

Engajamento pela palavra dos jovens designers pós-modernos

Edna Lucia Cunha Lima

Resumo

Este trabalho procura interpretar as formas de atuação de jovens designers através de seus trabalhos de conclusão de curso que desmentem a perspectiva desencorajante de uma adesão irrestrita às demandas do mercado. Coloco-me na posição de participante, há três anos, das bancas de final de curso e de orientadora, há cinco anos, de projetos de conclusão do Curso de Desenho Industrial, habilitação de Comunicação Visual na PUC-Rio, tendo tido a oportunidade de acompanhar as mudanças de enfoque que vêm ocorrendo nas temáticas destes trabalhos. Nesta primeira aproximação a este problema, utilizei as leituras de Zygmunt Bauman e de Luc Boltanski como instrumentos para compreensão de um panorama que está em formação.

A visão do design funcionalista

O modernismo dá vez ao pós-modernismo de maneiras diferentes e com matizes diversos até a mudança plena. No caso do design, creio que os anos 1990 foram aqueles em que ocorreu esta conversão. Pelo menos na área do design gráfico, minha especialidade, percebe-se uma nítida separação entre o antes e o depois da introdução do computador pessoal, utilizando os *softwares* gráficos. Na medida em que a tecnologia foi invadindo a área e banalizando conhecimentos antes exclusivos, os designers se viram diante de uma situação complexa: passaram a ser conhecidos – a grande reivindicação histórica sempre foi a do reconhecimento da profissão pela sociedade – mas o campo de trabalho foi invadido pelos amadores, livre-atiradores que sabem utilizar o *software* mas desconhecem a matriz conceitual do design. A massificação atingiu de cheio o campo profissional, desequilibrando o mercado e tornando incertos seus limites.

Além disso, a fé na boa forma, esteio da ideologia do design modernista, sofreu um enorme abalo. Embora ligada diretamente ao pensamento funcionalista, que se delineia ainda no século dezenove e vai tomar corpo após a Segunda Guerra Mundial,

a concepção modernista do design tinha base na certeza de que, contribuindo para que as qualidades estéticas expressassem honestamente a função, estava-se contribuindo positivamente para que todos tivessem uma qualidade de vida melhor, através do acesso generalizado a produtos simples, belos e funcionais. Era essa, em poucas palavras, a esperança racionalista utópica do design, sua intenção e seu objetivo. E vinha acompanhada, evidentemente, por uma vocação redentora, pois era preciso educar as pessoas a apreciarem a simplicidade. Já que, como diria Bauman, “nada predispõe *naturalmente* os seres humanos a procurar ou preservar a natureza, conservar-se limpo e observar a rotina chamada ordem.” Ele observa que, pelo contrário, “os seres humanos precisam ser obrigados a respeitar e apreciar a harmonia, a limpeza e a ordem”, e, poderíamos acrescentar, a simplicidade formal.

Esta formulação tem seu apogeu com a escola de Ulm, criada no esforço de reconstrução alemão dos anos 1950, com um direcionamento ideológico de esquerda. Em Ulm, é explicitado o método de trabalho do design, calcado no das ciências sociais. Este processo é descrito como sendo contínuo, tendo como ponto de partida a solicitação do trabalho pelo cliente ao designer, que estuda o problema, levando em conta as necessidades do cliente e do usuário. A seguir, o designer trabalha, esboçando alternativas de solução, escolhendo com o cliente aquela que melhor atende ao problema, desenvolvendo-a, testando-a eventualmente com os usuários, e propondo sua fabricação, levando em conta as possibilidades tecnológicas. A fase de formulação da solução é conhecida como a de criação do conceito do projeto.

Outro paradigma, decorrente do funcionalismo, era de que as formas surgiam do problema, dispensando-se a intervenção dos aspectos subjetivos. Não se esperava que o designer deixasse a marca de sua personalidade no que fazia (pois isso é o que o designer reconhece como essencial na atividade artística, e é por ele negado) nem que as pessoas que iriam utilizar (no jargão profissional, os usuários) o produto do design se expressassem como sujeitos.

O designer atuaria como um estimulador para que a função desejada se fizesse forma no objeto, sem acrescentar nisso sua própria subjetividade. Um dos teóricos atuais, Victor Margolin, coloca que:

Os objetos eram considerados signos de valor com referentes incontestáveis tais como clareza, beleza, integridade, simplicidade, economia de meios e função. O slogan redutivo “a forma segue a função” assumiu que o uso era um termo explícito, sem ambigüidades.

O surgimento de propostas pós-modernistas do grupo Memphis e de Philippe Starck, por exemplo, reverteram essas certezas, dando espaço para um trabalho autoral que subverte as relações entre forma, uso e significado.

Sem reconhecer mais no que faz a capacidade de transformação social, o designer pós-moderno poderia ter se fragmentado e até mesmo desaparecido. Giulio Carlo Argan, defrontando essas mudanças, reagiu decretando a morte do design. E afinal, temos que reconhecer que há profissões cuja obsolescência se dá por transformações tecnológicas irreversíveis, mas que os profissionais são os últimos a perceber. Esta passou a ser uma questão que me persegue. Especialmente agora, quando é o consumo, e não o uso, a prioridade: as necessidades do outro são subestimadas, permitindo que uma onda de imediatismo penetre o campo profissional. Olhar de frente o futuro tem sido uma característica cara aos designers, conforme o corolário generoso de Gui Bonsiepe, para quem “o design é orientado para o futuro”. Reduzir o acesso para o futuro, lugar em que as coisas são passíveis de acontecer, pode ser um perigo, para o qual Bonsiepe alerta:

O futuro é o espaço para o design: o passado já passou e portanto está excluído dos atos projetuais. O design somente é possível num estado de confiança e esperança. Onde domina a resignação não há design.

A resistência possível na atualidade

Os textos de Bauman e Boltanski colocam, sem dúvida, este desencanto em uma perspectiva bem mais ampla do que unicamente a do design, abrangendo a sociedade como um todo, mas eles foram também contundentes ao revelar as possibilidades de resistência e ao discutir as estratégias a adotar, para que não percamos a esperança de futuro.

As reflexões que venho fazendo nos últimos anos, especialmente por ter tido a oportunidade de presenciar mudanças efetivas no pensar de jovens designers gráficos, expressos em seus trabalhos de graduação, mostram que, mesmo sem uma colocação frontal de engajamento (que ainda há), as angústias dos jovens encontram outros caminhos para expressarem suas preocupações com os outros e com eles mesmos.

O princípio unificador da metodologia projetual, por exemplo, tem sido matizado por outros procedimentos. Em frente ao computador, é evidente que as técnicas tradicionais de visualização das idéias não se encaixam. Especialmente em design gráfico, houve um desmonte das etapas projetuais pela facilidade de finalização das imagens diretamente no computador. Chega-se mais rápido a soluções gráficas, mais alternativas podem ser testadas com custos mínimos. Por outro lado, é tão veloz este processo, que um número crescente de

jovens designers trabalham baseados em cadernos de anotações, nos quais os embriões de idéias são registrados. Neste caso, não há necessariamente a presença do cliente como ponto de partida.

O próprio designer propõe problemas para si próprio, em contato com as pessoas, com as coisas e com as situações de seu cotidiano. Quando, eventualmente, o cliente se aproxima, o jovem profissional vai procurar neste caderno, onde entesoura as idéias, aquelas que poderiam se adequar ao problema.

As bases metodológicas modernistas encontram-se subvertidas, nesta proposta de soluções à busca de um problema. As boas idéias que surgem durante a fase exploratória de um determinado projeto não são abandonadas, mas guardadas para eventual aplicação em outro. Portanto, a forma não surge da função, mas é gerada pelo designer, cada vez mais autoral, mais ciente de sua subjetividade. Por outro lado, ironicamente, talvez seja uma forma de sobrevivência do pensamento criador na entressafra de projetos, em um mundo onde o emprego se esvai. A defesa das fontes tipográficas *grunge* empreendida pelo designer Tobias Frere-Jones explicita esta nova mentalidade:

Dada a atmosfera certa, qualquer novo design pode criar a sua própria necessidade: foi apenas depois que os diretores de arte viram fontes como *Remedy* e *Trixie* que eles pensaram em usá-las. A força pura da novidade foi suficiente para instalá-las nos discos rígidos dos diretores de arte.

A perspectiva de Bauman, especialmente, não é leniente com este sujeito, moldado pela sociedade para seu papel de consumidor, amante das sensações e despreocupado com o outro. No entanto, embora em um plano geral, a crítica de Bauman seja agudamente correta, no campo profissional estava evidente que o corolário do design modernista não estava acontecendo como o planejado. Era preciso desconfiar da boa forma, da crença na solução ótima alcançada pelo cumprimento de etapas projetuais bem definidas e, sobretudo, da boa fé do designer ao investigar as necessidades do usuário ao propor suas soluções.

O designer pós-moderno vai à luta

O novo designer que surge enfrenta a rua com disposição, lançando um olhar solidário às manifestações marginais que dificilmente penetravam a armadura da metodologia projetual clássica. Neste sentido, a leitura de Luc Boltanski, com sua proposta da palavra engajada, parece explicar melhor as soluções que vêm surgindo na produção pós-moderna.

Fragmentado, dividido entre os papéis diferentes a que é chamado a atuar, este jovem traz para dentro de uma profissão, cujo elitismo ameaçava tornar-se sufocante, a palavra de outros. A arquitetura foi pioneira, e se debruçou sobre a produção não ortodoxa, anônima, sem a interferência do arquiteto, batizada como arquitetura vernacular. Também o design pós-moderno vem acolhendo as manifestações de design sem *pedigree* como design vernacular.

Jeffery Keedy, professor e designer atuante, é extremamente crítico de seus colegas, denunciando esta abertura à palavra do outro como roubos condescendentes, e vai mais além, comentando também a recente onda de retomadas da história do design através de focos estilísticos como Art Deco, Art Nouveau, Concretismo Russo, etc., que ele caracteriza como formas de nostalgia, que retira destes

movimentos o conteúdo através da descontextualização histórica. Há nessas apropriações imagísticas o perigo que Baudrillard aponta ao examinar a obra de Andy Warhol: o do puro fetiche.

Sem dúvida que não podemos descartar esse problema. No entanto, ao dar voz a quem estava mudo, no mínimo, corre-se o risco de deixar de ser intermediário. Os jovens designers que tenho observado andam no limite entre ser porta-voz e aderir, tornando-se, por vezes, porta-vozes do próprio design nos grupos marginalizados que antes observavam. Há um processo simbiótico de trazer a rua para o design, e de trazer o design para a rua. Este estreitamento entre uma estética marginal e o design pós-moderno põe em discussão o não-envolvimento com o usuário, que surge no projeto como indivíduo com suas próprias proposições. Confronta igualmente o design comprometido do profissional com o projeto *vira-lata* do micreiro*, no que tem de bom e de ruim. Na realidade, ressoam entre estes jovens as palavras de Jeffery Keedy:

Em uma época em que diversidade e dar poder a outras vozes são questões em nossa sociedade, a última coisa que os designers deveriam fazer é se reentrinchar no cânone mítico do *bom gosto*.

A clareza, por exemplo, no campo do texto, expressa em princípios de legibilidade e leiturabilidade, é contestada pela presença do caos, tanto na forma da mensagem escrita com a tipografia pós-moderna suja e ilegível, como pela diagramação que não mais é estruturada por *grids*. Essas malhas, que entraram no vocabulário do design pelo movimento Suíço nos anos 1950-60, racionalizando a distribuição de massas de imagens e textos em blocos geométricos dispostos serenamente na página, estão sendo abolidas de certos contextos, como as revistas de *surf*, dando lugar a um design fluido. Esta fluidez deve-se à indeterminação de margens, sempre mutantes, que caracteriza o espaço novo em que o designer atua, o design para Internet principalmente. Uma boa descrição deste novo meio compara a página impressa a um sólido, e a página da Internet a um líquido, que muda de forma de acordo com o recipiente (modelo e marca do computador, resolução de tela, *softwares* e suas versões disponíveis pelo receptor).

No contexto brasileiro, há ainda a preocupação com uma expressão brasileira. A nacionalidade escorregadia torna-se uma preocupação constante nos debates sobre a globalização. No meio do design, pode-se dizer que toda vez que o tema é a globalização, o assunto tratado é o design nacional, ou melhor, sua existência ou não. É a nova utopia que resiste em desaparecer.

A insatisfação com o momento em que vivemos tem tido, no contexto destes trabalhos de graduação que venho acompanhando, variadas respostas. Enquanto uma maioria abraça os problemas do design digital com completa concordância com os princípios de *marketing* que sustentam as empresas que dão emprego aos *web designers*, há sempre os que desconfiam deste otimismo. O *stress* é um tema que ressurgiu anualmente com roupagens diferentes. A própria crítica ao design desponta quando, por exemplo, enfoca-se o embuste, a rapidez impensada das soluções projetuais, o domínio do designer pelas ferramentas projetuais padronizadas pela informática. Combate-se este mal estar da pós-modernidade, descrito por Bauman, em projetos ferrenhamente pessoais, livros-objeto, máquinas que

não funcionam mas incomodam, projetos dedicados ao *funk*, *punk*, *galeras* de todos os tipos em torno das quais os jovens se agregam momentaneamente ou para sempre. A retórica dos cartazes poloneses é estudada e retomada, em peças gráficas que renegam os esquemas de neutralidade que o design herdou do funcionalismo. Uma nova frente de contracultura se apresenta. Não se trata de pessoas que querem apresentar, para julgamento de fim de curso de graduação, o que elas sabem e aprenderam a fazer, mas sim de usar o tempo privilegiado, em que estão simultaneamente dentro e fora da academia, para forjar um pensamento sobre design.

Neste ponto, volto à palavra atuante de Luc Boltanski como uma das possibilidades de engajamento do indivíduo no social, em um contexto de observação do sofrimento alheio exposto pela mídia, como uma forma de pressão sobre os governos para atuarem de forma humanitária. Este tipo de atuação tem sido a preferida, mesmo sem que o saibam, pelos jovens de que tratei. Nem sempre são deles os melhores projetos. Há os que apresentam excelentes resultados dentro de um campo tradicional de expressão, nas antigas, novas e novíssimas mídias. Mas ao outro grupo, o dos projetos alternativos, é que eles chamam de "projetos-cabeça".

É preciso aprender a reconhecer estes sinais, por vezes expressos na forma, e outras vezes na escolha dos grupos sociais a serem tratados. Insatisfeitos e individualistas, estes jovens sabem que não há emprego, não há futuro garantido, nem estabilidade possível, e encaram de frente esta realidade. Escolhem o perigo da liberdade, das incertezas e das ambigüidades de suas vitórias fugazes.

A turma dos "projetos-cabeça" está no limiar entre a ação direta e engajada e a palavra ativa que denuncia e alerta.

* Micreiro é o termo popular no Brasil para os praticantes de Design gráfico sem escolaridade, mas que são donos e fazem uso de seu micro computador para realizarem projetos gráficos; daí micreiro.

Bibliografia

- Bauman, Z. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998
- Boltanski, L. *La Souffrance à distance*. Paris: Métailié, 1993.
- Bonsiepe, G. *Design: do Material ao Digital*. Florianópolis: FIESC/CIEL, 1997
- Frere-Jones, T. "Towards the cause of grunge" in Bierut, M et alli (org) *Looking Closer 2*. New York: Alworth, 1997, 16-18
- Keedy, J. "The Rules of Typography according to Crackpots Experts" in Bierut, M et alli (org) *Looking Closer 2*. New York: Alworth, 1997, 27-31
- Lupton, Ellen "A postmortem on deconstruction?" In Heller, S. e Finamore, M (ed.) *Design Culture an anthology of Writing from the AIGA Journal of Graphic Design*. New York Alworth Press, 1997, pp 113-115.
- Margolin, V. "The Politics of the Artificial" in *Leonardo-on Line*, 1995.

Edna Lucia Cunha Lima

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro,
Departamento de Arte & Design, Rua General Ribeiro da Costa,
114 / 1101, Leme, 22010-050, Rio de Janeiro, RJ, Brasil,
Tel./Fax 55 021 25426264, gecunhalima@unikey.com.br