 69. 2020.

PENIN, Lara. A critical approach to service design education. **Touchpoint: The Journal of Service Design**, Köln, v.3, n.1, May 2011.

PENIN, Lara. **Designing the invisible**: an introduction to service design. Nova Iorque: Bloomsbury, 2018.

SECOMANDI, Fernando; SNELDERS, Dirk. Design processes in service innovation. **Design Studies**. Volume 55. 2018.

SOUZA, Cyntia Santos Malaguti de. Estudos de futuro e premiações em design: observatório de mudanças na cultura material. **Actas de Diseño**. Julho 2019. Ano 14. Nº28. Buenos Aires, Argentina | 260 páginas.

VALTONEN, Anna. Approaching Change with and in Design. **She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation**. Volume 6. Issue 4. 2020.