

O PAPEL DO DESIGN[ER] NA CONTEMPORANEIDADE: CONCEITOS, CONSTRUÇÕES E AÇÕES

The role of the design(er) contemporary: concepts, buildings and actions.

MENDES, YANAÍ. Universidade Anhembi Morumbi.

RESUMO

O presente artigo observa o campo do design sob a ótica dos autores Vilém Flusser, Deyan Sudjic e Rafael Cardoso. A partir de seus diferentes conceitos sobre a área, constroem-se relações com temas que entremeiam a contemporaneidade e trazem influências diretas no campo do design, como o consumo, a ética e os avanços tecnológicos. Finalmente apontam-se alguns exemplos de ações que ilustram como os designers podem adquirir liberdade projetual, agindo de modo responsável sem se tornarem retrocessos.

PALAVRAS-CHAVE

Design; Contemporaneidade; Responsabilidade

ABSTRACT

This article notes the field of design from the perspective of the authors Flusser, Deyan Sudjica and Rafael Cardoso. From its different concepts about the area built up relations with the contemporary themes that intertwine and bring direct influences in the design field, such as consumption, ethics and technological advances. Finally it points to some examples of actions that illustrates how designers can acquire projectual freedom acting responsibly without becoming setbacks.

KEY-WORDS

Design, Contemporary, Responsibility

CONCEITOS

A discussão acerca do que é ou não design vem desde o surgimento da área e ganha mais peso e mais caminhos a cada publicação acerca do assunto. Mas o que é perceptível é que o uso exacerbado do termo, as diferenças de significações entre idiomas e o extenso leque de sub-áreas dentro do campo do design geram ainda mais conteúdo para discussão e análise. Isso não quer dizer que, por mais distintas que sejam tais definições, isso as impeça de andarem juntas na construção de um entendimento global sobre o que o assunto abarca. Neste artigo, três diferentes visões¹ serão apontadas a fim de, juntas, construir bases para interpretações e novos olhares.

Uma delas baseia-se no fato de que o design se apóia nas cores e nos formatos para sugerir significados ou gêneros, envolver seus usuários em suas funções e, sobretudo, informá-los sobre elas. O design é, assim, considerado uma linguagem principalmente visual, que se apropria dos sentidos humanos - como o cheiro, o toque e o paladar - para estimular interpretações dos usuários e, de acordo com Sudjic (2010, p.89), “os designs mais brilhantes são os que usam simultaneamente todas essas características, e fazem isso conscientes do que podem fazer”.

Vilém Flusser (2007, p.181-186), ao definir design, busca o sentido etimológico da palavra e a situa tanto como verbo, quanto como substantivo ao afirmar que:

A palavra *design* funciona como substantivo e também como verbo [...], como substantivo [...]: propósito, plano, intenção, meta. [...] Na situação de verbo - *to design* - significa, [...] projetar, esquematizar, configurar. [...] Etimologicamente, a palavra design significa algo assim como de-sagnar (*entzeichnen*). [...] Design está associado a signo (*zeichen*), indício (*anzeichen*), presságio (*vorzeichen*), insígnia (*abzeichen*); e nesse caso poderia surgir uma explicação distinta, mas igualmente plausível para a situação atual da palavra. Mas é exatamente assim: tudo depende do design!

E é justamente sobre esse olhar de que “*tudo depende do design*” que este artigo se apóia. É possível, ao se estudar a história do design, perceber o

¹ Três visões sobre o design foram usadas para a produção deste artigo, sendo elas “A linguagem das coisas” de Deyan Sudjic (2010); “Uma introdução à história do design” de Rafael Cardoso (2008) e “O mundo codificado” de Vilém Flusser (2007).

quanto ele vem sofrendo abusos como ferramenta de propagandas ideológicas, servindo de arma para privilegiar uns em detrimento de outros, ou mesmo, graças ao uso exacerbado do termo, esvaziando-o de significados, ou deturpando sua imagem para a de manipulador e não colaborador de seus usuários (CARDOSO, 2008).

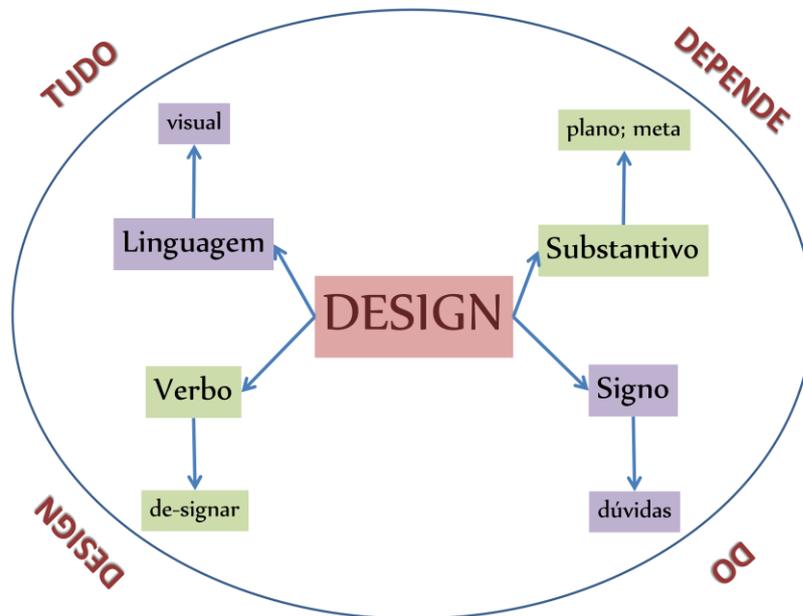


Fig.1: relações dos conceitos sobre design.

Tendo em mente essa pluralidade de interpretações sobre o termo “design”, vemos que, para compreender a sua linguagem, é necessário “se entender a evolução do designer como profissional” (SUDJIC, 2010, p.23); para tanto, precisamos olhar o entorno da área. Sabemos que, entre os séculos XIX e XX, ocorreram três grandes processos históricos concomitantemente em todo o mundo, e o design é fruto deles: primeiramente ocorreu o processo de industrialização, seguido da urbanização moderna e finalmente a globalização. E sobre a globalização não podemos deixar de abordar algumas palavras que logo surgem à mente, como: a contemporaneidade, as relações objeto e usuário, a responsabilidade, a obsolescência programada, o consumo, os avanços tecnológicos e, conseqüentemente, o papel do design[er] nessa sociedade globalizada.

Vivendo em simbiose com as máquinas que criou, o ser humano é obrigado a abrir mão da possibilidade de controle da realidade, até mesmo porque a noção de "realidade" é transformada por sua ação. O humano torna-se escravo das forças de uma outra "natureza" que ajudou a gerar artificialmente. [...] As máquinas, mais eficientes e

mais inteligentes, começam a adquirir a capacidade de prescindir de nós. [...] Todo objeto manufaturado, por sua vez, tem como meta transformar as relações do usuário com seu entorno de modo a tirar dele algum proveito. Ao concretizar uma possibilidade de uso, o artefato se faz modelo e informação (CARDOSO *apud* FLUSSER, 2007, p.13-16).

CONSTRUÇÕES

Sobre a afirmação de Rafael Cardoso (2007) acerca dos artefatos e suas relações com os usuários, percebemos que, de fato, o sentido daquele objeto se configura com a concretização de suas possibilidades de uso, mas o que diferencia as classes desses objetos e pode estabelecer tais relações de uso? É possível entender a engenharia de consumo quando separamos os bens em duas classes, os que *utilizamos* e os que *consumimos*, sendo, aqueles, bens como eletrônicos, por exemplo, e, estes, bens como alimentos ou produtos de higiene pessoal. O design aí, se comparado a essa engenharia de consumo, busca fazer com que *consumamos* mais o tipo de produtos que *utilizamos* (CALKINS *apud* SUDJIC, 2010).

É perceptível, na contemporaneidade, um aumento exponencial no poder de compra da população, nas facilidades para tal e nos incentivos das mídias para que um objeto seja trocado por outro de mesma função, antes que esta troca, de fato, seja necessária. Em parte, isso é consequência de um fenômeno chamado *obsolescência programada*, também conhecido como maturidade do produto. Sudjic (2010, p.5) a exemplifica, ao afirmar que “quando todo mundo que for comprar um televisor já tiver feito isso, só resta aos fabricantes convencer os proprietários a substituir seus aparelhos antigos inventando uma categoria nova”.

Esta afirmação nos aponta para um panorama das relações objeto-usuário modificado durante décadas. A relação dos usuários com suas posses não pode ser avaliada diretamente, pois é uma mescla complexa de ciência e inocência; que envolve paixão, contato, experiência, desejos e necessidades. No período pós-industrialização, a atração por um produto era tão grande que usuários desenvolviam fortes laços com seus objetos; estes, por sua vez, sobreviviam funcionando, na maioria das vezes. Os usuários, desse modo, chegavam a fazer

desses objetos “espelhos de suas experiências da passagem do tempo” (SUDJIC, 2010, p.18).

Hoje, nossas relações com esses novos bens são muito mais rasas; desejamos, adquirimos e trocamos nossos objetos com tamanha facilidade e intensidade que “a paixão acaba quase tão logo a venda é realizada, ou seja, o desejo fenece muito antes que o objeto envelheça”². O que se percebe nesse fenômeno é uma influência direta do processo evolutivo tecnológico, que se acelerou tão rapidamente, fugiu ao controle e ajudou a fazer com que cada nova geração se surpreenda frequentemente com as novidades do mercado, não tendo, assim, tempo de desenvolver algum tipo de relação entre dono e objeto.

AÇÕES

Essa fuga de controle da influência do processo evolutivo tecnológico sobre a produção de bens de consumo traz grandes consequências para a sociedade contemporânea, como o surgimento de uma *ansiedade apocalíptica*, uma *onda de repulsa* ao desejo por tudo o que é fabricado, ou, ao mesmo tempo, o *consumo desenfreado* pela busca do pertencer (SUDJIC, 2010).

Todas essas questões remetem-nos ao que anteriormente apontamos quanto ao fato de o design ser visto como manipulador. Entretanto, começam a aparecer sinais do designer mudando de atitude, por exemplo quando se começou a separar o conceito do *objeto* do conceito da *matéria* (FLUSSER, 2007), e buscaram-se alternativas para a criação de diversos produtos, projetando objetos de uso imateriais, como programas de computador e redes de comunicação.

O processo de criação e configuração dos objetos envolve a questão da responsabilidade (e, em consequência, da liberdade). [...] Deve-se, no entanto, refletir sobre o fato de que, no processo de criação dos objetos, faz-se presente a questão da responsabilidade, e exatamente por isso é que se torna possível falar da liberdade no âmbito da cultura (FLUSSER, 2007, p.196).

² SUDJIC, 2010, p. 9-23.

Tendo estes assuntos – tecnologia, liberdade, responsabilidade, consumo – em questão, percebemos que um problema os permeia. O progresso científico é algo tão tentador na contemporaneidade, a ponto de fazer com o que “qualquer ato criativo ou design concebido com responsabilidade”³ seja visto como retrocesso e, conseqüentemente, desinteressante, logo, superado.

A questão levantada neste artigo é a importância de se observar a atual situação da cultura sob a ótica do design, pensando-se, assim, na necessidade de se agir responsabilmente no processo de criação dos objetos, buscando a liberdade projetual que esta atitude carrega consigo, sem se deixar taxar de retrógrado - portanto deixado de fora do mercado.

Apenas para pontuar essa questão, trazemos dois exemplos de projetos de design que se preocuparam com a questão da responsabilidade e conseguiram trabalhar com liberdade criativa, projetual e prática, obtendo os resultados esperados de maneira não retrocessa.

O primeiro é do designer Toby NG, que decidiu criar um projeto educativo a partir do design gráfico, denominado “If the world was a village of 100 people”⁴. Esse projeto consiste em uma sequência de cartazes que transmitem, entre diversas outras informações, quantas pessoas seriam alfabetizadas, quantos seriam homens, mulheres etc. O objetivo era passar, de maneira simples e acessível, informações complexas que pudessem ter sua seriedade entendida de maneira divertida, por todos os tipos de pessoas.

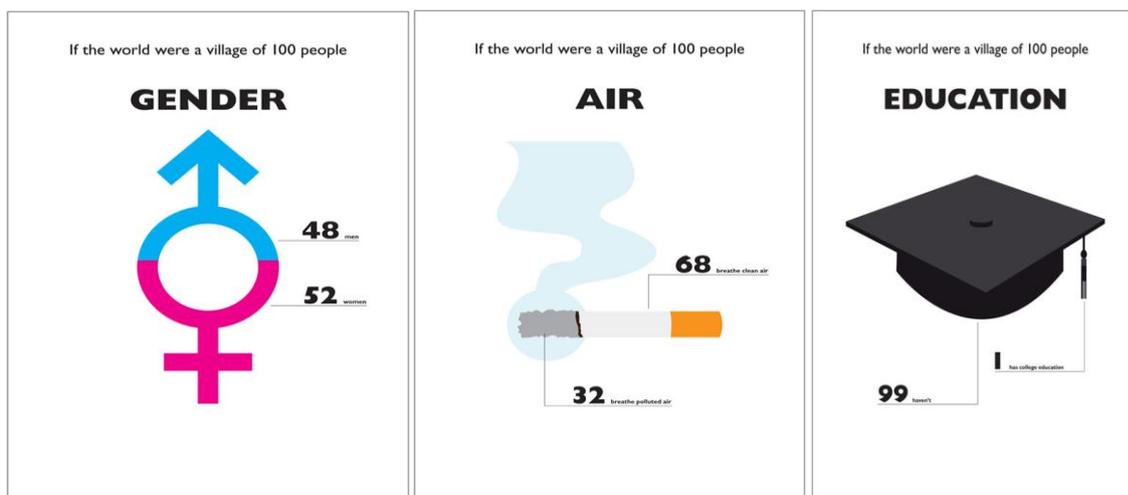


Fig. 2, 3 e 4: If the world was a village of 100 people. Fonte: <http://www.toby-ng.com>.

³ FLUSSER, 2007, p.197.

⁴ If the world was a village of 100 people – Se o mundo fosse uma vila de 100 pessoas. Toby NG. Disponível em: <http://www.toby-ng.com/>. Acesso em maio de 2011.

O segundo projeto é “Clothes Peg” (2010), do grupo de designers de produtos “Product Tank”⁵, que viam sua vizinha tentar, exaustivamente, pendurar as roupas lavadas no varal, mas não conseguia por sofrer de artrite. Movidos pelo desejo de entender o problema dessa usuária e encontrar a melhor solução, o grupo redesenhou os mecanismos que compunham um pregador de roupas, permitindo que qualquer pessoa com fraca aderência pudesse usar facilmente o produto. Neste caso, eles providenciaram para ela diversos pregadores, mas até hoje (2011) o projeto não foi comprado por outras empresas, por usar um pouco mais de plástico do que os pregadores tradicionais. Em compensação, o vídeo do projeto, disponível no site YOUTUBE⁶, já obteve mais de 5 mil visualizações.

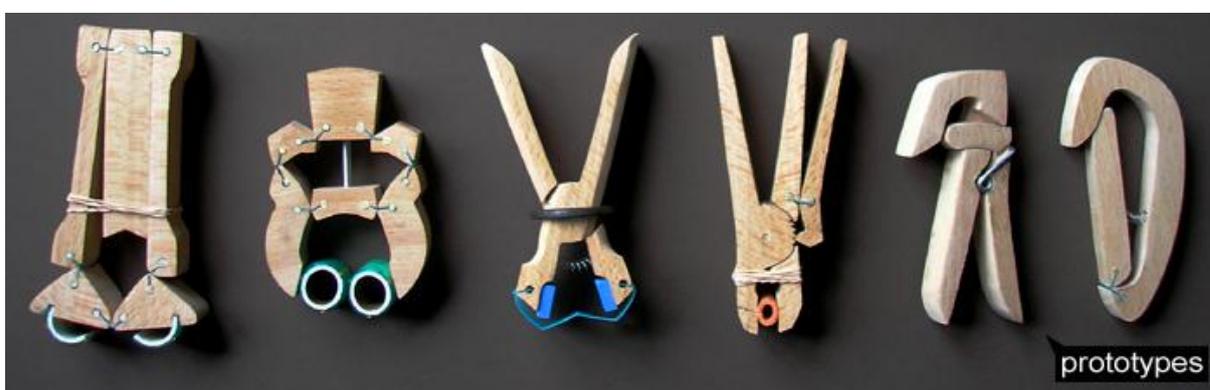


Fig. 5: Clothes Peg – Product Tank - Protótipos. Fonte: <http://www.producttank.com>.



Fig. 6: Clothes Peg – Product Tank – Produto Final. Fonte: <http://www.producttank.com>.

⁵ Clothes Peg – Pregador de Roupas de Product Tank – grupo londrino de designers de produto. Disponível em: <http://www.producttank.com/>. Acesso em maio de 2011.

⁶ Youtube – site para upload de vídeos profissionais ou caseiros – <http://www.youtube.com>.

Esses são apenas dois dos diversos exemplos de projetos do design contemporâneo que começam a pensar responsabilmente em suas manifestações. Podemos afirmar, portanto, que projetos como esses refletir-se-ão em nossos sistemas econômicos - buscando ser um novo DNA de uma sociedade industrial, capaz de entender a natureza deste mundo moderno, pois “embora sem dúvida seja verdade que o design é uma linguagem, só quem tem uma história convincente para contar sabe como usar essa linguagem de maneira fluente e eficaz” (SUDJIC, 2010, p.34).

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Editora Blücher, 2008.

Clothes Peg: Product Tank. Disponível em: <http://www.producttank.com>. Acesso em: 15 maio de 2011.

FLUSSER, Vilém. Diversos textos. In: CARDOSO, Rafael. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

If the world was a village of 100 people: Toby NG. Disponível em: <http://www.toby-ng.com>. Acesso em: 15 maio de 2011.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2010.