

5.

UMA FORMA DE VER AS COISAS DO MUNDO

Além da forma sistemática como os pares do campo ocultam que a prática do design é uma prática social comum⁵², querendo com isso dar um estatuto de superioridade à sua prática social, por conta dessa confusão entre o comum coletivo e o comum como qualquer coisa ordinária e insignificante, criou-se um dos maiores mitos mantidos e reproduzidos, o do design como uma *forma superior de ver* as coisas do mundo e, do mesmo modo, considerar que essa competência ou especialidade dá ao designer um estatuto social hierarquicamente superior às demais profissões, isto é, uma forma radical ou definitiva de autolegitimação.

Ora, todos sabemos que tradicionalmente o designer trabalha sob demanda, isto é, ele é um mero empregado⁵³ e raramente dono de um escritório que vende projetos que concebeu por conta própria e que se examinarmos essa questão profundamente, também nunca é por conta própria. Há sempre um comanditário ou o diretor da indústria, que lhe oferece um *briefing* a partir do qual ele passa a colher dados sobre os exemplos existentes para começar a trabalhar. Por exemplo, em uma fábrica de móveis, uma vez que seja formalizado o pedido para a produ-

52 Comum no sentido de que pertence a todos e a todas e não como alguma coisa vulgar ou insignificante.

53 Na segunda parte desse livro eu tratarei dessa questão mais detalhadamente, pois na verdade, embora não possua dados estatísticos, a maior parte dos designers se constitui de subempregados sem direitos sociais.

ção de uma cadeira, o designer recebe um *briefing* explicando que tipo de assento o gerente de área ou o dono da indústria deseja produzir, então ele começa a trabalhar. Assim, ele não produz o *briefing*, ele não começa a trabalhar por conta própria, de acordo com uma espécie de chamado selvagem para criar uma cadeira de escritório. No *briefing* o diretor da indústria define claramente que tipo de material ele deseja empregar e o designer passa a pesquisar os exemplos de cadeiras de escritório que já existem, afim de redesenhá-la.

Temos que concordar que é um pouco desagradável para os pares do Campo do Design ter que aceitar o fato de que todos os mitos românticos atinentes à parte criativa do seu trabalho ficam comprometidos, pois no final das contas não se trata de produzir o objeto industrial desde o início, mas de realizar um redesenho ou de fabricar um *Frankenstein* combinando diferentes partes de outras cadeiras já existentes. Caso o diretor da indústria lhe ofereça uma nova tecnologia ou um novo material para fabricação, o seu trabalho é empregá-los para redesenhar a cadeira. Somente se a nova tecnologia ou se o novo material que ele terá que trabalhar forem radicalmente inovadores o designer terá que repensar a forma como desenhará sua cadeira e aí, talvez, haja uma demanda de sua capacidade criativa sobre o que é o sentar e então produzir um assento inovador. Como essas inovações tecnológicas são raríssimas e novos materiais não são trazidos com frequência, os designers, quando muito, procuram eventuais defeitos nos exemplos existentes e tentam corrigi-los, acrescentando ocasionalmente inovações tecnológicas ou novos materiais.

À luz desses fatos, nos parece que o trabalho inovador do designer deveria ser considerado apenas para novos usos produtivos, novas formas de sentar. Ele deveria desconsiderar os pressupostos ergonômicos que determinaram uma forma “científica” de sentar, enfim, que sua prática de desenhador não fosse apenas uma ação de aperfeiçoamento intelectual ou semântica para o ato de sentar, de tomar o termo *inovação* por *diferenciação*, mas de inventor de um novo modo de sentar.

Como a maior parte dos designers não realiza sua prática profissional tal como aludimos no parágrafo anterior, no processo de fabricação

de um móvel, a fase que se segue depois da pesquisa dos modelos existentes ou de criação, o designer constrói um modelo, seja material ou virtual, e passa a realizar testes para saber como ele funciona concretamente, afim de corrigi-lo de acordo com as respostas que o exame empírico lhe fornecer, caracterizando assim o processo de desenvolvimento do projeto como algo material, pois caso o projeto idealizado precise de ajustes, eles serão realizados antes da conclusão final e da fabricação do seu protótipo para o encaminhamento já na linha de produção. O projeto de um objeto de design é pensado teleologicamente como uma totalidade, a qual inclui o princípio e o fim, isto é, desde o *briefing* até a sua distribuição nas lojas, incluindo aí a sua embalagem e meios de estocagem com vistas à distribuição.

Como podemos ver, considerando o todo, a prática do design é basicamente concreta, coletiva, e se excluirmos a “pesquisa” dos modelos existentes, a parte denominada criativa é praticamente inexistente. Por exemplo, é comum ouvirmos entre os colegas a afirmação de que as rodinhas nas malas de viagem são “inovações” ou criação, mas penso que o termo correto seria *aperfeiçoamento* ou *incremento* de um produto e não propriamente produção do novo, a invenção de algo não conhecido alterando radicalmente aquilo que já existia. O novo, para a maioria dos designers, trata-se apenas da produção de um produto diferenciado por uma melhoria ou incremento. É claro que não estamos questionando que as rodinhas tenham sido um avanço importante para o transporte de malas de viagem, que possuem valor de uso para quem precisa de malas para viajar. Mas mesmo essa discussão sobre incrementos não é vista com muita frequência entre os pares, aliás, é mais provável e possível que ela não ocorra durante os cursos de graduação, em que os estudos são voltados para a formação de quadros profissionais técnicos de execução, isto é, de reprodução escolástica do conhecimento e quase nunca para uma discussão de valores, como estou indicando nessas linhas. Como a escola é ainda uma parte propedêutica, uma etapa anterior à vida profissional do designer, julgo que, no momento de sua formação, uma parte dos seus anos de estudo poderia ser dedicada a imaginar, conceber coisas que não servem necessariamente para uma

aplicação imediata e uma outra parte para acompanhar o processo de trabalho desde a parte inicial idealizada ou abstrata – o projeto –, até a entrega, tal como ocorria no trabalho artesanal na Idade Média, quando o artesão ia à floresta escolher as árvores a serem cortadas, orientava a secagem da madeira, toda a parte pesada de carpintaria, o fino trabalho de marcenaria, a confecção propriamente dita e inclusive se encarregava da entrega do móvel. Seu trabalho demandava grande quantidade de saberes interligados. Entretanto, ocorre que nos dias de hoje todo esse processo é realizado por máquinas, mas apresentado como se fosse uma forma de trabalho exclusivamente intelectual e individual, ou melhor, que sem o desenvolvimento de uma habilidade individual do designer para abstrair-se do concreto o projeto não se realiza. O longo processo de trabalho, fragmentado e executado por diferentes profissionais, sem o seu controle intelectual, é esquecido.

Antes de avançar, seria interessante mencionar que essa polarização de discussões entre o trabalho prático e o teórico, além de inútil, é estúpida, não nos leva a lugar algum. Não há prática humana que não tenha em si mesma uma dimensão abstrata ou intelectual. Prática e teoria caminham juntas e são complementares. A maior parte dos designers consideram que prática do design não é um trabalho mecânico e enfadonho, tal como aquele que é realizado por um operário na linha de produção de uma fábrica. Esse desprezo se dá por razões de natureza social e não porque o design seria por definição apenas intelectual. Desse modo, o esforço para caracterizar a prática do design como abstrata e intelectual é uma falácia e só é explicado pelo fato de desejarem ser considerados profissionais liberais tal como as outras profissões dessa natureza. Assim, nos parece que quanto mais os pares se esforçarem para esconder essa evidência, mais eles revelam a sua verdadeira identidade.

A noção do design como uma forma superior de ver as coisas do mundo é, portanto, mais uma camuflagem da sua natureza prática e do fato de que, de modo geral, o designer é apenas um elemento em uma cadeia produtiva. Essa amaneirada forma de disfarce a situa no sentido da visão, um modo ou maneira de ver, um olhar singular. Poderia ser

também o sentido da audição, da nossa percepção biológica dos sons, mas nunca o sentido tátil das mãos ou do paladar que possuímos com a língua e a boca, ou mesmo o olfato. Parece-me que a visão e a audição, em relação aos outros sentidos, são compreendidas como mais abstratas, daí podem ser confundidas e empregadas como metáforas das abstrações intelectuais. Assim, ao apresentar o design como uma prática que emprega os sentidos da visão, os pares do Campo do Design estão querendo nos dizer que ele é uma prática mental – *cosa mentale* –, sofisticada e distinta socialmente, que não se realiza com as mãos e que não é um mero ofício mecânico, mas uma profissão liberal. O meu leitor poderia me perguntar por que o design não poderia ser uma profissão liberal e eu responderia que ele já é, mas há um cacoete arrogante da categoria que insiste em evidenciar que os designers possuem saberes singulares superiores e que eles não são “práticos” no sentido de serem manuais ou sem status social. Enfim, me parece que estão confundindo tudo.

Ademais, nos dias de hoje, justamente por conta do gigantesco investimento para o crescimento da produção industrial de imagens e das novas tecnologias digitais desenvolvidas para atender essa produção, a visão está em alta conta. Nesse sentido, devido à alta demanda do grande capital, o design passa a ser a disciplina teórica com os meios necessários para entendermos e operarmos abstratamente as coisas do mundo industrializado relativas à imagem, posto que os antigos caudatários desse tipo de produção, os artistas, foram desfuncionalizados, haja vista a antológica noção que defendem em relação à gratuidade do trabalho que realizam. É curioso perceber como boa parte dos teóricos e docentes do Campo do Design menciona esse tipo de classificação e como ela acaba migrando para o senso comum, isto é, como divulgam essa mitologia entre os jovens alunos e futuros profissionais e como ela transpira para o senso comum. Ver é uma operação dos olhos de quem vê, mas é também algo biológico e, se um homem não for cego, é capaz de ver. Do ponto de vista teórico, a ação humana do olhar (ver) pode ser considerada como objeto de estudo tradicionalmente atribuídos aos estetas ou ao Campo da Arte ou da Filosofia da Arte, isto é, uma vez que

essa ação é concreta, ela também é uma percepção sensível ou material, especialmente visual ou, se desejarmos, uma simples forma de ver, e pode ser compreendida como uma categoria sob o domínio da disciplina estética. Caso não haja luz ou caso o observador não seja cego, isto é, sem as condições materiais para a constituição do olhar, nada poderá ser visto. A noção de uma singularidade do olhar como disciplina chave para o design, portanto, é compartilhada não apenas por designers, mas também por outras categorias profissionais, daí porque os designers são convocados para “resolver” problemas⁵⁴ que somente eles têm competência para resolver, pois somente eles são capazes de “ver” o problema.

54 “O pensamento de design compreende **estratégias para encontrar e resolver problemas** levando para o design da tecnologia uma compreensão sobre pessoas e sociedade, **focando na descoberta do problema correto antes de correr para uma solução**” (grifo nosso). Don NORMAN, Don, et KLEMER e Scott. *Op. Cit.*