

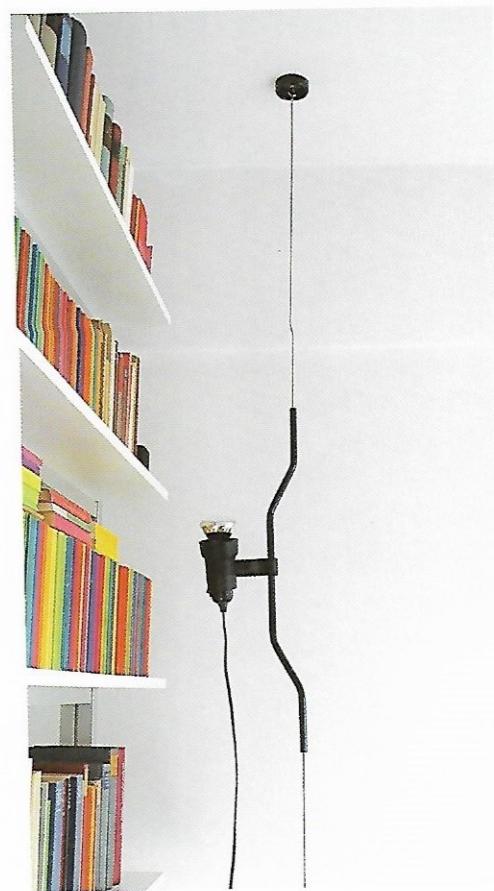
Algumas Virtudes do Design

- SEIS PROPOSTAS PARA O PRÓXIMO MILÊNIO, DE ITALO CALVINO
- PREOCUPAÇÕES (CONCERNNS) BÁSICAS E PREOCUPAÇÕES EFÊMERAS
- INTELECTUALIDADE
- O SETOR PÚBLICO
- ALTERIDADE
- VISUALIDADE | PICTURALIDADE | PERCEPÇÃO
- TEORIA DO DESIGN

|01|



|02| |03|



[01] Design no setor público: sem pretensões, distante do «DESIGN» autoral divulgado pela mídia.
[02] Cartão telefônico. Projeto: Karel Martens, 1993.

[03] Luminária parentesi. Projeto: Achille Castiglioni e Piero Manzù, 1970.

Um termo fora de moda

Para discutir a associação entre virtude e design, faço referência a seis conferências de Italo Calvino, contidas no livro *Six Memos for the Next Millennium*, 1988.⁽¹⁾ Nessa publicação póstuma, ele fala dos valores da literatura que gostaria de ver preservados no século XXI. O autor chama esses valores de «virtudes». Essas seis conferências apresentadas por Calvino em 1985, na Universidade de Harvard, se referem a: leveza (*lightness*), rapidez (*quickness*), exatidão (*exactitude*), visibilidade (*visibility*), multiplicidade (*multiplicity*) e coerência (*consistency*). Sem correr o risco de cometer o erro de uma interpretação esquemática indevida, esses valores podem ser relacionados – com os devidos ajustes – à área de design. Uma interpretação literal seria ingênuo e inapropriada. Porém, existem paralelos, afinidades e equivalências. Por exemplo, se Calvino define a leveza como a tentativa de tirar peso da linguagem e das narrativas, haverá, certamente, analogias no campo do design, apesar de Calvino usar o termo metaforicamente – em relação à linguagem.

Leveza, no design, é uma virtude que deveria ocorrer, sobretudo, quando se leva em consideração os fluxos de materiais e de energia e suas influências sobre o ambiente, ou quando se registra a sobrecarga da rede virtual com lixo digital. Calvino refere-se à leveza como «salto rápido e imprevisto do poeta-filósofo que se eleva sobre o peso do mundo e mostra [...] aquilo que muitos interpretam como um sintoma da vitalidade de nossos tempos – ruidosos, agressivos, rápidos e barulhentos – pertence ao domínio da morte como o «cemitério de carros» velhos e enferrujados». A leveza ganha um componente crítico e dissipar as associações erradas com superficialidade e pouco-caso.⁽²⁾

[04] Cédula dos Países Baixos antes da introdução do Euro. Projeto: Jaap Drupsteen, 1988.

[04]



Sem dúvida, abstraindo-se as características físicas evidentes, também incluem-se, no conceito de leveza, o humor, a graça e a elegância. Esses atributos se encontram particularmente no design italiano, por exemplo, a luminária *paren-tezi*, de Achille Castiglioni e Piero Manzù, 1970. No design gráfico, existem as cédulas dos Países Baixos antes da introdução do Euro. Esses projetos ilustram o significado da virtude da leveza no design.

Seria interessante adotar Calvino como guia e conseguir para o design o que ele conseguiu para a literatura, mesmo que o design ainda não tenha uma tradição tão arraigada como a literatura. Além disso, falta uma valorização cultural ao design. Até o momento, o design só penetrou timidamente no círculo das temáticas credenciadas dos *cultural studies*. Por isso, o design leva uma existência à sombra, também possivelmente em virtude de sua complexidade e de suas conexões com tecnologia, sociedade, economia e cultura. A despeito dessas limitações e diferenças, não seria exagero afirmar que o design também tem suas virtudes, ainda que não sejam sempre formuladas explicitamente. Obviamente

(1) Calvino, Italo, *Six Memos for the Next Millennium*, Harvard University Press, Cambridge Mass. 1988.

(2) *Op. cit.*, p. 12.

não me refiro às virtudes como assunto privado, mas às virtudes como assunto relacionado ao domínio público – uma relação que inevitavelmente se manifesta em qualquer prática projetual.

Preocupações (*concerns*) básicas e preocupações efêmeras

As virtudes enumeradas por Calvino estão intimamente entrelaçadas com a prática projetual porque essa atividade atende certos interesses primários – podemos dizer até interesses básicos. Em cada ato projetual, há interesses e necessidades atendidos e a maneira de atendê-los depende da virtude que se apresenta com cada ato projetual, independentemente do fato de o designer estar consciente disso. Lembrar esse fato, aparentemente distante da realidade, pode incomodar uma prática que se considera com os pés no chão e arraigada na realidade.

A popularização do design durante a década de 1980 transformou a palavra «design» em um termo multiuso. Seria hipócrita queixar-se desse fato; porém, a popularização leva a uma visão distorcida. Frequentemente, usa-se o termo «design» como etiqueta para uma classe especial de produtos, por exemplo, *designer jeans*, *designer joias* e *designer móveis*... Esses exemplos tendem a esconder o fato de que todos os artefatos materiais e semióticos são resultados de atividades projetuais, e não somente aqueles produtos para a decoração doméstica e a autorrepresentação pessoal que levam a etiqueta «design».

Intelectualidade

No congresso de Aspen, em 1989, dedicado ao design italiano, Ettore Sottsass surpreendeu o público quando se apresentou como intelectual ou operador cultural.⁽³⁾ Haverá poucos países em que esse tipo de autocaracterização pode ser apresentado com tanto desembaraço, como na Itália, sem que o público franza a testa. A maioria dos designers concordará com essa autointerpretação como intelectual, somente com algumas ressalvas. Antes, insistirá dizendo que eles são práticos e que não se encontram na proximidade do intelectual ou, usando a terminologia de Antonio Gramsci, na proximidade do «intelectual orgânico». Essa maioria dirá que aplica sua competência técnica em instituições produtivas, tais como empresas privadas ou instituições públicas.

Os intelectuais são caracterizados como especialistas da palavra porque elaboram discursos, por exemplo, nas áreas da política, ciência e tecnologia. No campo do design, a formação intelectual não tem uma tradição forte porque o ensino

⁽³⁾ Desde os anos 1950, organizam-se conferências internacionais em Aspen que têm contribuído para a reputação da instituição.

do design surgiu de uma tradição artesanal, com uma profunda desconfiança contra tudo que é «teórico». Nos últimos anos, registramos tendências para uma mudança, distanciando-se da postura desconfiada ou indiferente à postura teórica ou questões especulativas. Os designers, principalmente os designers gráficos, começam a escrever, superando, assim, a época de silêncio coletivo da profissão.⁽⁴⁾

Atualmente, projetar e escrever sobre design não são mais consideradas atividades mutuamente excludentes. Por isso, algum futuro historiador do ano 2050, ao traçar o cenário do design de hoje, será surpreendido pela existência de falsas alternativas entre ação (fazer) e reflexão (pensar). Na próxima geração, essa dicotomia contraproducente provavelmente será considerada superada pela maior integração entre a teoria e a prática do design. Será comparável ao debate entre Muthesius e van de Velde quando discutiam sobre padronização e normas técnicas, no período da fundação do *Werkbund* (associação de empresários, arquitetos, artistas e jornalistas, criada em 1907). Hoje, esse debate não tem mais relevância.

Como é sabido, os intelectuais preocupam-se em refletir sobre seu papel na sociedade e problematizar precisamente essa sociedade. Eles se destacam na sua autocaracterização e na perseverança em descobrir contradições, sacudindo os fundamentos da autocomplacência, comparando a realidade dada com aquela possível e, sobretudo, perguntando sobre a legitimidade do poder. Estão longe de mim glorificar o papel do intelectual e, menos ainda, superestimar as possibilidades de sua influência. Tampouco quero reforçar o estereótipo de seu papel como contestatório rancoroso incorrigível que, por princípio, «está contra tudo». Porém, na cultura do projeto, não deveria faltar esse ingrediente de postura crítica. Esta serve como antídoto a uma aceitação conformista, sendo não só desejável como indispensável para se fugir da armadilha da indiferença e do conformismo.

Como segunda virtude para o design do século XXI, gostaria de ver mantidas a disposição e a coragem de examinar criticamente ortodoxias, convenções, tradições, cânones de design e não somente os cânones tradicionais de design. Essa observação não se limita ao domínio puro da reflexão, vale dizer, à atividade baseada na linguagem e transmitida pela escrita, mas estende-se também à conversão da competência linguística e à postura crítica.

O designer que trabalha profissionalmente, aplicando as ferramentas disponíveis, acha-se frente ao desafio de traduzir sua postura contra o *status quo* em uma proposta projetual viável. Em outras palavras, cabe ao designer intervir na

(4) Bierut, Michael, William Drenttel e Steven Heller (coords.), *Looking Closer 5 – Critical Writings on Graphic Design*, Allworth Communications Inc., New York 2006. Bennett, Audrey (coord.), *Design Studies – Theory and*

Research in Graphic Design, Princeton Architectural Press, New York 2006. Bierut, Michael, *Seventy-nine Short Essays on Design*, Princeton Architectural Press, New York 2007.

realidade com atos projetuais, superando as dificuldades e não se contentando apenas com uma postura crítica frente à realidade e persistindo nessa posição. Afinal, projetar, introduzindo as mudanças necessárias, significa ter a predisposição para mudar a realidade sem se distanciar dela.

O setor público

Os Países Baixos têm uma longa tradição de virtudes públicas que se manifesta também na preocupação com o setor público. Um visitante ficará surpreso com a consciência de detalhes, por exemplo, na maneira cuidadosa com a qual é projetada uma etiqueta postal ou em uma tabela com os horários de trem. Além disso, ficará surpreso com a naturalidade com que cuidar do espaço público é considerado um dever da administração pública e da política. Esse cuidado com os detalhes e com a qualidade do espaço público vem de uma tradição política que se formou ao longo da história desses países. A onda do neoliberalismo certamente deixará vestígios também nos Países Baixos e, como em outros lugares, implicará retrocessos. No âmbito dessa tradição, as transformações não decorrem das medidas de curto prazo, mas de práticas sociais ancoradas na estrutura política e na história política de longo prazo dos Países Baixos.⁽⁵⁾

Política significa o domínio onde os membros de uma sociedade discutem e decidem o tipo de sociedade em que querem viver. A política vai muito além dos programas ou das orientações dos partidos políticos. O cuidado público é um dever político que deve ir além dos interesses momentâneos do governo – ou, pelo menos, deveria ser orientado além de programas de curta duração.

Como terceira virtude, menciono o cuidado e a preocupação com a esfera pública, que adquirem importância se considerarmos os ataques fanáticos das últimas décadas contra tudo aquilo que representa e defende os interesses públicos. Pode ser oportuno lembrar que os interesses privados desenfreados podem ter consequências sociais danosas. Os interesses públicos devem ser defendidos vigorosamente em qualquer sociedade que se defina como democrática e que mereça essa classificação.

Há uma tendência para que fenômenos da Periferia (ex-Terceiro Mundo), com programas polarizadores entre uma minoria de incluídos e uma maioria de excluídos, se estendam às economias ricas. Isso lança uma nuvem sobre o futuro e faz surgir dúvidas na mente daqueles que consideram desejável uma estrutura social tão dilacerada. A tentativa de colocar o design frente aos amplos problemas

(5) Essa particularidade do design holandês foi detalhadamente explicada por Paul Hefting. Veja Hefting, Paul, «El compromiso social del diseño público», em: *Historia*

del diseño en América Latina y el Caribe, coordenado por Silvia Fernández e Gui Bonsiepe, editora Blucher, São Paulo 2008, pp. 274–298.

sociais pode provocar diversas reações que se estendem da indiferença à irritação. Do ponto de vista do profissional que considera o design primordialmente um negócio, pode-se compreender essa indiferença ou irritação. Certamente, o design é um negócio; porém, não só isso. Aquele que reduz o design simplesmente a um negócio desconhece que uma gestão (*management*) bem-sucedida consiste em manter uma empresa viva, como sistema viável, num contexto conturbado. E isso significa mais que aspirar a uma margem de ganâncias de 20% ou mais, controlada em intervalos de três meses.

Alteridade⁽⁶⁾

Após ter comentado as virtudes da leveza, da intelectualidade e do cuidado da esfera pública, trato agora da quarta virtude, vale dizer, da alteridade, ou melhor, da responsabilidade pela alteridade. À primeira vista, isso pode parecer esquisito, pois o que a alteridade tem a ver com design? Além disso, poderia causar a impressão de que as virtudes enumeradas até agora pertencem ao conjunto heterogêneo de características. Deve-se admitir que fica em aberto, por enquanto, a questão de como integrar essas virtudes em um conjunto coerente, não passando de um conjunto de atributos desconexos entre si. Porém, seria prematuro rejeitar um enfoque integrador das virtudes do design.

A alteridade pressupõe a disposição de respeitar outras culturas projetuais com seus valores inerentes, e nãovê-las com o olhar de exploradores em busca da próxima moda de curta duração. Essa virtude pressupõe a disposição de resistir a qualquer visão messiânica etnocentrista. Ela pode contribuir para contrapor a tendência atual de se concentrar o desenvolvimento exclusivamente em 25% da humanidade que faz parte dos países industrializados.

Como é sabido, a temática da alteridade é ligada ao debate sobre a identidade, a apresentação e autoapresentação. Essa temática ocupa um espaço importante no discurso do feminismo, do papel dos gêneros, das etnias e da diversidade religiosa; por isso, tem virulentas implicações políticas, pois esbarra em questões de autonomia, vale dizer, da capacidade de definir perspectivas próprias do futuro. Essas questões levam a enfocar a indiferença com 3/4 da humanidade, como formulou Edward Said. O design e o discurso do design refletem hoje os interesses das economias dominantes que, com a bandeira da globalização, estão procurando organizar o mundo de acordo com seus interesses hegemônicos.

⁽⁶⁾ Palavra que significa colocar-se no lugar do outro na relação interpessoal, com respeito e consideração, valorização etc. É um princípio filosófico que significa trocar

seu próprio ponto de vista pelo do outro. Esse conceito foi introduzido por Emmanuel Lévinas, em uma série de ensaios com o título *Alterity and Transcendence*, 1970.

Globalização, como novo fundamentalismo econômico, é o nome para o projeto totalizador atual – um processo que, com brutalidade, passa por cima das pessoas, dos governos e das sociedades.⁽⁷⁾ Se usarmos o repertório dos conceitos da antropologia, poderemos interpretar a globalização como uma tentativa de subjugar alteridade. Isso talvez não agrade a todos. Não será surpresa se as vítimas desse processo, denominadas cinicamente de «custos sociais», resistirem a essa tentativa de submissão e preferirem enfrentar esse conflito mais bem preparadas. Para que esse confronto seja mais equitativo, será necessário que as condições de entrada na arena sejam menos distorcidas do que atualmente. Por isso, a quarta virtude é o respeito pela alteridade, eliminando de uma vez por todas os termos racistas da diferenciação entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos.

Visualidade | Picturalidade | Percepção

Como equivalente para a virtude da visibilidade de Italo Calvino, uso o termo «visualidade» para a área do design. Calvino considera a visibilidade a capacidade de «pensar em imagens». Essa caracterização é sintomática. Pode-se ver nela uma tentativa de criar a dimensão visual, enquanto se trabalha no domínio da linguagem – justamente: «pensar em imagens» é um processo cognitivo que transmite imagens mediante a linguagem. Para o escritor, a primazia da linguagem é uma postura legítima e compreensível, pois ele procura criar imagens com o uso da linguagem.

Nas ciências, o uso de imagens ocupa um status epistêmico baixo – e isso a despeito do giro icônico e da crítica recente à indiferença das ciências com as imagens. Atualmente, há a revalorização da dimensão visual no desenvolvimento de algumas técnicas, como as imagens virtuais na medicina (*imaging technologies*).⁽⁸⁾ Frente a essa mudança que se pode observar há alguns anos, seria errada a tentativa de contrapor o «imperialismo da palavra» ao «imperialismo da imagem». Em compensação, abrem-se enormes possibilidades justamente para o design ligado ao domínio da percepção para revelar o potencial da visualidade. Não se trata de um papel secundário de elaborar ilustrações para apoiar o domínio do texto, mas da visualidade como domínio próprio.

A ciência da imagem está se consolidando, liberando-se gradativamente da predominância da pintura como temática central da história da arte. O design teria aí um bom ponto de partida para explorar o potencial da visualidade e

(7) Essa constatação não deve ser interpretada como um argumento a favor da naturalização dos processos sociais e da naturalização da história.

(8) Burri, Regula Valérie, *Doing Images – Zur Praxis medizinischer Bilder*, editora Transcript, Bielefeld 2008.

confirmar sua qualidade epistêmica. Assim, passaria a ocupar uma posição contrária à tradição pós-estruturalista, que se fixa no texto, enfrentando a realidade em forma de texto que deve ser lido. As novas técnicas digitais de visualização acabarão com o domínio do texto, tão fortemente arraigado na tradição ocidental. Para essa nova área de atividades, determinada pelas técnicas digitais, usa-se o termo «design de informação» (*information design*), que oferece a vantagem de evitar a dicotomia entre palavra e imagem.

«Design de informação» ou «infodesign» é um conceito neutro, pois não privilegia nem o texto e nem imagem. O infodesign liga-se de forma inerente à visualidade, apresentando exigências cognitivas que favorecem um enfoque orientado para solucionar problemas, em lugar de um enfoque autorreferencial que surgiu a partir dos anos 1980. Esse novo enfoque parece mais promissor para a área do design.

Para a quinta virtude do design – a visualidade que merece ser cultivada no século XXI –, pode-se citar de uma representante das ciências da imagem: «A tendência geral à visualização tem profundas consequências intelectuais e práticas para ciências humanas, ciências exatas, biologia e ciências sociais – na verdade, para todas as formas de ensino, de cima a baixo.»⁽⁹⁾

Teoria do design

40

No final deste panorama sobre as virtudes do design, quero comentar o papel da teoria projetual que faz parte do discurso mais abrangente do projeto. Difícilmente a profissão dos designers terá um futuro promissor se os programas de ensino não forem aprimorados nos próximos anos, dando um lugar institucional seguro à teoria do design. Para isso, há dois argumentos favoráveis. Primeiro: cada prática profissional se desenvolve frente a um cenário teórico; isso vale também para formas de prática profissional que insistem cegamente em negar qualquer fundamentação teórica. Segundo: profissões que não produzem conhecimentos ficam na retaguarda nas sociedades tecnologicamente dinâmicas.

A teoria do design, até o momento, leva uma existência marginal. É considerada passatempo de alguns acadêmicos excêntricos, protegidos contra o duro mundo da prática profissional. Contudo, uma sólida base teórica deveria fundamentar a prática do design. Por isso, gostaria de ver a teoria do design não somente continuada no século XXI, mas também levada à plena maturidade.

(9) Stafford, Barbara, *Good Looking – Essays on the Virtues of Images*, MIT Press, Cambridge, London 1996, p. 23.

Bibliografia

- Bennett, Audrey (coord.), *Design Studies – Theory and Research in Graphic Design*, Princeton Architectural Press, New York 2006.
- Bierut, Michael, William Drenttel e Steven Heller (coords.), *Looking Closer 5 – Critical Writings on Graphic Design*, Allworth Communications Inc., New York 2006.
- Bierut, Michael, *Seventy-nine Short Essays on Design*, Princeton Architectural Press, New York 2007.
- Burri, Regula Valérie, *Doing Images – Zur Praxis medizinischer Bilder*, editora transcript, Bielefeld 2008. [*Doing Images – Sobre a prática de imagens na medicina*]
- Calvino, Italo, *Six Memos for the Next Millennium*, Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1988. [*Seis propostas para o próximo milênio*, Cia. das Letras, São Paulo 1990]
- Hefting, Paul, «El compromiso social del diseño público», em: *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*, coordinado por Silvia Fernández e Gui Bonsiepe, editora Blucher, São Paulo 2008.
- Stafford, Barbara, *Good Looking – Essays on the Virtues of Images*, MIT Press, Cambridge, London 1996.