



Pensando sobre o papel social do Design

Alta do dólar; superlotação de cachorros no galpão da Sociedade Protetora dos Animais; distribuição gratuita de remédios contra a acne nos hospitais públicos [mesmo depois desses remédios terem causado deformidades nos bebês das gestantes que os ingeriram, nos EUA]; presença de tubarões em praias da costa brasileira; ineficiência do sistema de transplante, graças à precariedade de captação e transporte de órgãos nos hospitais cariocas.¹

O que o Design tem a ver com isso?

À primeira vista, o Design não tem nada a ver com isso, ou pelo menos é isso que se pensa do Design. Pensam assim a população em geral, os empresários, os governantes e os órgãos de comunicação. E eles realmente têm motivos de sobra para isso: o Design se traduz em formas criativas, funcionais, inovadoras; em imagens altamente elaboradas, ricas em significado, plenas de objetividade, beleza e coerência. O design está nas atividades culturais, na moda, nas publicações mais elaboradas, nas fachadas e interiores dos bons hotéis e restaurantes, nos museus de arte contemporânea.

Embora nós, profissionais, tantas vezes arranquemos cabelos durante as fases de projeto e produção de nossos trabalhos, não podemos negar o *glamour* que envolve essa tão prazerosa profissão. Parece que recebemos em dobro aquilo que empenhamos por ela.

Mas essa aparência, adquirida pelo Design no decorrer dos anos, esconde suas potencialidades, suas razões de ser e sua história tal como uma máscara, onde apenas aquilo que é mais externo e frontal se faz visível. E esse aspecto superficial é de tal maneira carismático, que tende a relegar a planos secundários aquilo que dá real sentido à atividade: a tarefa de zelar pelo homem, pela sua qualidade de vida, numa realidade industrial a princípio estranha e pouco amigável.

Procurarei perfilar aqui motivos que me conduzem a acreditar que a discussão desse assunto é mais do que pertinente no momento atual. Esses motivos estão guardados em alguns conhecimentos facilmente acessáveis pela memória daqueles que fazem Design e principalmente nas reflexões sobre aquilo que vemos, vivemos e sentimos cotidianamente enquanto pessoas comuns. Desta forma, proponho-me a contribuir na retomada da discussão sobre o papel social do design.

¹ Notícias presentes nos jornais cariocas, em setembro de 2001

Flashes

Em seu memorável livro *"Diseñar para el mundo real: ecología humana y cambio social"*, Víctor Papanek nos trouxe inúmeros exemplos de como o Design poderia exercer interferências sobre a realidade, em suas facetas social, cultural, política, econômica e técnica. Aquele texto era mais do que uma coletânea de projetos ou propostas de projetos desenvolvidas por estudantes: era um verdadeiro manifesto de Design, com toda a carga de ousadia e paixão comum a manifestos. O cunho extremamente crítico do texto premiava cada situação do mundo real - imperfeito, carente e precário - com propostas simples e geniais, nos convidando a pensar seriamente sobre aquilo em que estava se transformando a atividade, sob a égide do pensamento consumista.

Outra iniciativa muito marcante foi a do *Barrier Free Design*, que partia da premissa de que os espaços públicos e privados, os dispositivos de acionamento manual e outros utensílios, deveriam assumir formas, manejos e dimensões que permitissem a inclusão de portadores de deficiências físicas no rol oficial de usuários. Lembro-me do moderno design de torneiras e maçanetas, e também da proposta de transformar em lei - para a indústria da construção civil - o alargamento de portas e corredores, o que facilitaria o deslocamento de cadeirantes nas casas, apartamentos, escritórios e prédios públicos. Além da beleza da idéia e também dos produtos que dela frutificavam, aquelas mudanças trariam, indiscriminadamente, qualidade de vida para todos.

No campo Design Gráfico, considero impressionante a repercussão alcançada por alguns símbolos, dentre os quais destaco dois casos. Em primeiro lugar, o símbolo do Quarto Centenário da Cidade do Rio de Janeiro, criado por Aloízio Magalhães e "adaptado e aplicado" pela população. Eram pipas, biquines e uma grande sorte de suportes exibindo uma forma sintética e lúdica que teve a capacidade de integrar alegremente as gentes de uma cidade de tantos contrastes, concedendo-lhes uma identidade, um motivo comum para festejar ... e para desenhar. Depois, a frase "I ♥ NY" [Charles Moss/Wells, Rich, Greene]², que desencadeou as mais numerosas adaptações por todo o mundo (I ♥ meu cachorro, I ♥ Pindamonhangaba, I ♥ Psicologia). Uma campanha local que acabou por criar um código mundial de valorização de paixões particularizadas. Hoje este logotipo promocional ganhou nova dimensão com o complemento: I ♥ NY more than ever.

Na carona dos símbolos, chegam à memória os pictogramas e sua alta capacidade de comunicação, sua eficácia visual. Desde a introdução do método Isotype, por Otto Neurath [anos 20/30], até os dias atuais, não deixando de mencionar o mestre Otl Aicher e seu trabalho para as Olimpíadas de Munique, os pictogramas vêm demonstrando ser a mais democrática das línguas, agilizando importantes encontros internacionais e orientando um monte de gente nos mais diferentes ambientes.

Papel importantíssimo também exerceu o grupo da Treetap, devolvendo trabalho e dignidade para os seringueiros do Pará, depois que as plantações de borracha da Malásia dominaram o mercado internacional com preços mais do que competitivos, deixando a produção brasileira de

² Embora tenhamos notícia de que este logotipo promocional foi desenvolvido por Milton Glaser - várias fontes o afirmam - o livro de Richard Hollis, *Design Gráfico: uma história concisa*, dá o crédito à equipe citada acima.

látex à deriva. A linha de bolsas, pastas, mochilas, estojos, bonés e outros tantos produtos é um exemplo de respeito pelo Design, pelo homem e pela nossa terra.

E para encerrar essa sessão de flashes, que tem por intenção trazer para o centro da mesa a idéia de que a função social é inerente ao Design, não se pode deixar de citar o trabalho de Gui Bonsiepe por essas imensas Américas e o seu livro “Teoría y práctica del diseño industrial: elementos para uma manualística crítica”, texto sempre atual e esclarecedor, merecedor de releitura. Nota relevante também para a força-tarefa de José Luiz Ripper, que com uma equipe apaixonada faz, de cada indivíduo, um novo universo. São talheres, suportes para escrever, andadores e inúmeros outros produtos desenvolvidos para atender às necessidades específicas e individuais de cada portador de deficiência. E, por fim, citar o trabalho desenvolvido por Jorge Frascara, tão oportuna e eticamente atento às pessoas, nosso real objetivo [Diseño gráfico para la gente], texto altamente qualificado para capitanear a presente discussão.

Estes são exemplos que permitem uma identificação literal e imediata do papel social que o design exerce. Mas quem consegue conter um sorriso diante das peças produzidas pelo Atelier Alessi, ou quem não parou para pensar quando surgiu o movimento Memphis, ou quem não se admira com a inventividade dos irmãos Campana ou com os infinitos modelos dos relógios Swatch?

A sociedade não é apenas composta pelas populações de baixa renda, pelos portadores de deficiência, pelos desempregados. Sociedade é um termo que inclui a todos. Portanto, ao exercer o papel social que lhe cumpre, o Design também tem a tarefa de sensibilizar, de adornar, de lançar novos conceitos, mesmo que tais ações estejam acopladas a objetos que a esmagadora maioria não irá adquirir.

Mas a força de interferência do Design na realidade não está concentrada exclusivamente em coisas do uso imediato ou cotidiano. Além dos clássicos produtos com os quais apenas interagem os especialistas - instrumentos cirúrgicos, colhedeira de mandioca, estações de trabalho para hidrelétricas - essenciais para manutenção do dia a dia, é indispensável também considerar o papel da produção teórica em Design - pesquisas, registro de cursos ministrados, artigos, seminários, debates, aulas, e toda a sorte de coisas que divulgam nossos processos, idéias, avanços e reflexões.

Na verdade, não apenas o designer, mas todos os profissionais - médicos, lixeiros, engenheiros, operários, vendedores, empregados domésticos, atores, músicos, jornalistas, cientistas, padres, ecologistas, contadores, coveiros, policiais, professores, bombeiros - têm por pressuposto um papel social, na medida em que trabalham tendo por objetivo o homem e seu bem estar. Óbvio? Nem tão óbvio assim, pois quanto mais o tempo passa, mais temos a impressão de que tudo nos conduz a esquecer disso.

Tendências

Na medida em que avança a tecnologia tendemos, de uma maneira geral, a valorizar suas capacidades, em detrimento da capacidade humana e tudo aquilo que ela vem perdendo ou adquirindo sob a interferência dessa tecnologia.

Quanto mais entram em jogo as condições para nossa subsistência, mais somos obrigados - ou nos deixamos obrigar - a flexibilizar princípios e ideais, numa postura que não considera as conseqüências futuras de nossas ações.

Quanto maior o volume de informação que recebemos, mais somos poupados da tarefa de refletir sobre o que vemos e do trabalho de produzir novas idéias.

Contra essas tendências se faz necessário lutar, ou prosseguir lutando.

Numa atividade onde as pessoas e aquilo que as cerca são os elementos primordiais de uma equação de onde resultam projetos de interfaces, concentrar a atenção em apenas um desses dois fatores conduz a resultados esquizofrênicos, mesmo que apenas a longo prazo. E não se pode negar que existe uma forte tendência em concentrarmos a atenção na tecnologia envolvida na produção de nossos projetos, nos prazos apertados que a lei da concorrência nos impõe, fazendo com que tantas vezes consideremos encerrada nossa tarefa na data de entrega do impresso ao cliente, no momento em que o produto chega às estantes das lojas, na hora em que a placa ficou bem afixada na via pública. E, no entanto, é aí que aquilo que projetamos irá entrar em contato com o público, com o usuário e exercer um papel, um papel social.

Flashes finais

Tratando especificamente das mensagens visuais: volta e meia nos surpreendemos com os filmes comerciais que assistimos pela televisão. A publicidade tem se esmerado em investigar novos caminhos para a mensagem que cativem o público e o conduzam à ação. Temos também assistido aos esforços das intenções políticas na utilização eficaz de canais para as suas mensagens [haja visto as atuais estratégias de comunicação do governo norte-americano e dos grupos terroristas islâmicos] além da campanha de efeito impressionante que motivou o povo alemão para a Segunda Guerra, em grande parte resultante do esmerado trabalho da cineasta Leni Riefensthal. No entanto, acaso temos notícia de um trabalho investigativo e sistematizado que contemple a criação de mensagens visuais para objetivos humanitários, pensadas e desenvolvidas com a ética que o tema exige, com o conhecimento de causa do público enquanto grupo composto por individualidades, rico em lembranças, vivências, desconfortos e desejos? As iniciativas que até hoje pude localizar estão esparsas, à revelia de uma realidade que se faz a cada dia mais carente de atitudes que levem a produções dessa natureza. E estou convencida de que o Design Gráfico é uma das atividades escaladas para esta grande, talvez eterna tarefa.

Sobre objetos do cotidiano: algumas formas consagradas pelo uso contínuo simplesmente não funcionam a contento. O carrinho e a sacola de supermercado são bons exemplos disso. Todos os estados físicos, todas as formas, temperaturas, tipos de resistência, empoleirados ou sofregamente

arranjados em espaços alienados do direito à sua própria função. O guarda-chuva, feito para ser esquecido, para virar do avesso, ser perdido e proteger cerca de apenas 30% do corpo. E o não tão falado "bico de pato", instrumento certamente medieval para exames ginecológicos, impedido por forças desconhecidas a não evoluir um grau sequer, nem na forma, nem no funcionamento, nem mesmo no material. Produtos estacionários, esquecidos pela inventividade.

Grandes "roubadas" da tecnologia: onde será que foram parar todas aquelas máquinas de escrever? E tudo o que é descartável: fraldas, pilhas ... Só depois de sessenta anos descobriram que o CFC - gás dos refrigeradores - destruía a camada de ozônio. Só depois de trazer à vida uma geração de deficientes físicos, a população mundial ficou sabendo dos perigos da talidomida, milagroso remédio que eliminava os enjôos das gestantes nos primeiros meses de gravidez. Quantos outros perigos estão por vir antes que estejamos internamente treinados a questionar tantas promessas? Será mesmo que o telefone celular é inofensivo à nossa saúde? Nos agarramos às novidades e delas fazemos - como se diz - verdadeiras próteses.

De ponta-cabeça: a soberba inteligência das formas da natureza é interpretada pela Biônica e adaptada aos utensílios, a estruturas de sustentação, de transporte etc. O que pensar, então, da equipe que projetou a mina anti-pessoal que se dirige ao solo com o movimento delicado das borboletas, maravilhando e atraindo as crianças para si?

Da cabeça aos pés: uma equipe de engenheiros da Ucrânia desenvolveu uma bota que reduz imensamente os riscos de acidentes para os voluntários que desativam minas terrestres [<http://www.aigis.co.uk>].

Ensinando e aprendendo: professores se esmeram em dar conta de todo um conhecimento acumulado no passado e no ferramental necessário ao ingresso seguro dos alunos no mercado de trabalho. Sobra muito pouco tempo para enxergar o presente. Os livros têm coisas importantes sim, mas as ruas e o silêncio das pessoas também as têm.

Penso fazer parte do papel social de cada atividade, uma permanente disposição em encarar novos desafios. Talvez o que nos conduza a não identificar com facilidade o nosso papel social seja um lento e constante afastamento, um apaziguador distanciamento da consciência de tantas instigações.

Acredito que acessando doses de ousadia, humildade, inventividade, perspicácia e pragmatismo, possamos pingar em nossos olhos um colírio que nos fará enxergar - sem traumas - a realidade que nos cerca, o papel social de tudo aquilo que temos feito e de tudo aquilo a mais que ainda poderemos fazer.

Designer formada pela ESDI - 1981

Mestre em Design pela PUC-Rio - 1989

Professora do curso de Design PUC-Rio

Autora de "A tele-visão coletiva da História: possível usina para uma linguagem gráfica e simbólica"