

Gui Bonsiepe | Design,
Cultura e Sociedade

Blucher

Gui Bonsiepe | Design, Cultura e Sociedade

Blucher

Publisher

Edgard Blucher

Editor

Eduardo Blucher

Editor de desenvolvimento

Fernando Alves

Traduções do alemão para o português

Gui Bonsiepe em colaboração com Anamária Bacci

Revisão técnica da tradução

Itiro lida

Preparação de textos

Rosemeire Carlos Pinto

Eugênia Pessotti

Revisão de textos

Vânia Cavalcanti

Anteprojeto gráfico e da capa

Sílvia Fernández

Projeto gráfico

Carlos Venancio | Fabián Goya

[marca]

Diagramação e montagem

María Carla Mazzitelli

[marca]

Copyright © 2011 Gui Bonsiepe

Editora Edgard Blucher Ltda.

1ª reimpressão – 2013

Todos os direitos reservados. Nem a totalidade nem parte deste livro podem ser reproduzidas ou ser transmitidas por nenhum procedimento eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópias, gravação magnética ou qualquer armazenamento de informação e sistemas de recuperação, sem permissão escrita dos titulares do Copyright.

As idéias expressas nos capítulos são de exclusiva responsabilidade dos autores. A descrição das imagens e a informação sobre a fonte das mesmas é responsabilidade dos autores.

Editora Blucher

Rua Pedroso Alvarenga, 1245 – 4º andar

04531-012 – São Paulo, SP – Brasil

Tel.: (011) 3078-5366

Fax: (011) 3079-2707

e-mail: contato@blucher.com.br

site: www.blucher.com.br

Bonsiepe, Gui

Design, cultura e sociedade / Gui Bonsiepe. – São Paulo: Blucher, 2011.

ISBN 978-85-212-0532-6

1. Comunicação 2. Cultura 3. Design 4. Design – Aspectos sociais
5. Design industrial 6. Discurso projetual 7. Estética 8. Semiótica
9. Sociedade 10. Tecnologia I. Título.

10-12482

CDD-745.2

Índices para catálogo sistemático:

1. Design industrial 745.2

Gui Bonsiepe

| Design,
Cultura e Sociedade

Conteúdo

Apresentação. Itiro lida	9
Prefácio. Gui Bonsiepe	15
01. Design e Democracia	21
02. Algumas Virtudes do Design	37
03. Identidade – Contraidentidade do Design	49
04. Cognição e Design – o Papel da Visualização para a Socialização dos Conhecimentos	87
05. Retórica visual-verbal	119
06. <i>Patterns</i> Audiovisualísticos – uma Contribuição à Semiótica Empírica	147
07. Um Olhar sobre as Falhas (<i>breakdowns</i>) e Juntas	169
08. Entre Ocularismo e Verbocentrismo	183
09. Pensamento Operacional e Pensamento Contracorrente	193
10. Racionalismo Militante em um Laboratório de Inovação Cultural	205
11. Design e Pesquisa do Design – Diferença e Afinidade	227
12. Inovação, Design e Globalização	249
Notas de referência	273
Imagens	277

Apresentação

Este livro de Gui Bonsiepe apresenta uma inquietante análise sobre a evolução do design ao longo do século xx, registrando seus principais sucessos e descaminhos. De um lado, relata o desenvolvimento do design, delineado pelas várias políticas econômicas e sociais. De outro, mostra a vacilante trajetória diante do despreparo, acomodação e oportunismo dos seus principais protagonistas. Mas não se limita a analisar e criticar, pois apresenta sugestões sobre os caminhos possíveis no futuro.

Bonsiepe graduou-se na Escola de Ulm (*hfg-Hochschule für Gestaltung*), onde foi professor até a sua extinção, em 1968. A partir disso, fez a opção de viver na América Latina, tendo trabalhado no Chile, Argentina e Brasil. Nesses 40 anos foi um observador privilegiado, com olhar arguto das transformações políticas e econômicas desses países. Contudo, não perdeu referência do design dos outros países, onde continuou lecionando e realizando inúmeras conferências. Muitas delas serviram de base para a elaboração deste livro.

O autor manteve-se sempre atualizado, acompanhando as transformações decorrentes da evolução tecnológica. Na década de 1980, no início da era da informática, trabalhou em um *software house* da Califórnia, abrindo novas perspectivas sobre as contribuições do design na configuração e estruturação da interface de artefatos, tanto materiais (produtos), como aqueles visuais-semióticos e digitais.

Assim, tornou-se referência mundial na análise das diferenças políticas e econômicas entre o Centro e a Periferia, com seus inevitáveis reflexos na área de design. Transformou-se em figura quase obrigatória nos países europeus quando se discute a questão do design nos países emergentes e o hiato existente entre o

Centro e a Periferia. Lendo-o, consegue-se entender claramente por que certas políticas e programas nacionais de incentivo ao desenvolvimento do design não foram bem-sucedidos.

Segundo o autor, o design perdeu a sua substância quando passou a cuidar das superficialidades, colocando-se a serviço da beleza cosmética e lucros fáceis do mercado. O design moderno descuidou-se de investir nas atividades de projeto, onde deveria estar o trabalho central do designer. Privilegiaram-se apenas os discursos sobre o design, enfatizando os assuntos periféricos ligados ao estilo e simbolismos. Aliou-se à produção de objetos sofisticados, caros, rebuscados, e nem sempre funcionais. Seguiu certos modismos como o *emotion design* ou *fun design*, dando ênfase à aparência e deixando de lado o aspecto funcional e a qualidade intrínseca dos produtos e serviços.

Fazendo uma analogia botânica, o design atual assemelha-se a um coco, com casca dura e o interior oco, como se fosse um produto com embalagem vistosa, mas com conteúdo precário. Ele propõe um redirecionamento dos esforços da pesquisa e do ensino para que esse vazio interior seja preenchido, ou seja, que passe a assemelhar-se a um abacate, com um caroço duro no centro, criando-se um sólido cabedal de conhecimentos para subsidiar a prática projetual.

Nas relações internacionais, design transformou-se em instrumento de dominação do Centro sobre a Periferia. Para isso, o design tem-se prestado a instrumentalizar certos modismos como o *branding* para impor o consumo do supérfluo, dando-se primazia aos enfeites, que se sobrepõem às outras características essenciais, como utilidade, praticidade, durabilidade e sustentabilidade dos objetos e sistemas.

Na área de ensino, devido à rápida criação de muitos cursos, não houve tempo suficiente para a preparação adequada dos docentes. A maioria deles, com formação em áreas correlatas e sem atuação prática em design, acabou criando a «casca do coco». Por outro lado, em instituições oficiais de ensino também houve descaminhos, quando se privilegiaram os títulos acadêmicos de mestrado e doutorado, praticamente em quaisquer áreas do conhecimento, em detrimento das experiências efetivas na elaboração de projetos. Ou seja, mais contribuições para endurecer a casca do coco.

Bonsiepe previu esse problema na década de 1980, quando criou o Laboratório Brasileiro de Desenho Industrial – LBDI, em Florianópolis, visando oferecer cursos de reciclagem para docentes e profissionais em design e treiná-los na prática projetual. Ressalte-se que, naquela época, ainda não existiam cursos de mestrado ou doutorado em design no país.

Muitos designers perderam a essência ao desprezar a funcionalidade a favor dos modismos, superficialidades e do supérfluo. Há necessidade de mudar as temáticas das pesquisas, direcionando-as para solucionar os problemas pungentes que afligem a maioria da população, principalmente na Periferia, onde ainda registram-se enormes carências. Não é possível imitar, simplesmente, os países do Centro, onde a maioria dessas carências já foi suprida.

Examina-se a dicotomia existente entre as linguagens verbal e visual, com amplo domínio secular da primeira. Um dos grandes problemas do design tem sido o uso da linguagem verbal para expressar conteúdos visuais. Entretanto, o autor manifesta esperança no poder das novas tecnologias da informática como meio para unir a linguagem verbal com a imagem.

Bonsiepe sugere criar uma ciência do design. Para isso, é necessário investir na pesquisa em design para gerar conhecimentos e formar um sólido arcabouço, como acontece com outras disciplinas consolidadas das ciências. Essa ciência do design permitiria criar as bases teóricas e, a partir daí, melhorar a prática projetual, considerando a imprescindível relação entre a teoria e a prática do design. Com isso, o design estaria mais preparado e pronto para oferecer soluções efetivas aos grandes problemas que afligem os povos da América Latina desde a época colonial.

Itiro Iida

Brasília, junho de 2010

Prefácio

As reflexões sobre o discurso projetual apresentadas aqui foram organizadas de acordo com quatro vertentes temáticas que tocam alguns, em parte polêmicos, pontos no discurso do design. Primeiro, a relação entre visualidade e discursividade. Segundo, os enfoques projetuais na Periferia(1), sobretudo o papel do design para uma política autônoma de desenvolvimento. Terceiro, o papel controvertido da teoria projetual e da pesquisa do design (*design research*). E, quarto, o contexto sociopolítico do trabalho projetual.

11

Um denominador comum caracteriza essas quatro trajetórias, vale dizer, o denominador da latência, do não terminado, do potencial não utilizado, da abertura histórica. Esse denominador comum se rebela contra o lema da impossibilidade de alternativas que quer congelar um *status quo* social afirmativo e, portanto, colocar a atividade projetual em quarentena.

Depois de o tema do design durante décadas ter levado uma existência marginal, hoje podemos observar uma abundância transbordante de publicações sobre o tema do design com suas manifestações caleidoscópicas desde a moda, a mídia e eventos até as disciplinas centrais, design industrial (ou projeto de produto) e design gráfico. No âmbito das opções de escrever sobre o design, as reflexões aqui apresentadas se caracterizam pela materialidade do projeto, com suas contradições inerentes, seus paradoxos, suas derrotas e seus – ocasionalmente – pequenos sucessos. Isso oferece a vantagem de frear especulações parafilosóficas e parassemióticas sem base concreta, sobretudo aquelas com intenções normativas.

Os textos levam as marcas de sua origem: formularam-se no contexto das relações tensas entre Centro e Periferia, na prática profissional, no ensino e na

pesquisa dentro e fora de instituições acadêmicas. Com particular nitidez, a dimensão política do design surge no âmbito daqueles países que uma vez foram denominados com o termo – hoje historicamente superado – «Terceiro Mundo». Eu suponho que a causa para esse fenômeno possa ser encontrada nas relações de dominação (pós) colonial ou relações assimétricas comerciais que continuam existindo de forma constante hoje em dia – relações que mais se ocultam do que se explicam com o termo multiuso «globalização».

Na primeira parte, trato de uma interpretação enfática do termo «democracia» e também de alguns atributos do design no futuro que podem ser considerados como desejáveis sem correr o risco de ser repreendido pela ingenuidade e suposta falta de realismo.

Na segunda parte, analiso a questão da identidade do design periférico, deixando em aberto a pergunta se não se trata de um problema secundário em comparação com as prioridades das atividades projetuais na Periferia. Nesse contexto surge também o tópico da dependência, vale dizer da consciência, cuja participação, devido a estruturas dominantes férreas – criadas em tempos coloniais – em questões importantes sobre o futuro da sociedade fica bloqueada. Essa *condition périphérique* existencial condiciona também a atividade projetual.

Na terceira parte, discuto o papel da visualidade para a distribuição e assimilação de saberes e também para a compreensão de assuntos complexos. O mesmo tema da visualidade se dedica à análise de *pattems* audiovisualísticos, que aparecem no cinema, na televisão e nos meios digitais, porém cuja microestrutura até o momento foi pouco pesquisada.

A quarta seção trata da temática em grande parte não esclarecida da teoria e da pesquisa do design e do fenômeno ligado a este tema: academização. Entre outros, aprofundo sobre o papel de vanguarda da *hfg-uhl* (*Hochschule für Gestaltung, Ulm*) (2) para a consolidação do ensino do design. Pois essa instituição teve uma forte influência nos primeiros programas de ensino do design também no Brasil, sobretudo na ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial) no Rio de Janeiro. Mas nem tudo o que se atribui às vezes à *hfg* pode ser legitimamente colocado no balanço contábil com os ativos e passivos.

(1) O conceito «Periferia» não deve ser entendido no sentido urbanístico e tampouco no sentido geográfico, e sim como um conceito político, tal como é usado nas ciências sociais críticas na América Latina. Alude a relações de dependência perpetuadas, às quais a Periferia está submetida. Como oposto dialético para a Periferia, figura o «Centro» como soma das encarnações de estruturas de dominação. Defensores de interesses afirmativos consideram limitado o valor cognitivo desses dois conceitos;

porém os argumentos apresentados, se é que possuem argumentos, não me parecem convincentes.

(2) Usam-se as siglas iniciais do nome *Hochschule für Gestaltung Ulm* (tradução literal *Universidade de Design na cidade de Ulm*) em minúsculas *hfg*, pois durante uma fase da existência dessa instituição voltou-se para uma ortografia dos nomes e substantivos em minúsculas, similar ao inglês. A sigla *hfg* ou *hfg-uhl*, assim, se transformou em uma marca de identificação inequívoca.

Com respeito à terminologia, uso tanto o conceito «projeto» como o termo «design» que, como se sabe, não são coextensivos. «Projeto» se refere à dimensão antropológica da criação e formação de artefatos materiais e simbólicos, enquanto «design» significa um modo da atividade projetual do capitalismo tardio, tal como a partir dos anos 1970, difundiu-se globalmente. O debate das questões terminológicas sobre o *desenho industrial* no Brasil se intensificou a partir da década de 1960, quando começaram a surgir os cursos superiores nessa área. O adjetivo *industrial* foi utilizado para aproveitar as conotações positivas do termo, abrangendo projetos de produtos e projetos gráficos. Anteriormente, essa designação abrangia apenas os produtos fabricados pelos processos industriais. A tradução de *design* por *desenho* também foi infeliz porque o *design* (no sentido de projeto) pode ser realizado sem a colocação de esboços (*drawings*, *dibujos*) no papel.

No Brasil, o uso do termo «*design*» causou – e causa até hoje – certa resistência, que não se pode atribuir a um purismo linguístico. Inicialmente, *design* associava-se às atividades projetuais. Contudo, a partir da década de 1990, foi perdendo o seu significado original e adquirindo outras conotações, como o divertido (*fun design*), caro, superficial, extravagante, efêmero, caprichoso e emotivo. Associou-se a moda, festas e eventos midiáticos. Perdeu rigor e transformou-se em termo curinga, não contribuindo para consolidar a profissão dos projetistas de produtos e dos programadores visuais.

Por outro lado, a apropriação do termo *design* é indébita, pois outros profissionais, sobretudo na área das engenharias, também praticam o *design*. Por exemplo, os engenheiros químicos que desenvolvem um novo material plástico, programadores que desenvolvem um novo *software*, bioquímicos que modificam a estrutura genética de um vegetal para aumentar a sua resistência às pragas. Todos eles realizam atividades de projetos que podem ser considerados também como *design*.

Contudo, no senso comum, o termo *design* está fortemente associado às atividades estético-formais. Isso ocorreu em diversos países, mas assumiu conotações peculiares no Brasil. Por bem ou por mal, o termo acabou infiltrando-se no ensino, pesquisa e atividades de coordenação e fomento das agências de governo. Assim, por razões pragmáticas, rendo-me ao uso do termo neste livro.

Com relação à edição original alemã, há três mudanças. Por um lado, excluí um capítulo sobre o projeto da sala cibernética (*cybernetic management*), desenvolvido entre 1971 e 1973 no Chile, dirigido por Stafford Beer. Por outro, acrescentei um capítulo sobre retórica visual/verbal (retórica estática) que complementa o capítulo sobre audiovisualística (retórica dinâmica). O capítulo sobre a sala cibernética será incluído em nova edição do livro *Design: do material ao digital* que está em fase de preparação. Agreguei ao capítulo *Design e Democracia* as respostas formuladas para uma entrevista em 2010.

Versões anteriores de algumas dessas reflexões e materiais foram apresentadas em conferências na Europa, Ásia e América Latina e parcialmente publicadas; porém, nem sempre em publicações de fácil acesso. Esses trabalhos preparatórios foram, no transcurso dos anos 2008 e 2009, revisados, modificados, atualizados,

abreviados, complementados e ampliados. Limitei os dados bibliográficos, em grande parte, às fontes citadas no texto e prescindi de preparar listas mais amplas de literatura especializada, já que hoje essas informações podem ser obtidas facilmente pela internet.

A edição original alemã foi patrocinada pela Universidade das Artes de Zurique (ZHdK) e incluída na coleção *Textos Sobre Design (Schriften zur Gestaltung)*. Silvia Fernández acompanhou desde o começo a elaboração do livro, sobretudo no que se refere à transformação visual do material. Ela também elaborou o primeiro esboço do conceito básico da diagramação. Suas pesquisas sobre o design no espaço público serviram como ponto de partida para as reflexões sobre *breakdowns* no Capítulo 7. Por isso me sinto muito grato a ela. Além disso, agradeço aos integrantes do estúdio marca em Buenos Aires que conseguiram desenvolver um design gráfico livre das acrobacias autorreferenciais de design. Agradeço também a Itiro Iida pela revisão do texto e pela apresentação do livro.

Gui Bonsiepe

Florianópolis, outubro de 2010

<http://www.guibonsiepe.com>

Design e Democracia

- «DESIGN» – UM TERMO DESVIRTUADO
- INDIFERENÇA FRENTE À ATIVIDADE PROJETUAL
- AUTONOMIA E HETERONOMIA
- HUMANISMO E HUMANISMO PROJETUAL
- MERCADO E PRIVATIZAÇÃO ATÉ O LIMITE DO TOLERÁVEL
- ESTRATÉGIA DAS APARÊNCIAS
- POLÍTICA TECNOLÓGICA AUTÔNOMA NA AMÉRICA LATINA

Se dermos uma olhada panorâmica no discurso atual do design ou no discurso projetual – conceito que prefiro utilizar –, constatamos uma surpreendente ausência de questionamentos sobre a atividade projetual. As palavras da moda são *branding*, liderança, competitividade, globalização, vantagens competitivas, *life-style-design*, diferenciação, design estratégico, design emocional, design divertido (*fun design*), design de experiências (*experience design*), design inteligente (*smart design*) – para nomear somente alguns dos termos que aparecem nas revistas especializadas e livros sobre design.

Às vezes, tenho a impressão de que um designer que aspire a dois minutos de fama se sente obrigado a inventar um rótulo que sirva como marca para se diferenciar dos demais profissionais. Obviamente, deixo de lado os livros de design fartamente ilustrados (os *coffee table books*) e que pecam pela falta de desafios intelectuais ao leitor. Nesse panorama, o tema «democracia e design» goza de menor preferência e atenção. Salvo raras e valiosas exceções, as questões que enfocarei nesta oportunidade são eventualmente analisadas.

Observando a história social do significado do conceito «design», notamos, por um lado sua popularização, ou seja, uma expansão semântica horizontal e, ao mesmo tempo, um estreitamento, isto é, uma redução semântica vertical. O crítico de arquitetura, Witold Rybczynski, comentou recentemente esse fenômeno: «Não faz muito tempo, o termo «designer» descrevia alguém como Eliot Noyes, responsável pelo design da máquina de escrever Selectric da IBM, nos anos 1960; ou Henry Dreyfuss, que tinha clientes como a Lockheed Aircraft e a Bell Telephone Company [...] ou Dieter Rams, que projetou uma gama de produtos com

formas austeras, mas muito práticas para a empresa alemã Braun. Hoje, o termo «designer» evoca provavelmente nomes como Ralph Lauren ou Giorgio Armani, ou seja, designers de moda. Os estilistas geralmente começam como costureiros (*couturiers*); mas, quando ficam famosos, são associados a uma grande variedade de produtos de consumo, incluindo cosméticos, perfumes, malas e objetos para o lar e até tintas para pintar casas. Como resultado, «design», na opinião pública, se identifica com envoltórios: a carcaça de um computador; o corpo de uma lapiseira; a armação de um par de óculos.»⁽¹⁾

O design se distanciou cada vez mais da ideia de «solução inteligente de problemas» e se aproximou do efêmero, da moda, do obsoletismo rápido – a essência da moda é a obsolescência rápida –, do jogo estético-formal, da glamourização do mundo dos objetos. Frequentemente, hoje em dia, design é associado a objetos caros, pouco práticos, divertidos, com formas rebuscadas e gamas cromáticas chamativas.⁽²⁾ A hipertrofia dos aspectos de moda, por sua vez, reflete-se nos meios de comunicação de massa, em sua incessante busca pelo novo.

O design se transformou em evento midiático, em espetáculo – acompanhado por um número respeitável de revistas que funcionam como caixas de ressonância para esse fim. Até os centros de promoção do design se encontram expostos a essa cumplicidade dos veículos de comunicação, correndo o risco de desvirtuar seu objetivo de difundir design como resolução inteligente de problemas, e não apenas o *styling*. Trata-se, no fundo, de um renascimento da velha tradição da Boa Forma, mas com um objetivo diferente: os protagonistas do movimento da Boa Forma perseguiram fins sociopedagógicos, enquanto os modernos *Life Style Centers* perseguem exclusivamente fins comerciais e de marketing.

Raimonda Riccini constatou o desprezo pelo estudo dos artefatos materiais e semióticos desde a cultura clássica greco-romana até o período medieval, quando foram criadas as primeiras universidades ocidentais. Essa tradição não favoreceu o domínio do projeto em nenhuma carreira profissional ou em disciplinas acadêmicas.

É claro que, com a expansão das ciências e, sobretudo, com a industrialização, já não era possível fechar os olhos para o mundo da tecnologia e dos artefatos técnicos, cuja presença se fez sentir cada vez mais na vida cotidiana. Contudo, o

(1) Rybczynski, Witold, «How Things Work», em: *New York Review of Books*, LII, n. 10, junho 9, 2005, pp. 49-51.

(2) Esses produtos oferecidos no mercado como produtos «criativos» ou «com design» (*designed*) provavelmente encontram aceitação nos membros da classe média e na classe média superior que dispõem de um poder aquisitivo maior e que apreciam o *ethos* da criatividade. Essa hipótese somente pode ser confirmada ou negada

mediante pesquisas sociológicas, como foi feito, para outra temática, pela socióloga Eva Illouz (*Der Konsum der Romantik*, Suhrkamp, Frankfurt 2007). (Illouz, Eva, *Intimidades congeladas – Las emociones en el capitalismo*, Katz Editores, Buenos Aires 2007). Em nosso contexto, também parece plausível supor que as práticas de consumo se desenvolvam em concordância com os interesses de classe.

ensino do projeto nunca atingiu padrões igualáveis aos do ensino de ciências. Esse fato explica a dificuldade de incorporar a formação da competência projetual nas estruturas acadêmicas, onde as tradições e critérios de excelência científica diferem fundamentalmente das tradições e critérios de excelência das disciplinas projetuais.

Enquanto as ciências enxergam o mundo sob a perspectiva da cognição, as disciplinas de design o enxergam sob a perspectiva do projeto. Essas são duas perspectivas diferentes que, oxalá, no futuro, acabem se fundindo. Estou convencido de que, no futuro, haverá uma interação frutífera entre o mundo das ciências e o mundo do projeto que, hoje, se dá, no máximo, esporadicamente.

Até o momento, o design procurou se aproximar do mundo das ciências, mas não ocorreu o inverso. Como possibilidade especulativa arriscada, podemos imaginar que, no futuro, o ensino do projeto será uma disciplina básica para todas as disciplinas científicas. Mas essa reviravolta no sistema de ensino superior provavelmente levará gerações, a não ser que sejam criadas instituições de ensino superior radicalmente novas. O espaço de ação dos ministérios de educação e cultura é muito limitado pelo peso das tradições acadêmicas e da burocracia, com seu inevitável corolário do credencialismo. Assim, as instituições inovadoras serão criadas, provavelmente, fora do sistema educacional formalmente estabelecido.

A atitude de colocar o projeto relacionado com as ciências não deve ser interpretada como um postulado por um design científico ou para transformar design em ciência. Seria grotesco querer projetar um cinzeiro baseando-se em conhecimentos científicos. Deveria ser criada uma correspondência entre complexidade temática e metodologia. O design deve recorrer a conhecimentos científicos quando a temática o exige. Por exemplo, quando se quer projetar uma nova embalagem para leite que minimize os impactos ecológicos (*ecological footprints*).

Não se pode mais restringir o conceito de projeto às disciplinas projetuais como ocorre na arquitetura, no design industrial e no design de comunicação visual, pois nas disciplinas científicas também há projeto. Quando um grupo de engenheiros agrônomos desenvolveu uma nova merenda, com base na semente da algaroba acrescida de sais minerais e vitaminas básicas para escolares, realizou um claro exemplo de projeto.⁽³⁾

Portanto, já registramos uma zona de contato entre ciências e projeto, embora ainda não tenhamos, até o momento, uma teoria projetual que abarque todas as manifestações projetuais, como na engenharia genética que, sem dúvida alguma, deve ser considerada uma disciplina projetual científica.

⁽³⁾ «Crean un nuevo alimento para escolares en base a algaroba», 2005, em: *Clarín*, <http://www.clarin.com/diario/2005/05/09/sociedad/s-03101.htm> (último acesso: 09.05.2005).

Depois dessa breve digressão sobre o ensino do projeto em cursos superiores, chego ao tema central de minha conferência: democracia e design. O conceito de democracia sofreu lamentável desgaste nos últimos anos, o que aconselha a usá-lo com cautela. Se olharmos o atual cenário internacional, constatamos que, em nome da democracia se cometem invasões colonialistas, matanças, bombardeios, genocídios, limpezas étnicas, torturas e quebras das leis de convivência internacional, quase impunemente. O preço desse anti-humanismo é uma ignomínia que não pode ser classificada como mero «dano colateral». Essas operações nada têm a ver com a democracia ou a defesa da democracia, já que elas corroem o conteúdo substancial da democracia, podendo ser onerosas para as futuras gerações.

Na concepção neoliberal, a democracia é sinônimo da predominância do mercado como instância suprema para regular as relações sociais e econômicas. No entanto, surgem as perguntas: como recuperar um conceito de democracia não dominada pela economia e dar-lhe credibilidade? Como evitar o risco de expor-se à atitude arrogante e condescendente dos grandes centros de poder que usam a democracia como um sedativo para a opinião pública a fim de continuar seus negócios sem escrúpulos (*business as usual*)?

Utilizo uma interpretação simples de democracia, no sentido de possibilitar a participação dos dominados, para criar um espaço de autodeterminação. Isso significa criação do espaço para um projeto próprio, para um design próprio. Em outras palavras: a democracia vai muito além do direito formal de votar, assim como o conceito de liberdade vai muito além da possibilidade de escolher entre centenas de modelos de telefones celulares ou uma viagem a Orlando para visitar a Disneylândia, ou a Paris para visitar o Museu do Louvre.

Faço minha adesão a um conceito substancial e menos formal de democracia no sentido de redução de heteronomia, entendida como subordinação a uma ordem imposta por agentes externos. Não é segredo que essa interpretação se insere na tradição da filosofia iluminista, tão criticada por autores como Jean-François Lyotard, que pregam – não se sabe exatamente se com satisfação ou resignação – o fim das Grandes Narrativas.⁽⁴⁾

Não concordo com essa corrente de pensamento, como tampouco concordo com a corrente pós-modernista em todas as suas variantes. Sem um elemento utópico, não será possível construir um mundo diferente e restaria apenas um desejo piedoso e etéreo sem maiores consequências. Sem esse elemento utópico, ainda que residual, não será possível qualquer redução da heteronomia. Por isso,

(4) Lyotard, Jean-François, *The Postmodern Condition: Report on Knowledge*, The University of Minnesota Press, Minneapolis 1984. p. xxiii (edição original 1979). No prefácio, Fredric Jameson escreve: «As Grandes Narrativas

são aquelas que querem sugerir, ou fazer acreditar, que é possível uma alternativa, algo radicalmente diferente além do capitalismo».

a renúncia ao projeto da filosofia iluminista me parece uma atitude conformista, para não dizer conservadora. É uma atitude de capitulação à qual nenhum designer deveria resignar-se.

Para ilustrar a necessidade de reduzir a heteronomia, quero usar as contribuições de um filólogo especialista em literatura comparada, Edward Said, falecido em 2004. Ele caracteriza, de modo exemplar, o que é o humanismo e o que é uma atitude humanista. Como filólogo, limita a postura humanista ao campo da linguagem e da história: «Humanismo é o exercício de nossas competências da linguagem para compreender, reinterpretar e lidar com os produtos da linguagem na história, em outras línguas e em outras tradições históricas.»⁽⁵⁾

Essa interpretação pode ser estendida a outras áreas, expandindo as intenções do autor e sua caracterização do humanismo – com as devidas modificações – também ao design. O humanismo projetual seria o exercício das capacidades projetuais para interpretar as necessidades de grupos sociais e elaborar propostas viáveis, emancipatórias, em forma de artefatos instrumentais e artefatos semióticos. Por que emancipatórias? Porque humanismo implica a redução da dominação e, no caso do design, atenção também aos excluídos, aos discriminados, como se diz eufemisticamente no jargão economista, «os economicamente menos favorecidos», ou seja, a maioria da população deste planeta.

Essa afirmação não deve ser interpretada como expressão de um idealismo ingênuo e fora da realidade. Ao contrário, é uma possível e incômoda questão fundamental que qualquer profissional, não somente os designers, deveria enfrentar. Também seria errado interpretá-la como uma exigência normativa ao trabalho do designer, que está sempre exposto às pressões do mercado e às antinomias entre o que é e o que poderia ser a realidade. A intenção aqui é mais modesta: formar uma consciência crítica frente ao enorme desequilíbrio entre os centros de poder e os que são submetidos a eles. A partir dessa consciência crítica, podem-se explorar espaços alternativos, não se contentando com a petrificação das relações sociais. Esse desequilíbrio é profundamente antidemocrático, uma vez que nega a participação em um espaço autônomo de decisão. Trata os seres humanos como meros consumidores no processo de coisificação (*Verdinglichung*).

Menciono aqui o papel do mercado e o papel do design dentro desse mercado. Em seu último livro, *The Economics of Innocent Fraud*, o economista Kenneth Galbraith apresenta uma análise crítica do discurso das ciências econômicas. Entre outras, faz uma radiografia do conceito de «mercado» que, segundo o autor,

⁽⁵⁾ Said, Edward W., *Humanism and Democratic Criticism*, Columbia University Press, New York 2003, p. 28.

nada mais é que uma cortina de fumaça para não falar pura e simplesmente de capitalismo – termo que não goza de conotações positivas em todos os lugares e estratos sociais. Galbraith coloca o design industrial no conjunto de técnicas das grandes corporações para expandir e manter o poder: «A inovação do produto e o redesign cumprem uma função econômica importante, e nenhuma empresa de peso introduz um novo produto sem cuidar da demanda por parte dos consumidores. Também não poupa esforços para manter a demanda por um produto existente. Aqui entra o mundo da publicidade e das técnicas de vendas, da televisão e da manipulação do consumidor e, portanto, da soberania do consumidor e do mercado. No mundo real, as empresas produtoras e as indústrias se esforçam para manipular os preços e estimular a demanda. Para esse fim, organizam-se em monopólios e oligopólios, investem no design e diferenciação de produtos, publicidade e outras técnicas de promoção de vendas.»⁽⁶⁾

Galbraith critica o uso do termo «mercado» como uma instância anônima impessoal e insiste que, em vez disso, deveria se falar do papel das grandes corporações. A esse uso do design – em última instância, como ferramenta de poder – se contrapõe uma prática que não está disposta a se concentrar em aspectos meramente de poder e da força anônima chamada «mercado». Essa é a contradição na qual a prática profissional do design se desenvolve, resistindo ao discurso harmonizador de que tudo está bem. Pode-se negar essa contradição, mas não se pode escapar dela.

O tópico da «manipulação» tem longa tradição no discurso projetual e, sobretudo, na publicidade. Lembro-me do livro *Hidden Persuaders* (1957), de Vance Packard, que teve bastante ressonância nas décadas de 1950 e 1960. Sem dúvida, é preciso tomar cuidado com a crítica maximalista meramente denunciatória e declamatória. É preciso ter discernimento e não contentar-se com juízos totalizadores. Manipulação e design encontram um ponto de contato na produção de aparência. Ao projetarmos, estamos – entre outras e certamente não exclusivamente – construindo aparências.

O trabalho de design é, em boa parte, visível. Por isso caracterizei, no capítulo 6, *Patterns audiovisualísticos*, o designer como estrategista das aparências, quer dizer, dos fenômenos que experimentamos mediante nossos sentidos, sobretudo por meio do sentido da visão, mas também mediante os sentidos do tato e da audição. Aparências, por sua vez, conduzem ao tema da estética – conceito ambivalente quando aplicado ao contexto do design. De um lado, a estética representa

(6) Galbraith, John Kenneth, *The Economics of Innocent Fraud*, Houghton Mifflin Company, Boston 2004, p. 7.

o mundo da liberdade e do jogo (alguns autores afirmam que somente estamos livres quando brincamos); por outro lado, abre o caminho do engodo, da manipulação (ou seja, da expansão da heteronomia).

Para projetarmos aparências dos produtos e dos artefatos semióticos, inevitavelmente entramos no jogo da sedução, quer dizer, provocar uma predisposição positiva; ou também, segundo o contexto, provocar predisposições negativas frente ao produto ou a mensagem e seu conteúdo. Ou seja, dependendo das intenções, o design se inclina a um polo ou a outro, tendendo para a autonomia ou para a heteronomia.

Neste ponto desta reflexão, gostaria de abordar o tópico da tecnologia. A «tecnologia» abrange o arsenal de artefatos e processos para produzir mercadorias materiais e/ou semióticas, com as quais as empresas estão inundando a vida cotidiana. Isto é, a tecnologia é composta por hardware e software e esse aspecto *soft* inclui o design como faceta imprescindível da tecnologia.

Vou focalizar o tema das políticas tecnológicas e as políticas de industrialização na América Latina. As pesquisas sobre esse tema revelam dados muito esclarecedores sobre certos avanços e retrocessos, contudo, parecem favorecer uma interpretação reducionista da tecnologia. Somente em alguns casos excepcionais os textos mencionam o que se faz com a tecnologia. A sua ligação com o projeto dos artefatos não é levada em conta. Isso me parece uma falha, sem menosprezar os esforços dos historiadores da tecnologia e da industrialização. Mas não se pode eximi-los da indiferença ou até cegueira com respeito à dimensão do projeto.

Entre os motivos da industrialização, encontra-se o desejo de incrementar as exportações e gerar economias com produtos de valor agregado, em vez de meras *commodities*. Esses motivos ocultam outra ideia, nem sempre formulada explicitamente. Refiro-me à ideia de que a industrialização – além de aumentar o PIB – é um meio indispensável para democratizar o consumo e permitir, a um amplo setor da população, o acesso a um universo de produtos técnicos para melhorar a vida cotidiana em seus diferentes domínios: tarefas domésticas, saúde, educação, lazer, esportes, transportes, para mencionar apenas alguns.

Mencionar o papel do Estado para promover a industrialização foi considerado quase um sacrilégio até o começo da crise financeira global em 2008. Até então, o papel do Estado foi demonizado com uma exceção: quando se tratava de pagar as contas de um serviço (ou um banco) privatizado e falido, obrigando os contribuintes a arcar com os prejuízos.⁽⁷⁾ Porém, quando se escrever a história da

(7) Esta frase foi escrita três anos antes da crise financeira global de 2008. Parece justificado supor que existe uma defasagem de acordo com a qual a Periferia antecipa experiências negativas que posteriormente ocorram

também no Centro. Só agora se começa falar no Centro do «*precariado*» - uma experiência endêmica nos países da Periferia. Veja: Raunig, Gerald, *Tausend Maschinen*, editora Turia + Kant., Wien 2008. [*Mil máquinas*].

tecnologia e da industrialização desse subcontinente, ver-se-á claramente que o papel do Estado foi – e continua sendo – fundamental para o processo de industrialização, por mais que os detratores do setor público, com suas vozes beligerantes, pretendam ridicularizar, desprestigiar e desconhecer essas contribuições.

Se olharmos rapidamente o que aconteceu na Argentina – que até há poucos anos era submissa seguidora das recomendações do Fundo Monetário Internacional e que, em um momento de delírio, exaltou as «relações carnavais» com a maior potência econômica e militar do mundo –, constatamos que o país não foi bem-sucedido com a privatização desenfreada. Esse processo levou, por um lado, grande parte da população a um empobrecimento inédito naquele país e, por outro, a uma concentração de renda que produziu uma bipolarização entre incluídos e excluídos.

A privatização, nesse caso, é sinônimo de desdemocratização, pois as vítimas do processo nunca foram consultadas para aprovar as decisões que levaram o país à bancarrota. Com a privatização, a retração do papel do Estado e a abertura do mercado sem restrições às importações, o país se desindustrializou, reduzindo os postos de trabalho na indústria e, como consequência, a fonte de trabalho do designer industrial também erodiu. Desencadeou-se um retrocesso, afetando grande parte dos setores econômicos.

Examinando a política de industrialização, constato que, em todos os programas dos quais pude participar, principalmente no Chile, na Argentina e no Brasil, nenhum abarcou o setor da informação e da comunicação. Todos estavam direcionados ao desenvolvimento dos aspectos «hard», não aos aspectos «soft». Hoje, essa orientação mudou radicalmente. Uma política atualizada de industrialização deveria incluir a indústria da informação, para a qual o design gráfico, ou melhor, o design da informação, pode prestar serviços essenciais. Aqui surgem temáticas novas relacionadas ao design da comunicação com exigências cognitivas que nunca receberam a devida atenção na tradição do ensino do design gráfico.

Com a difusão da tecnologia digital, começou a surgir uma corrente dentro do discurso projetual afirmando que, hoje em dia, as principais questões colocadas a um designer são os aspectos simbólicos, pois as questões relacionadas às funções dos produtos perderam importância. Como segundo argumento, menciona-se a miniaturização obtida por meio dos circuitos integrados que não permitem visualizar o funcionamento dos componentes. Portanto, o design teria de tornar visíveis essas funções ocultas. Ainda que os aspectos comunicativos e simbólicos dos produtos sejam inegáveis, é preciso não conferir-lhes papel tão dominante, como propunham alguns autores.

O substrato material complementado com sua expressão visual/tátil/auditiva forma a base sólida do trabalho do designer. Percebo com preocupação o crescimento de uma nova geração de designers que se fixa obsessivamente nos aspectos simbólicos e seus equivalentes no mercado – o *branding* e o *self-branding* – e não sabe mais como se classificam os elementos de junções. A busca do equilíbrio entre os aspectos técnicos dos objetos e seus aspectos semânticos é o núcleo central

do trabalho do designer, sem privilegiar um lado ou outro. «A polaridade entre o material e o simbólico, entre estrutura externa e interna, é uma característica típica dos artefatos, enquanto eles são instrumentos e simultaneamente portadores de valores e significados. Os designers têm a tarefa de reconciliar essas duas polaridades, projetando a forma dos produtos como resultado da interação com o processo sociotécnico.» (Raimonda Riccini, 2005.)⁽⁸⁾

É interessante notar que a autora não fala da forma dos produtos e sua interação com a função, isto é, dos serviços que um produto oferece, mas menciona o desenvolvimento sociotécnico. Com essa abertura evita-se a velha polêmica sobre o binômio forma/função, que tantas controvérsias provocou na história do discurso projetual. Os fundamentos considerados estáveis para orientar a concepção das formas dos produtos se dissolveram – se é que chegaram a existir. Hoje, seria ingênuo pressupor a existência de um padrão de regras determinísticas. Quem defende tal padrão comete o erro do essencialismo das configurações platônicas. Ao mesmo tempo, seria ingênuo postular uma irrestrita veleidade das formas surgindo de atos demiúrgicos de um punhado de designers inspirados criativamente.

Encontramo-nos diante de um paradoxo. Projetar significa expor-se e viver com paradoxos e contradições, mas nunca camuflá-los sob um manto harmonizador. O ato de projetar deve assumir e desvendar essas contradições. Em uma sociedade torturada por contradições, o design também está marcado por essas antinomias. Vale a pena lembrar o duro e melancólico *dictum* de Walter Benjamin: «Não há documento da civilização que não seja, ao mesmo tempo, documento da barbárie».⁽⁹⁾

⁽⁸⁾ Riccini, Raimonda, «Design e teorie degli oggetti», em: *i verri*, n. 27, 2005, pp. 48–57.

⁽⁹⁾ Benjamin, Walter, «Über den Begriff der Geschichte», em: *Walter Benjamin – Gesammelte Schriften*, coordenado por Rolf Tiedemann e Hermann Schweppenhäuser, editora Suhrkamp, Frankfurt 1991, p. 696. [*Sobre o conceito da história*].

Entrevista (2010)

com Jesko Fezer

1. Sua reivindicação de um papel renovado do design em uma perspectiva democrática é desafiante. Em muitos aspectos poderia ser relacionada com a ideia de uma cidade social. Mencionando os excessos da privatização e o ataque a processos democráticos (sintomas ou até princípios da cidade neoliberal), o senhor advoga um redescobrimto do conceito de democracia. Incluiria essa demanda ou redescobrimto da cidade como um espaço democrático, como uma preocupação comum além de sua perspectiva econômica e exploradora?

Minhas reflexões sobre democracia e design foram formuladas no contexto da Periferia. Certo, o peso pesado da política econômica neoliberal cai recentemente também sobre alguns países do Centro – ou dos Centros –, mas nem de longe se compara com tão desastrosas consequências como sobre aqueles países cujas estruturas democráticas são muito vulneráveis e que são desestabilizados quando se atreverem a resistir a interesses hegemônicos. Nas últimas décadas, o conceito de democracia foi submetido a um processo de erosão que se manifesta de maneira exemplar na privatização de assuntos públicos, durante a qual recursos sociais foram transferidos em grande escala à esfera de interesses particulares financeiros e foram absorvidos por eles. No que se refere a interesses públicos da cidade, pode-se observar bem esse processo de transferência de recursos e por isso é possível mobilizar um potencial de resistência. Em compensação, quando em uma província da Cordilheira, todo ano milhares de toneladas de cianureto altamente tóxico são misturadas com água de manancial para a exploração de ouro a céu aberto – que por boas razões foi proibida na União Europeia –, somente a população local diretamente afetada se defende contra a destruição de sua subsistência. Eu concordo que o espaço público, encolhido durante o processo de privatização, requer uma redemocratização.

2. O senhor interpreta a democracia não simplesmente como o direito de escolher os representantes da dominação, mas como redução da dominação em si. Nesse contexto, o senhor rejeita a ideia que isso deveria ser uma demanda normativa para o design. Por quê? Seria realmente suficiente «fomentar uma consciência crítica» – como o senhor formula – no contexto de um regime obviamente poderoso de injustiça social em tantas áreas? Em um contexto fortemente normativo uma proposta contranormativa poderia ser provavelmente bastante útil.

Considero a criação de uma consciência crítica um passo indispensável para uma prática projetual crítica. Mas deve-se levar em consideração que a transição de uma crítica que se detém no discurso a uma prática projetual é determinada por contingências que arrebatam os puristas. Certo, para mudar situações sociais injustas podem-se apresentar exigências radicais que são tão radicais que deixam tudo igual. Tenho pouca estima pelo radicalismo verbal e da gesticulação maximalista, assim como pela instalação conformista no *juste milieu*. O senhor menciona minha desconformidade com uma exigência normativa geral de como os designers deveriam se comportar em uma sociedade infestada por contradições.

Esta formulação pode ser mal-entendida. Quero advertir sobre um risco: quem se atribui o direito de se apresentar com exigências normativas corre o risco de cair no papel do Grão-Inquisidor – e dessa figura definitivamente não precisamos. Normatividade deve ser, antes de tudo, desenvolvida na confrontação entre conceito e realidade. Ernst Bloch usa o conceito «latência», do possível, do ainda encapsulado que deveria ser aberto e estendido e que pode servir como antecedente para a normatividade. Por isso faço uso do conceito enfático de democracia como redução de heteronomia em qualquer área: economia, política, ensino, pesquisa, meios, prática da vida cotidiana, cultura...

3. Acho especialmente interessante seu argumento de que a democracia deveria possibilitar às pessoas «abrir um espaço para um projeto próprio». Usando o termo «espaço», o senhor toca – talvez inconscientemente – a dimensão urbana e dos espaços. Tais espaços autodeterminados poderiam ser os fundamentos para uma cidade mais social. Como capacitar as pessoas para criarem esses espaços? Por outro lado, sua definição de democracia está vinculada a um projeto. Essa perspectiva da «projetualidade» constitui o centro das disciplinas de design. Implica isso no design ter uma responsabilidade especial e possuir o potencial para fortalecer a democracia, uma cidade democrática? Ou mais ainda, que a democracia é algo que deve ser projetado?

Uso o termo «espaço» sem limitá-lo a seu significado em arquitetura e urbanismo. Mas estou de acordo que uma cidade social – aqui o termo «convivial» cunhado por Illich é apropriado –, então, uma cidade convivial se caracteriza por espaços autodeterminados onde são mediados interesses legítimos diferentes e até contrários. O senhor pergunta o que os cidadãos deveriam fazer para criar espaços autodeterminados. A resposta é simples: mediante empenho político, longe do isolamento individual, afastar-se da crença de que se pode obter individualmente, através da instância do mercado tão euforicamente festejado, uma forma de convivência urbana, suportável e até livre de violência. Deveria ser claro que isso não significa «gentrificação» (*gentrification*) da cidade. Além disso: desconfiança contra uma *managed democracy*, e contra o marketing político que ocupa o lugar da política e com isso a decompõe. Está longe de mim a tentação de superestimar o potencial democrático das disciplinas projetuais, sobretudo no contexto que foi denominado com o termo paradoxal «totalitarismo invertido».⁽¹⁾ Mas opino que democracia contém essencialmente um componente projetual. Infelizmente, não vale a mesma coisa para o inverso. Não cada projeto alberga um componente democrático. Instrumentos de tortura – assim como torturas – são inumanos e antidemocráticos enquanto apontam para uma incondicional submissão – o oposto do design.

(1) Wolin, Sheldon S., *Democracia S. A. – La democracia dirigida y el fantasma del totalitarismo dirigido*, Katz Editores, Buenos Aires 2008.

4. Na caracterização dos traços dominantes do design, sua descrição do aspecto simbólico-semântico e do aspecto operacional-instrumental parece dar preferência aos aspectos operacionais. O senhor menciona um martelo para pregar um prego em uma parede como algo que não pode ser captado por sua dimensão simbólica. O que quer dizer com isso? Precisaríamos de um novo balanço? Pergunto se é necessário reforçar radicalmente o valor de uso do design? Eu defenderia esse enfoque para o design de espaços urbanos e infraestrutura urbana.

Depende do peso atribuído à dimensão semântica dos produtos e construções. A mesma coisa vale também para o tema das emoções evocadas por produtos e edifícios. Os defensores do emocionalismo parecem ser alérgicos a tudo que se denomina com o termo da política econômica «valor de uso». Certo, na área de produtos com interfaces digitais se abre um novo campo de ação para designer; mas também interfaces devem ser submetidos ao critério do valor de uso e da funcionalidade igual a um martelo. Esse novo tipo de produto e os modos de uso correspondentes não devem servir como pretexto para desvalorizar a dimensão material com desprezo e tratá-la como assunto secundário. No discurso de design, uma das fontes de atração para emoções jaz no fato de que sobre emoções é possível farfalhar tão facilmente. Frente à devoção às emoções e ao correspondente *experience design*, pode ser oportuno lembrar – como o senhor faz – o indispensável substrato da infraestrutura urbana. Inflar a dimensão simbólica da arquitetura conduz a esculturas arquitetônicas que, com gesto arrogante, passam por cima das exigências de uso, por exemplo, de um museu. Nesse tipo de arquitetura, o capital simbólico festeja sua conquista máxima.

5. Com o conceito de «humanismo projetual» o senhor vincula o design às necessidades de grupos sociais, sobretudo aqueles que são excluídos e discriminados dentro do regime neoliberal, com o fim de interpretar suas necessidades e de desenvolver propostas emancipadoras. Isso implica uma mudança radical com relação aos clientes do design que em geral são aqueles que podem pagar esses serviços. Como é possível detectar essas necessidades? Como os designers poderiam se conectar com grupos sociais que vivem e trabalham em sua maioria fora do *milieu* dos estúdios de design?

Fica em aberto se na atual fase do pós-liberalismo – não tenho certeza se esse conceito já é aplicável – pode-se já falar de um novo cliente de trabalhos projetuais emancipadores. Seria já um passo à frente se encontrarmos clientes que encomendam designs que não gerem novas dependências. Um design controlado pelo marketing dificilmente poderá contribuir para produtos emancipadores. Também o enfoque do design de autor, que põe o acento no indivíduo criador e não no grupo anônimo de usuários, dificilmente servirá para satisfazer as necessidades de grupos sociais fora do *milieu* dos estúdios de design. Se não me falha a memória, o conceito de «design participativo» surgiu nos anos 1970 e foi praticado, sobretudo, na arquitetura e urbanismo. Tratou-se de incorporar grupos de pessoas diretamente expostas a projetos arquitetônicos e urbanísticos. Fica em aberto a pergunta se com isso a atividade projetual foi socializada.

6. Concordo com sua rejeição a um discurso harmonizador e que o senhor insista nas contradições como algo fundamental para o design. Como tratar essas contradições quando o design, de alguma maneira, é sempre uma ferramenta de dominação e por isso produz essas contradições? Deveríamos torná-las explícitas em vez de resolvê-las? Deveríamos abri-las à negociação social ou deveríamos tomá-las como ponto de partida para uma reformulação, uma modificação de uma situação dada? A que se assemelharia um design orientado a conflito?

A prática projetual está inevitavelmente exposta a contradições – por exemplo, entre carga ambiental e satisfação de necessidades. Por mais bem intencionado que fosse o design sustentável, parece ter pouco alcance se se limita somente à natura e ao consumo de recursos e exclui-se a pergunta pela sustentabilidade social. Eu não digo que o design é *sempre* um instrumento de dominação. Se é usado como instrumento de dominação depende de interesses político-econômicos. Design – assim como a ciência – *pode* ser uma ferramenta de interesses hegemônicos, mas *não necessariamente* é. A atividade projetual seria superestimada se supusermos que mediante a atividade de arquitetos, designers industriais e designers gráficos o potencial social conflituoso pode ser reduzido *diretamente*. Mostrar contradições e explicitá-las ocorre em primeira instância no discurso crítico, isto é, mediante a linguagem. Partindo daí, pode-se ver como traduzir essa crítica discursiva projetualmente. Isso acontece mediante níveis de mediação. Se queremos projetar objetos de luxo e mansões bunkerizadas de luxo depende de uma decisão pessoal. Eu me oponho a um discurso harmonizador que se comporta como se nós vivêssemos no melhor dos mundos (divertidos). Além disso, oponho-me à subsunção do design ao marketing.

29

A contradição mais forte à qual a atividade projetual está exposta jaz na distância entre o que é socialmente desejável, tecnicamente factível, ambientalmente recomendável, economicamente viável e culturalmente defensível. Se olharmos, por exemplo, os festivais de design, surge a impressão que para os designers participantes aparentemente existem só duas classes de produtos: cadeiras e luminárias, complementadas com alguns acessórios de moda. Nos eventos promovidos na mídia, o critério do *fun* parece ocupar a posição dominante e limitar-se à inovação do efêmero. Perguntas pelo sentido não parecem ser formuladas; incomodariam o âmbito de festa do mundo belo do design.

Bibliografia

- Benjamin, Walter, «Über den Begriff der Geschichte», em: *Walter Benjamin – Gesammelte Schriften*, editado por Rolf Tiedemann e Hermann Schweppenhäuser, editora Suhrkamp, Frankfurt 1991. [*Walter Benjamin – textos coletados*]
- Borges, José Luis e Osvaldo Ferrari, *En diálogo, II*, Siglo xxi Editores, México 2005.
- Acessível em: <http://books.google.com.books>
- Galbraith, John Kenneth, *The Economics of Innocent Fraud*, Houghton Mifflin Company, Boston 2004. [*Economia das Fraudes Inocentes*, Cia. Das Letras, São Paulo 2004]
- Illich, Ivan, *Tools for Conviviality*, Harper and Row, New York 1973.
- Illouz, Eva, *Der Konsum der Romantik*, editora Suhrkamp, Frankfurt 2007. [*O consumo do romanticismo*]. Veja: Costa, Sérgio, «Amores fáceis: romanticismo e consumo na modernidade tardia», em: *Novos estudos CEBRAP* [online], n. 73, 2005, pp. 111–124. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002005000300008. (último acesso: 24.06.2010)
- Lyotard, Jean-François, *The Postmodern Condition: Report on Knowledge*, The University of Minnesota Press, Minneapolis 1984.
- Riccini, Raimonda, «Design e teorie degli oggetti», em: *i verri*, n. 27, 2005, pp. 48–57.
- Rybczynski, Witold, «How Things Work», em: *New York Review of Books*, LII, n. 10, 2005.
- Said, Edward W., *Humanism and Democratic Criticism*, Columbia University Press, New York 2004. [*Humanismo e Crítica Democrática*, Cia. Das Letras, São Paulo 2007]
- Wolin, Sheldon S., *Democracia S. A. – La democracia dirigida y el fantasma del totalitarismo dirigido*, Katz Editores, Buenos Aires 2008.