

O design social na PUC-Rio

Rita Maria de Souza Couto

Coisas que se dizem antes

O Design é uma disciplina que está em permanente evolução, buscando linguagem própria e identidade. Disso decorre a necessidade de identificarmos mais e melhores instrumentos para explicá-lo como paradigma e fenômeno social.

Por mais interdisciplinar que seja o campo do Design e versáteis que sejam suas ferramentas, não se pode negar e nem ofuscar sua importância social, pois o Design não é imparcial, pelo contrário, é um campo marcado pelos entornos sociais que conformam sua metodologia e sua prática.

O Design possui um grande leque de tendências e visões que ora privilegiam aspectos puramente técnicos e tecnológicos da atividade, ora destacam aspectos sociais, econômicos e culturais. Encontra-se em permanente processo de questionamento sobre sua natureza e seus objetivos. Não é socialmente neutro, mas uma atividade que influencia e é influenciada pelo balanço de interesses entre diferentes grupos sociais que participam do seu processo e que lidam com objetos ou sistemas. O Design é basicamente um processo de integração social (COUTO, 1997).

Por meio do Design, o homem agrega experiências a seu universo subjetivo e, com isto, abre possibilidades e visões expansíveis sobre a realidade. Portanto, o Design pode levar o homem a uma reflexão que o conduzirá a inúmeros dilemas e facetas apresentados pelo mundo, justapondo sua capacidade de raciocínio e suas habilidades perceptivas, consentindo ao homem as expressões de agir, conhecer e transformar, mas, sobretudo a dimensão de dialogar com a realidade.

Ao discutir a função do Design nos idos dos anos 1970, Victor Papanek afirmava que, na era industrial e tecnológica, apresentava-se como uma necessidade fundamental analisar o compromisso social do designer, porque o usuário não deveria ser visto como autômato na engrenagem industrial, mas como um ser hu-

mano que tem necessidades e desejos e como tal deveria ser considerado. Com tal questionamento, o autor não tinha por objetivo colocar em dúvida a validade das inovações que facilitavam e traziam conforto ao cotidiano das pessoas. Questionava, apenas, por que tão poucos projetos e tão poucos produtos eram realmente aplicáveis a necessidades específicas das pessoas (PAPANЕК, 1991).

Papanek convocou, na época, os designers a usarem uma abordagem mais solidária, encorajando-os a abandonar a política de design pelo lucro e utilizar o projeto como uma ferramenta a favor do homem para moldar produtos e ambientes.

Passado quase meio século, continuamos a lidar com questionamentos semelhantes, tendo o compromisso social como elemento motivador que inspira o designer a assumir um contato direto com as pessoas, para procurar junto com elas soluções para problemas complexos.

Em princípio, qualquer demanda, desde que exista concretamente, é promissora para o trabalho do Design Social, pois sua potencialidade não depende da sua dimensão, da sua importância social ou econômica ou de qualquer outro valor a ela atribuído.

Problemas de Design – temas, metodologias, programas, estratégias de trabalho, propostas e soluções – são por natureza transdisciplinares, formados por campos de vinculação de complexidade diversa, que modificam sua aparência e limites permanentemente, uma vez que incluem uma teia de correlações formada, entre outros, por fenômenos físicos, biológicos e psicológicos; por aspectos sociais, econômicos e políticos.

No Design Social, inspiração para muitos trabalhos e diversas metodologias, prática que tem encontrado ressonância não somente no meio acadêmico e de pesquisa, mas também no âmbito profissional, existe um pressuposto básico que é a preservação do direito do designer de pesquisar no campo e, juntamente com as pessoas e a partir delas, contar com a sua sensibilidade para captar a realidade, por mais complexa e multifacetada que seja.

A complexidade que encerra a prática do Design Social pode ser percebida, por exemplo, a partir das palavras de Fernando Juez, ao definir a relação homem/design:

Este ser único [homem], capaz de concentrar sua atenção procurando o céu e perguntando-se por sua própria origem e finalidade, ao regressar seu olhar do horizonte, olha os outros e constrói propósitos, aponta para um determinado fim a configuração e o temperamento das coisas, imagina e manufatura objetos que são o espelho de sua idiossincrasia e empenho de sua memória. Este ser, capaz de projetar um meio que lhe causa assombro e medo, decide às vezes não temer, não duvidar dos outros que também olham para o céu; então, compreende, admite, respeita; então projeta

para aqueles que são como ele; e com deferência, aceita o projeto criado por outros, para outros que não são ele (JUEZ, 2002, p. 13).

Prossegue o autor dizendo que projetar somente para quem se conhece é um bom princípio, mas que os grandes projetos, aqueles que todos aceitam, são poucos e existem porque o designer dedicou-se a desvelar o desejo, as habilidades, as destrezas que em um momento dado nos fazem similares. Não são desenhos impostos. Não são objetos que nos vemos obrigados a usar por força de uma imposição. São como grandes projetos: objetos locais, comunitários, naqueles que a coletividade reconhece seus hábitos e capacidades; aqueles nos quais identifica suas crenças e pratica uma maneira particular de uso. Se um objeto nos satisfaz, se nos é útil, é porque de algum modo somos parte da comunidade para qual ele foi criado: em nossa mente ecoa o sentido de algumas das metáforas que ele encerra e podemos, também, adaptarmos sem maiores dificuldades a suas funções, utilizando-o como uma extensão de nós mesmos.

A natureza do Design perpassa três esferas distintas: o ser humano, a necessidade e o objeto, segundo Bonsiepe (1997). O ser humano é aquele que quer cumprir uma ação efetiva, já a necessidade é a tarefa que um indivíduo pretende desempenhar e, por fim, objeto é o instrumento que o indivíduo necessita para efetivar uma ação. Portanto, um ser humano se relaciona com os entornos do Design quando sente a necessidade de realizar algo por meio de um objeto.

O designer é um profissional que se preocupa com a compreensão sobre a forma de vida e com os projetos que desenvolve com e para o ser humano. Reconhece a diversidade, a identidade das pessoas, compreende seus limites e suas potencialidades. É um profissional que deve ser capaz de entender os diversos caminhos que podem tomar uma solução e de prever suas consequências em um ambiente natural e em um sistema cultural peculiar.

Um objeto, fruto de um projeto de Design, pode ser a reprodução de um antecedente, exclusivo ou de uso comum, exemplar único ou numeroso; pode ter sido inspirado em algum tema ou na natureza; surgir da mente de seu criador e da comunidade a qual pertence. Em qualquer circunstância, um objeto sempre será a expressão legítima de um modo de viver e ver o mundo do ser humano (JUEZ, 2002).

Manuel Castells (2000) defende a ideia de que o Design está a demandar redefinição em sua forma, função, processos e, principalmente valores, e um caminho para esta redefinição passa, necessariamente, pela discussão séria e comprometida sobre a sua função social.

Social, todo Design é, dizem alguns. É verdade. Mas o Design voltado para questões sociais é muito mais do que isto. Ele tem limites e, quando se trabalha

neste campo, é mandatório conhecer profundamente as pessoas com e para quem se está projetando, bem como atentar para suas reais necessidades e desejos.

No âmbito do Design Social, é preciso ter a habilidade de trocar com as pessoas sentimentos e experiências, colocando-se, na medida do possível, na mesma situação que elas, fazendo o que elas fazem e do modo como elas fazem. E, em todos os casos, é preciso ter uma visão holística das variáveis que compõem o problema de projeto.

Considerando as múltiplas variáveis e os múltiplos conhecimentos presentes no Design com vocação social, é imprescindível a composição de um corpo de conhecimentos transdisciplinar que forneça suporte teórico e fundamentação.

O Design Social é uma prática profissional ética, baseada em direitos humanos, que considera os princípios de igualdade e respeito pelas qualidades individuais. É sustentável por excelência e sua dimensão social só se realiza efetivamente quando guiada por estas questões.

Trajetória do design social na PUC-Rio

O Design Social foi adotado pelo Departamento de Artes e Design da PUC-Rio como um enfoque metodológico em disciplinas de projeto nos idos dos anos 1980, a partir da iniciativa de dois professores pesquisadores do curso – Ana Maria Branco e José Luiz Mendes Ripper.

Responsáveis desde então pela consolidação desta prática no meio acadêmico, os professores Ana Branco e Ripper ajudaram a formar um sem número de alunos identificados com a filosofia do Design Social, alunos estes que passaram a atuar como professores ou profissionais no mercado de trabalho.

Os currículos que foram implantados a partir dos anos 1980 ilustram vários desdobramentos desse enfoque metodológico e ajudaram a ampliar os contornos desta prática, contribuindo para que o curso de Design da PUC-Rio tenha no Design Social uma marca indelével, reconhecida nacionalmente.

A professora Ana Branco diz que, no início, o modelo do curso de Design da PUC-Rio foi bastante influenciado pelas ideias de um saber hierarquizado, baseado no modelo da primeira Escola Superior de Design do Rio de Janeiro, que sofreu, por sua vez, influência da Bauhaus.

Segundo essa visão, havia uma hierarquia de complexidade entre as formas dos objetos a serem projetados. Por detrás deste pensamento, estava a crença de que o aluno chegava à universidade vazio de conhecimentos, devendo ser alimentado de informações até que, ao completar o curso, tivesse conhecimentos suficientes que lhe permitiriam operar. A transmissão de um saber hierarquizado concorreria, então, para a maturação progressiva do aluno.

Ana Branco lembra que, por não concordarem com estas ideias, um grupo de professores propôs modificações no curso de Design da PUC-Rio. Estas mudanças propiciaram a discussão sobre a posição do aluno ao ingressar na universidade e sobre o aproveitamento da bagagem de informações e experiências que ele trazia consigo.

Diz ainda essa professora que, no campo de projeto, por exemplo, era impossível não considerar a experiência que o aluno trazia, na medida em que, no seu dia a dia, realizava uma série de atividades e ações através das quais podiam ser identificados passos de um processo de projeto. Estas atividades e ações, uma vez organizadas, configurariam um método de projeto. À academia ficava assim, reservado o papel de organizadora da experiência empírica, para que esta pudesse virar objeto de estudo e reflexão e fazer parte da vida acadêmica.

Esta mudança de postura trouxe como consequência não somente a reavaliação e realocação das disciplinas de projeto na grade curricular, como também propiciou o surgimento de uma feição própria e peculiar para o curso de Design que a PUC-Rio passou a oferecer desde então.

Desde então, tem-se procurado incentivar os alunos a trabalhar com a realidade social, pois se acredita que a pesquisa direta, em um contexto real definido, contribui para estimular a criatividade, desenvolver o senso crítico e para favorecer a descoberta de valores humanos, sociais e culturais.

Segundo Ripper, a prática do Design Social levou ao desenvolvimento de projetos em sala de aula vinculados ao meio social, modificando a situação anterior em que a população-alvo era imaginada e as necessidades que geravam os produtos eram simuladas.

Esta abstração do contexto real gerava resultados sem significado social e era contraditória em um departamento pertencente a um Centro de Ciências Humanas, como é o caso do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio. Foi a aproximação empreendida com a realidade do meio extrauniversitário que começou a delinear a atividade do Design Social na PUC-Rio.

Esse modo de projetar não foi imposto. Surgiu naturalmente. Os alunos foram sendo orientados a procurar o seu tema de projeto fora do contexto da universidade, que já possuía uma tradição de trabalhos extramuros.

Mentores do Design Social na PUC-Rio, Ana Branco e José Luiz Ripper foram responsáveis por inúmeras reflexões sobre o tema, reflexões estas que ajudaram a nortear currículos, programas, metodologias; e foram decisivas para a formação de alunos e novos professores. À guisa de ilustração, trago aqui algumas das ideias fundadoras desta prática.

A atividade de idealizar e realizar objetos práticos e técnicos encontra-se disseminada em vasta e complexa trama. Assim, um sem-número de áreas tais como

arquitetura, design, engenharias em geral, artes plásticas, entre outras, atuam neste campo, cada uma a seu modo, sujeita a uma ordem global de produção e consumo.

No campo do Design Industrial, por exemplo, o pragmatismo inerente aos sistemas produtivos vinculados ao modelo industrial imprime um ritmo acelerado à produção de objetos novos que, por sua vez, acha-se em contínua mutação e expansão.

Tomando por base o modo de operar do Design Social, pode-se considerar que a principal diferença entre as duas práticas se encontra no modelo produtivo que o Design Industrial tem submetido à civilização urbana, em que existem sucessivas gerações de produtos que penetram na esfera do comum, apoiadas por técnicas de marketing sofisticadas, independentemente da situação socioeconômica e tecnológica da sociedade envolvida neste ciclo de produção e consumo. Os usuários são submissos a este ciclo, não participando das decisões sobre os produtos a eles dirigidos.

Em projetos realizados sob o enfoque do Design Social propõe-se uma inovação que consiste em introduzir em praticamente todas as etapas do processo de projeto, que objetiva produtos práticos, a participação efetiva de elementos da população-alvo, ou seja, dos usuários do produto. Com esta postura, o Design Social procura contornar a situação da população de usuários marginalizada em relação aos produtos a ela dirigidos e por ser esta atividade realizada em estreita relação com a população envolvida, tem-se oportunidade de descobrir temas autênticos e soluções apropriadas, sempre em consonância com os anseios e necessidades desta população.

O ato de projetar permitindo uma contínua participação dos indivíduos e a expressão de suas metas e dos seus desejos faz parte do modo de ver o objeto como fruto de um trabalho interativo entre o designer e o usuário. O processo de projeto de um objeto é composto de inúmeras etapas e pode, de acordo com o caminho escolhido, apresentar diferentes graus de complexidade. A escolha do caminho reflete o modo como o pesquisador ou designer organiza a sua vida, seus pensamentos, seus sentimentos. É ponto pacífico que qualquer objeto que seja fruto de um trabalho unilateral e de um pensamento solitário provoca interferências solitárias.

Não se justifica dizer que existem métodos específicos para o Design Social. O que existe é uma atitude que reforça ou enfatiza a interação entre o designer e a população-alvo. Assim sendo, as escolhas metodológicas, complexas e circunstanciais estão diretamente ligadas ao momento histórico, às circunstâncias do meio e do tempo e à personalidade da pessoa que está conduzindo o trabalho. Como em qualquer projeto no campo do Design, o método não deve ser imposto a um meio, mas adaptado às suas especificidades.

Na prática do Design Social, destaque especial é dado à observação do indivíduo ou grupo enquanto interage com o objeto que está sendo para ele projetado. Esta etapa do processo de projeto permite o entendimento amplo do efeito do objeto, que validado pela interação com o usuário, não se reduz a imagens e sons, através dos quais é vendido pela mídia. A observação do objeto em uso permite a crítica revitalizadora do processo de projeto e seu entendimento como algo em transformação, uma vez que o objeto só tem expressão quando incorporado a um contexto social, em funcionamento.

Sob esta perspectiva, pode-se afirmar que o Design Social tem como prioridade a lógica do usuário e não a lógica dos meios de produção. O ato de projetar e de construir pouco a pouco, permitindo uma contínua participação dos indivíduos e a expressão de seus desejos, faz parte do modo de ver o objeto como fruto de um trabalho interativo entre o designer e o usuário, permitindo a sua não mitificação.

O trabalho interativo só se efetua quando existe um compromisso social, que motiva o designer a assumir um contato direto com as populações para procurar junto com elas soluções para problemas determinados. Assim, antes de fazer o projeto, de responder a uma demanda, o designer deveria ver preservado seu direito de pesquisar no campo e, juntamente com as pessoas e a partir delas, contar com a sua sensibilidade para captar a realidade.

As demandas por projetos no âmbito do Design Social são inúmeras e de variadas naturezas. Podem estar direcionadas a um indivíduo ou a um grande grupo. A potencialidade do trabalho não depende da dimensão, da importância social, econômica, ou de qualquer outro valor a ele atribuído.

A princípio, qualquer ser humano e qualquer local, desde que exista concretamente, é promissor para o trabalho do Design Social.

Referências

- BONSIEPE, G. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.
- CASTELLS, M. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura** (Vol. 1). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.
- COUTO, R. M. S. **O Ensino da Disciplina de Projeto Básico Sob o Enfoque do Design Social**. Dissertação – Departamento de Educação, PUC-Rio, 1991.
- _____. **Movimento interdisciplinar de designers brasileiros em busca de educação avançada**. Tese – Departamento de Educação, PUC-Rio, 1997

JUEZ, F. M. **Contribuciones para una antropologia del diseño**. Barcelona: Gedisa Mexicana, 2002.

PAPANECK, V. **Design for the real world**. New York: Pantheon, 1971.