

6.

A INSISTÊNCIA DOS VALORES INDIVIDUAIS E A VISÃO COMO UM FENÔMENO EXCLUSIVO DA CATEGORIA PROFISSIONAL

Como vimos mais acima, estamos trabalhando a partir da hipótese de que o que ocorre no Campo do Design – crise do monopólio da crença – não é por conta do acaso ou um fenômeno místico determinado pelas obras do divino espírito santo, mas que há uma intencionalidade humana. Existe um grupo que ministra aulas em cursos superiores para a formação de designers, uma extração específica da sociedade, que, dotado de uma vontade política, opera articuladamente para que as coisas aconteçam da maneira como estão acontecendo. Indicamos que os docentes situados nas instâncias que recrutam e formam os designers afirmam que a prática do design é uma “prática individual” e, por conta disso, algo muito mais amplo do que esse equívoco que eles chamam ou compreendem como sendo a sua prática, que possui um valor de uso. Na verdade, gota a gota, os docentes do Campo do Design compreendem e divulgam nos bancos escolares que a ação individual é um processo que dá especificidade à disciplina do design, isto é, somente pelo fato de o design ser a prática individual que é, por conta da individualidade e superioridade do seu modo de olhar, ele pode ser explicado por quem o exerce individualmente. Que somente o próprio indivíduo que pratica o design “vê” do modo que os designers são capazes de ver. Daí essa forma egocêntrica de percepção, ora habilidade natural de nascença, ora modalidade profissional aprendida nos bancos escolares, possuir uma singularidade capaz de informar aos outros campos do conhecimento coisas que eles não percebem. Os meus colegas docentes

partem da esdrúxula convicção de que a singularidade dessa forma de ver faz parte de um grande esforço intelectual da categoria para que os teóricos dos outros campos do conhecimento precisem dela ou então de que, sem a mesma, as coisas do mundo sempre ficam mais pobres ou difíceis de serem compreendidas. Ora, a prática do design é uma experiência coletiva, um *habitus* social compartilhado, não é uma escola, um programa ou protocolo escolástico, não há um proprietário, ou uma exclusividade de uma parte da categoria que pode possuí-la, e isso precisa ser dito.

Vemos, por exemplo, nos trabalhos acadêmicos, que os designers se considerarem capazes de melhorar processos de alfabetização, facilitar leituras, suprimir os embaraços dos processos educativos em geral, dinamizar o gerenciamento de empresas, tornar eficaz o planejamento de distribuição de produtos e assim por diante.⁵⁵ Tudo por conta dessa especificidade e superioridade do modo de olhar específico dos pares do campo, produzido nos bancos escolares.

O design para os designers, portanto, é aqui uma noção teórica (abstrata) apenas durante o projeto, em que se acredita que um indivíduo nos faz entender o que são os artefatos industriais ou que de alguma forma se misturam com a produção artesanal. E fazem mais: nos dizem para que servem os objetos que estão diante nós e, quando eles são mal projetados, quer dizer, para os objetos que não tiveram essa origem escolar, que podem ser redesenhados dentro da forma correta.

Na academia os designers sofrem um processo de violência simbólica para aceitarem essa noção sem discussão. Penso que deveriam discutir se essa *forma superior de ver* os artefatos industriais é natural ou biológica, tal como o que chamamos de *ver* quando olhamos para uma paisagem, ou se ela é construída socialmente. De acordo com o que posso observar entre os pares do Campo do Design, isto é, os meus colegas, a maior parte dos designers acredita ou é partidária da noção que defende a *forma superior de ver* como algo natural para

55 “Acreditamos que as habilidades ligadas ao pensamento de design serão fator chave para o sucesso de uma nova geração de líderes criativos na tecnologia, nos negócios e na educação”. Don NORMAN, Don, et KLEMER e Scott. *Op. cit., Idem.*

aqueles que se dedicam a essa atividade profissional, sendo que alguns designers têm mais capacidade do que outros, pois essa capacidade é individual e intransferível. Como as pessoas são diferentes, uns veem mais e melhor do que os outros e por isso temos designers que são melhores do que os outros.

Talvez seja necessário lembrar que essa forma de ver particular ou inata é compreendida pelos pares como oriunda da influência que os designers sofreram ao serem formados de acordo com a mitologia reproduzida nas escolas de formação, inicialmente tendo seus estudos baseados em antigas teorias artísticas, na romântica noção de que existem algumas pessoas com habilidades ou dons naturais e outras não. O nosso ponto de vista defende que, para ser científico, o design (e a arte também), para ser exercido de modo eficaz, precisa ser aprendido, mas não para atender uma demanda da ideologia comercial, mas para que seja uma prática humanizadora. É preciso, portanto, ensino e longo treinamento, assim como capacitação teórica, leituras e bagagem cultural. Não basta seguir um protocolo de etapas e procedimentos.

As pessoas que olham uma paisagem quase nunca pensam que ela é uma construção simbólica produzida coletivamente, que antecipa aquilo que se vê na própria paisagem e que há uma verdadeira história de como os homens são instruídos para essa capacidade de ver uma paisagem.⁵⁶ Julgam que olhar uma paisagem é uma ação natural dos homens e mulheres, basta abrir os olhos e, dependendo da subjetividade do observador (que é individual), ele será capaz de perceber nuances ou detalhes que os outros, os infelizes mortais, não são capazes de perceber. Em minhas aulas tenho me esforçado para ensinar aos meus alunos que o olhar é uma ação humana arbitrária, construída a partir de inúmeras convenções sociais e não uma ação gratuita ou natural, dependendo apenas da individual subjetividade do observador. Eles ficam desconfiados, pois esses ensinamentos destoam daquilo que os demais professores ensinam e, curiosamente, ficam agitados e muitas vezes respondem com agressividade. Açam que estão sendo engana-

56 COSGROVE, Denis E. *Social Formation and Symbolic Landscape*. Wisconsin: The University of Wisconsin Press, 1984.

dos. Recentemente fui violentamente agredido por um aluno com uma acusação infundada, pois o mesmo não estava conseguindo estabelecer uma relação entre os conteúdos que estava desenvolvendo em minhas aulas e nas dos outros professores.

Muitos designers pensam que essa atribuída singularidade da categoria para ver as coisas do mundo lhes é inata e que eventualmente pode ser ensinada nas escolas. De minha parte penso que ela não é natural, tampouco inata, mas que pode ser ensinada sim. Ainda não é o momento de discutir esse ponto, mas gostaria de esclarecer que raríssimas vezes os designers pensam que essa *forma superior de ver* os objetos industriais seja o resultado do uso que fazemos deles, isto é, que ela seja resultado das nossas relações com os objetos industriais, ou do modo como empregamos essa noção, ou seja, como ferramenta teórica, como maneira de examinar ou observar, para a concretização simbólica dos objetos industriais. Portanto, é exatamente por ser uma prática social que o design é o resultado do uso que fazemos dele.

Observa-se também que essa *forma de ver* as coisas do mundo passou a ser compreendida em nossos dias como uma *forma de pensar*, comumente chamada pelos pares de “*design thinking*” migrando inclusive para outros setores fora do Campo do Design. Porém, julgo que essa patética e epidérmica noção continua tendo como base o que estamos discutindo, que a singularidade do design é o designer possuir uma espécie de olhar superior que lhe dá uma competência interdisciplinar, pois a sua forma de ver cruza todas as disciplinas; que o “*design thinking*” garante que se resolva o problema de maneira correta; que “*systems thinking*” cruzam e englobam todas as disciplinas e como eles são “*human centered*” (focado nos homens) garantem que pessoas e tecnologias trabalhem harmoniosamente e de forma colaborativa. Ora, mesmo que seja citado ridiculamente em inglês para que tenha mais legitimidade que no nosso combalido idioma português, a situação não muda. É mais do que óbvio que a disciplina é centrada no homem, pois qual seria a prática humana que não tem por fim último o ser humano?

Ainda na esfera da definição de quem “usa” o artefato, há também uma delimitação importantíssima ignorada por muitos designers,

a qual julgamos que, antes de avançarmos, carece de uma explicação. É preciso considerar que vivemos em uma sociedade de classes, isto é, que a nossa sociedade está dividida em vários segmentos sociais, assim, e a partir desse importante dado concreto, perguntamo-nos: quem define o uso do artefato industrial? Quem seria o juiz com os méritos necessários para julgar a legitimidade dessas pessoas que se dizem juízes?⁵⁷ Desse imenso grupo social estratificado, quem possui a competência ou os méritos necessários para definir criticamente o que é design? Os designers diriam que seria o público, os “usuários” ou os consumidores, mas são eles mesmos, isto é, os teóricos e docentes do campo que exercem essa função de legitimação. São eles que consagram os valores e os fazem migrar para os profissionais do campo e aqueles que adotam o design.

Tal como vimos mais acima sobre a questão de o design ser ou não ser uma prática social como outra qualquer, os pares do campo jamais se referem a eles próprios ou aos donos das indústrias como instâncias de legitimação, enfim, ao que eles próprios demandam. No entanto, há que se considerar que o uso de um artefato pensado pelo dono da indústria é muito diferente do uso que eu e você – os usuários – fazemos desse objeto, ainda que possamos pertencer ao Campo do Design, isto é, ainda que possamos ser projetistas dos objetos, designers ou teóricos do campo.

Isto posto, seguindo a mesma lógica, o uso que os designers fazem do artefato industrial é muito diferente do uso que a maior parte da sociedade faz dos artefatos industriais, pois para que os designers possam trabalhar, eles recebem demandas precisas (*briefings*) dos donos de indústrias, que argumentam estar fabricando aquilo que o povo quer. Ora, um estudo sistemático das demandas do público, ou de um eventual “desejo” por isso ou aquilo que ele realmente deseja não foi feito, isto é, eu não realizei essa pesquisa e também não considero que ela seja necessária, pois é de tal modo óbvia que um teórico que se pense responsável não pode pensar por essa vertente ingênua e rasa. Normal-

57 BOURDIEU, Pierre. *Homo Academicus*. p. 275-284.

mente, essa iniciativa parte do dono das indústrias⁵⁸ e também das instâncias de legitimação das referências sociais, muito bem estudadas por Pierre Bourdieu. Entretanto, se considerarmos de modo mais amplo, é o sistema capitalista que, para sobreviver, precisa produzir mais-valia.

Talvez aqui resida um ponto fulcral, pois os designers partem do princípio de que existe uma igualdade entre aquilo que eles pensam e o que os usuários pensam e, de certo modo, isso é verdadeiro. Que essa simultaneidade ou concomitância de pensamentos é o fim último dos seus trabalhos como designers. Que o designer só projeta a partir de um usuário concreto, portanto, essa prática social é centrada no humano; que ele parte daquilo que o público “deseja” encontrar nos objetos industriais. Como vimos, em parte isso é verdade, mas aqui cabe uma pergunta: será que os designers orientam realmente a sua prática social para atender o que o público “deseja” ou está precisando? Ou apenas impõem aos usuários o seu design de escola ou aquilo que eles e os donos das indústrias julgam ser o melhor?

Ocorre que onde os designers operam a legitimação de suas noções teóricas, isto é, do ponto de vista do próprio Campo do Design, do lugar onde se produz o senso comum sobre o que é o design, boa parte dos seus esforços normalmente são dedicados a costurar os diferentes usos sociais do artefato, como o já citado uso dos aplicativos no telefone celular, em uma noção única de que o melhor uso é aquele que os fabricantes através dos designers dizem que é, constituindo assim a sua representação social, ou seja, o seu significado legitimado ou o seu valor social. É surpreendente a preocupação que os designers têm de se classificarem como uma disciplina basicamente interdisciplinar. Será que não percebem que isso estaria associado ao “multiuso” dos artefatos industriais ou das “inovações” requeridas nos mesmos pelo grande capital? Ora, a prática social do design não é interdisciplinar tal como os meus colegas docentes inocentemente pensam, nem nunca foi. Ela não difere de outras práticas humanas correlatas, que também realizam projetos. Igualmente poderíamos afirmar, por exemplo, que a prática

58 FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo. Design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

da engenharia é interdisciplinar, que os engenheiros também são interdisciplinares, pois operam com várias disciplinas na constituição dos seus projetos. Quando recebem a incumbência de projetar uma ponte, quais são as variáveis mais importantes que eles consideram? Os materiais a serem empregados? As tecnologias de construção? O volume de pessoas e veículos que por ela passarão? Os aspectos estéticos de sua configuração? Pois então os engenheiros também poderiam dizer que a sua prática profissional é interdisciplinar, mas que evidentemente eles privilegiam algumas delas, deixando as demais para os especialistas da área, correto?

Quando os designers dizem que há uma singularidade na metodologia projetual – ***forma superior de ver*** ou ***forma de pensar*** (*design thinking*) – e que ela se dá por conta de um olhar que reúne todas as disciplinas, garantindo sua interdisciplinaridade, estão desejando corporativamente ou politicamente uma legitimação social para a sua prática. No meu ponto de vista, não há qualquer fundamento científico para essa afirmação.

Os cientistas sociais sabem que os grupos humanos se formam por conta do modo como exercem suas práticas sociais e, a partir dessa constituição, se estabelecem as demais relações, organizadas de acordo com outras práticas entre grupos e não o contrário. Desse modo, a maneira como um grupo social vê as coisas do mundo é uma indicação importante da maneira como ele o compreende, como determina suas relações com o mundo. Assim, o que chamamos ***forma superior de ver*** também é uma forma de acreditar, de se definir, de produzir uma identidade social, ou ainda, um conjunto de características comuns que os distingue socialmente e por meio das quais é possível individualizar como categoria. Pode-se, portanto, escrever uma história de uma sociedade e de sua economia através da observação do uso que se faz dessa noção. Contudo, essa segunda ***forma de ver*** não deve ser confundida com aquela que a escola de design propõe, meramente protocolar, que tem a ver com textos escritos, com arrogantes receituários e sem humildade diante das coisas do mundo.

Ao estudarmos a formação da noção de design, portanto, é interessante nos determos em como essa noção é representada socialmente, como ela aparece ou transita nos meios sociais. Os efeitos que ela produz no meio social como um todo. As emergências do termo *design* em diferentes contextos sociais, como uma espécie de panaceia para todos os males da produção industrial (o design como solução de problemas), seu aparecimento ou esquecimento são manifestações culturais que expõem também boa parte da subjetividade dos agentes que operam essas relações.

A noção ou teoria do design, o que é o design, é um resultado de uma prática social dessa categoria, ou um produto social. Trata-se de um resultado de uma ação humana coletiva na transformação das coisas que nos cercam, no caso, as coisas – produtos e serviços – da sociedade industrial. Essa ação humana é consequência de uma apreciação individual das coisas do mundo e também do uso coletivo que se faz desta. Vale lembrar que a noção de design está muito mais próxima da noção de arte do que de uma especificidade que ela julga possuir, contudo, dela se mantém separada em meio a uma intensa discussão entre os pares do campo.

Essa separação também revela e reforça o fato de que a noção de design é uma ideologia, que serve como forma de representação do modo como certas classes sociais vêm se referenciando a si mesmas e ao mundo. A forma como essas classes imaginam e definem suas relações com o mundo que as cerca é análoga à forma como esses grupos definem seu papel social e os comunicam para si e para os outros.

A sociedade de modo geral não se organiza para definir o que é a arte ou o design, mas muita gente é capaz de se organizar em torno dos problemas gerais que encontramos na sociedade. A sociedade como um todo emprega a definição produzida pelos pares desses dois campos, ou pelos meios que essas categorias profissionais divulgam como sendo as definições de arte e design. Arte e design não são problemas para a sociedade de modo geral, são problemas apenas para os agentes desses dois campos. Por outro lado, se os designers resolverem entender os problemas da sociedade estarão apenas resolvendo os problemas da

sociedade que concernem à arte e ao design. Ademais, me parece que devemos discutir aquilo que é mais amplo ou universal, pois quando nos detemos no particular silenciemos o todo.