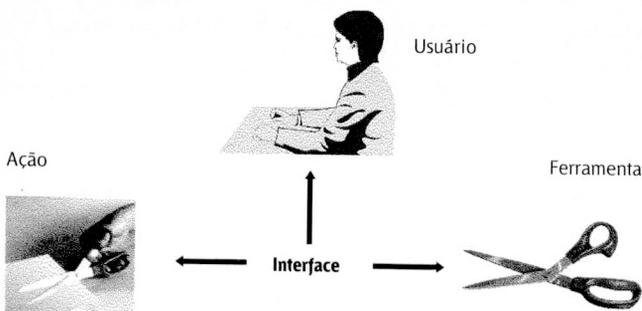


No transcurso das últimas quatro décadas, o conceito de design experimentou uma série de mudanças, que se refletem também na mudança das temáticas centrais do discurso projetual. Simplificando, penso que podemos descrever esta mudança da seguinte maneira:

Nos anos 50 o discurso projetual centrou-se na **produtividade**, na **racionalização** e na **padronização**. A produção industrial – exemplarmente realizada no **fordismo** – fornece o modelo para diferenciar o design do campo da arte e das artes aplicadas e para fornecer credibilidade à nova disciplina do design nas empresas. Este discurso ganhou peso particularmente na Europa durante a fase de reconstrução, após a Segunda Guerra Mundial. Existia uma grande demanda por bens que poderia ser satisfeita com a produção em série, lançando produtos a preços acessíveis ao mercado.

Paralelamente a este tema central, surgiu um interesse pela **metodologia** que culminou, em 1964, na publicação do livro clássico de Christopher Alexander *Notes on the Synthesis of Form*.

1.1 Diagrama ontológico do design



O terceiro tema do discurso projetual se referia à relação entre design e ciências. Com considerável atraso, o design entrou depois no discurso da administração de empresas e da gestão. Esse processo, ao que tudo indica, ainda não está terminado.

Na América Latina, e particularmente nas empresas orientadas à produção (*engineering driven*), o design tornou-se um fenômeno marginal, pois transcende os critérios tradicionais da engenharia de produção. A tentativa de compreender o design sob esta perspectiva encontra dificuldades. Geralmente acaba no juízo – ou preconceito – de que o design seria nada mais que **cosmética**, limitando-se a agregar alguns traços decorativos aos projetos provenientes dos departamentos de engenharia. Se consideramos a produção industrial com as categorias da engenharia, o designer aparece como um especialista em make-up. Ele, no entanto, possui um dom invejável, em forma de saber desenhar à mão livre. **Design**, porém, **não é desenho**. Vale a pena enfatizar isto, pois na opinião pública o design vem estreitamente associado à capacidade de desenhar.

Com diferentes matizes, estas opiniões que ligam o design ao mundo do superficial, do pouco importante, do pouco rigoroso, continuam presentes numa concepção de design que considera a **forma** e o **visual** como o mais importante. Os designers não deveriam estar surpresos de ver interpretadas suas atividades de maneira tão simplista. Eles podem formular, como contra-argumento, que para muitas pessoas esses arabescos secundários têm muita importância. A sobrevivência de empresas inteiras pode depender dessas supostas brincadeiras cosméticas.

A teimosa persistência do topos da cosmética revela a inércia de explicações esquemáticas que pretendem captar um fenômeno utilizando categorias inadequadas. Em vez de atribuir ao design a função de fazer envoltórios bonitos para produtos e mensagens, podemos usar um esquema mais esclarecedor: o **diagrama ontológico do design**.

Esse diagrama é composto de três domínios, unidos por uma categoria central.

- ♦ Primeiro, temos um **usuário** ou agente social que quer realizar uma ação efetiva.
- ♦ Segundo, temos uma **tarefa** que o usuário quer cumprir, por

exemplo: cortar pão, passar batom, escutar música, tomar uma cerveja ou abrir um canal num dente.

- Terceiro, temos uma ferramenta ou **artefato** de que o usuário precisa para realizar efetivamente a ação – uma faca, um batom, um walkman, um copo, uma turbina de precisão de alta velocidade com 20.000 rpm.

Aqui se apresenta a pergunta: como estes três campos heterogêneos – um corpo, um objetivo e uma ferramenta ou uma informação no caso da ação comunicativa (diferenciamos entre **ação instrumental**, ou uso de produtos, e **ação comunicativa**, ou uso de signos/informações) – podem ser acoplados um ao outro? Ora, o acoplamento entre estes três campos ocorre pela interface. Temos que levar em conta que interface não é uma “coisa”, mas o espaço no qual se estrutura a interação entre corpo, ferramenta (objeto ou signo) e objetivo da ação. É exatamente este o domínio central do design.

A **interface** revela o caráter de ferramenta dos objetos e o conteúdo comunicativo das informações. **A interface transforma objetos em produtos. A interface transforma sinais em informação interpretável.** A interface transforma simples presença física (*Vorhandenheit*) em disponibilidade (*Zuhandenheit*).

Dois simples exemplos servem para visualizar a performance da interface. Como é sabido, o corpo humano consiste em uma substância branda envolta por uma membrana sensível com pouca resistência contra perfurações. Por isso, precisa-se de uma cabeça lisa no percebejo. Sem essa interface o uso do percebejo não somente teria conseqüências dolorosas, mas seria impossível.

Outro exemplo é a tesoura. Um objeto pode ser denominado “tesoura” quando possui duas lâminas de corte. Para transformar este objeto numa tesoura, precisamos ainda de duas alças, com as quais se acopla a ferramenta ao corpo humano. A interface constitui a ferramenta. Esse domínio constitutivo, sem o qual não existem ferramentas, fornece uma base de legitimação mais ampla e menos frágil que a daquelas interpretações que orientam o design principalmente ao domínio da forma e da estética (essa é uma das dificuldades da história da arte frente ao design, ou seja, a falta de atenção à base material e aos fatores tecnológico-

industriais impõe limitações às tentativas de entender o design no quadro das categorias artístico-estéticas).

Retomando o resumo dos tópicos do discurso projetual, temos que mencionar a crítica radical da **sociedade de consumo** nos anos 60. Existia também a esperança de uma alternativa de design, uma nova cultura de produtos e novas possibilidades nas economias planificadas. Parecia plausível que uma sociedade organizada de acordo com outros critérios poderia também criar uma outra cultura material, um mundo do consumo, porém não de consumismo.

Nos anos 70, o tema da **tecnologia apropriada** entrou no discurso projetual. Pela primeira vez foi criticada a concepção universalista da “Boa Forma” ou do “Bom Design”. Exigia-se um design próprio do Terceiro Mundo. Partindo da **teoria da dependência**, argumentou-se em favor da possibilidade e necessidade de um design próprio. O contraste socioeconômico entre países centrais e países periféricos levou a questionar a validade de interpretações do design que até então estavam exclusivamente radicadas nas economias industrialmente avançadas. Não era só o PIB que permitia classificar os países em dois grandes grupos, mas também o efeito corrosivo da industrialização, caracterizado principalmente pelo abismo entre uma minoria orientada ao modelo de consumo dos países centrais e uma maioria marginalizada, vegetando num nível mínimo de subsistência. Essas profundas fissuras nas sociedades periféricas conferem ao debate do design na periferia uma inevitável dimensão política. Isto dificilmente se pode compreender partindo de uma perspectiva de um país central. Na periferia, os problemas do design são menos de caráter técnico-profissional e mais de caráter sociopolítico.

A atitude dos países periféricos em relação ao design dos países centrais era às vezes ambígua; não se podia negar a qualidade técnica do design dos países centrais que, aberta ou veladamente, serviam como ponto de referência. Também corria-se o risco de chegar ao design de segunda qualidade devido à insuficiência de know-how técnico sobre processos de fabricação. Registrava-se uma busca apaixonada pela **identidade do design**. Porém, podia-se perguntar por que não fazer simplesmente design em vez de perder tempo com a busca de uma identidade. O pano de fundo de um nacionalismo do Terceiro

Mundo poderia facilmente provocar o juízo lacônico e irônico de que o nacionalismo seja a última opção dos pobres. Esta caracterização negativa não percebe o elo entre identidade e dignidade. A busca de identidade é motivada pelo desejo da autonomia, vale dizer, o poder e a capacidade de co-determinar o próprio futuro.

Nos anos 80 reviveu-se uma **crítica ao racionalismo** e ao funcionalismo, ou melhor, fez-se uma leitura muito simplista do funcionalismo. Havia chegado novamente o tempo dos grandes gestos pessoais. As perguntas sobre a relevância social do design foram condenadas à extinção. Novamente as discussões sobre o **estilo** e a **forma** dominaram a cena. Objetos de design foram elevados ao status de objetos de culto. Surgiu um neo-artisanato das pequenas séries, sobretudo no setor de mobiliário e das luminárias, com preços que correspondiam ao mercado de arte. Valia o lema de que o design deveria ser, antes de tudo, divertido (*fun*).

Nos anos 90 se apresentam questões sobre a **compatibilidade ambiental** e a **gestão do design**. Já não se fala de desenvolvimento, mas sim de **desenvolvimento sustentável**. Este termo se relaciona com a temática da tecnologia apropriada dos anos 70, advogando um desenvolvimento orientado às necessidades dos países, levando em conta as possibilidades técnicas e financeiras locais.

Lendo as publicações de design e observando os eventos de mídia, podemos dizer que hoje o design está na crista da onda. Nunca antes se conseguiu entender o design como fator decisivo nas discussões sobre a eficiência e competitividade de empresas e economias. Simultaneamente, porém, registramos a contradição entre a popularização deste termo e o seu **déficit nos aspectos teóricos**. O design é hoje um fenômeno não pes-

1.2 Acoplamento estrutural



quisado a fundo, um domínio ainda sem fundamentos, a despeito de sua onipresença na vida cotidiana e na economia. Como podemos explicar este déficit? Podemos supor que exista uma relação mútua entre a fragilidade do discurso projetual e a ausência de uma teoria rigorosa do design. Para abrir uma nova perspectiva, proponho uma reinterpretação do design, fora do referencial da boa forma e suas tendências sociopedagógicas. Apresento esta **reinterpretação** em forma de sete caracterizações ou teses.

- ♦ 1
Design é um domínio que pode se manifestar em qualquer área do conhecimento e **práxis humana**.
- ♦ 2
O design é orientado ao **futuro**.
- ♦ 3
O design está relacionado à **inovação**. O ato projetual introduz algo novo no mundo.
- ♦ 4
O design está ligado ao corpo e ao espaço, particularmente ao **espaço retinal**, porém não se limitando a ele.
- ♦ 5
Design visa à **ação efetiva**.
- ♦ 6
Design está lingüisticamente ancorado no campo dos **juízos**.
- ♦ 7
Design se orienta à **interação entre usuário e artefato**. O domínio do design é o domínio da interface.

Estas sete teses exigem, entretanto, um comentário adicional. A primeira caracterização do design, como domínio da ação humana, o separa do quadro estreito das disciplinas projetuais, pois em geral o termo “design” é associado ao design industrial, design gráfico e design de interiores. Existe o perigo de se cair na armadilha das generalizações vazias do tipo “tudo é design”. Porém, nem tudo é design e nem todos são designers. O termo “design” se refere a um potencial ao qual cada um tem acesso e que se manifesta na invenção de novas práticas da vida cotidiana. Cada um *pode chegar a ser designer* no seu campo de ação. E sempre deve-se indicar o campo, o objeto da atividade projetual. Um empresário ou dirigente de

empresa que organiza a companhia de uma maneira nova faz design sem sabê-lo. Um analista de sistemas que concebe um procedimento para reduzir o desvio de malas no tráfego aéreo faz design. Um geneticista que desenvolve um novo tipo de maçã, resistente a influências externas, faz design. Os objetos do design não se limitam aos produtos materiais. Design é uma atividade fundamental, com ramificações capilares em todas as atividades humanas; por isso, nenhuma profissão pode pretender ter o monopólio do design.

O futuro é o espaço do design: o passado já passou e portanto está excluído de atos projetuais. O design somente é possível num estado de confiança e esperança. Onde domina a resignação não há design.

Os termos “**inovação**” e “**design**” superpõem-se parcialmente, muito embora não sejam sinônimos. Design se refere a um tipo especial de ação inovadora, que cuida das preocupações de uma comunidade de usuários. Design sem componente inovador é, obviamente, uma contradição. Porém, ação inovadora que produz algo novo não é condição suficiente para caracterizar o design na sua plenitude; por isso precisamos nos referir ao conceito “*concerns*” (preocupações), com o qual se estabelece uma relação com a ética.

Podemos dizer que todo design termina finalmente no corpo. O **espaço retinal** ocupa uma posição privilegiada, pois os seres humanos são em primeiro lugar seres vivos com olhos. No caso de ferramentas tanto materiais quanto imateriais, a tarefa do design consiste em **acoplar os artefatos ao corpo humano**. A este processo se denomina “**acoplamento estrutural**”.¹

As interpretações tradicionais do design utilizam conceitos tais como “**forma**”, “**função**” e “**estilo**”. Em vez de enquadrar o design nestas categorias, parece mais promissor relacionar o design ao domínio da **ação efetiva**. Ao nos perguntarmos para quê os produtos são inventados, projetados, produzidos, distribuídos, comprados e utilizados, podemos dar uma resposta simples: produtos são inventados, projetados, produzidos, distribuídos, comprados e usados para facilitar ações efetivas. Para caracterizar uma ação como ação efetiva tem-se que indicar sempre o campo e os standards de valores. Visto na perspectiva da antropologia, um batom é um objeto para criar uma tatuagem temporária que se usa no quadro do comporta-

mento social chamado auto-apresentação e sedução. Os critérios de sua eficiência certamente diferem dos critérios aplicados a um programa de editoração de textos, um anúncio de concerto ou uma escavadora frontal para construção de estradas. Não faz sentido falar de eficiência sem indicar simultaneamente os standards implícitos de acordo com os quais um produto é avaliado como efetivo para determinar a ação. Podemos usar o termo “*affordances*”, cunhado por Gibson.²

Artefatos são objetos para possibilitar ações efetivas. A interface é, como mencionado acima, o tema central do design. A interface permite explicar a diferença entre **engenharia e design**. No entanto, ambos são disciplinas projetuais. O design visa aos fenômenos de uso e da **funcionalidade de uso**. No centro de seu interesse se encontra a eficiência sociocultural na vida cotidiana. As categorias da engenharia, porém, não captam os fenômenos de uso, ou seja, a integração dos artefatos à cultura cotidiana. Elas recorrem ao conceito da eficiência física, acessível aos métodos das ciências exatas que não captam os fenômenos de uso, ou seja, a integração dos artefatos à cultura cotidiana.

Com base na **afinidade entre design e linguagem** – em ambos os campos se realizam atos declaratórios –, torna-se imperativa uma reformulação do ensino do design. Transformar esta exigência numa prática será difícil. Realizar esse programa pode demorar décadas. Hoje, todavia, já podemos afirmar que nenhum programa de ensino de design pode prescindir da linguagem, e portanto, em última instância, da filosofia.

1 Maturana, Humberto/Varela, Francisco: *El árbol del conocimiento*. Universidad de Chile: Santiago 1990 (6. ed.) 50-51

2 Gibson, James J.: *The Ecological Approach to Visual Perception*. Lawrence Erlbaum: Hillsdale 1986, 138-140

Nota
Palestra para o Simpósio “*Cultura e Novos Conhecimentos*”,
Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México,
17 - 20 de fevereiro de 1992.