

DESIGN SOCIAL: ALGUMAS PERCEPÇÕES ATRAVÉS DAS DÉCADAS

LARISSA DE CARVALHO RAULINO¹;
ANA DA ROSA BANDEIRA²

¹Universidade Federal de Pelotas – larissa.m.carvalho@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo expor as questões e reflexões que norteiam o Design Social como intrínseco às práticas do Design como um todo, e não como algo dissociado de sua área, além de destacar sua responsabilidade a partir das formas como interage com a sociedade. A partir da revisão de autores sobre design social como Joaquim Redig (2011), Rafael Miyashiro (2011) e Fernando Alvarus Oliveira (s/d) coloca-se em diálogo a visão dos três.

Uma rápida observação empírica faz perceber que hoje em dia há muitas empresas com preocupações sociais e que utilizam o design para alcançar o seu público, no entanto cabe observar que há uma espécie de separação entre o Design Social e o Design como um todo, pois muitos confundem o Design Social com uma mera ação social isolada, e não com a responsabilidade social mais ampla do Design para com o público e com os produtos que gera.

2. METODOLOGIA

Neste artigo, que consiste em uma pesquisa qualitativa de cunho exploratório, articula-se a revisão bibliográfica dos seguintes textos: o artigo de OLIVEIRA (s/d) sobre a visão do Victor Papanek em relação ao Design Social, à época em que escreveu seu livro *Design para o mundo Real* (1973), no qual relaciona o design e a sustentabilidade. Outras referências utilizadas foram os artigos de REDIG e MIYASHIRO no livro organizado por Marcos Braga, *O papel social do Design gráfico - história, conceitos e atuação profissional* (2011). Enquanto MIYASHIRO fala historicamente como o papel do design social foi mudando com o passar das décadas e chegou na visão dos dias atuais, REDIG também apresenta essa historicidade porém questiona a forma como muitos designers veem o Design social, além disso explica como se configura a função do Design como uma atividade que repercute socialmente.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação às visões dos autores anteriormente mencionados, pode-se dizer que cada um está em um contexto histórico diferente, o que influencia bastante na forma de pensar sobre o Design Social a partir de cada época. Na visão de Papanek (OLIVEIRA, s/d) o Design Social se configuraria em projetar pensando nos aspectos sustentáveis e úteis à sociedade, o que difere bastante da visão de MIYASHIRO e REDIG (2011).

Papanek critica os designers que só pensam na representação visual de seus produtos e na obsolescência programada. O autor condena o uso desenfreado de

recursos naturais, problematizando os designers que se “submetem” à imersão na indústria sem pensar na utilidade do seu produto, o que para ele, deveria se sobrepor à visualidade do mesmo (OLIVEIRA, s/d).

Na visão do autor, se os produtos tivessem alta durabilidade, seriam mais benéficos para a sociedade, já que haveria uma diminuição dos gastos de recursos naturais. No entanto sabemos que uma produção desenfreada de objetos de alta durabilidade pode resultar em crise, como aconteceu na fábrica da Ford em 1929, quando a superprodução do modelo Ford T e a sua alta durabilidade estagnaram a indústria na época, pois além de não haver variedade de cor e modelo, não havia mais para quem vender. Um modelo de produção mais eficiente, o Toyotismo, seguiu-se a essa primeira tentativa de ajustar a demanda do mercado e adaptar os produtos às exigências dos clientes.

Se formos pensar pelo âmbito do Design, pode-se inferir que esse tipo de produção em série poderia prejudicar de certa forma o nosso trabalho já que estaríamos condicionados a produção do mesmo produto “para sempre”. O que movimenta a indústria é a busca por inovação e o papel dos designers é trazer o que há de novo e de útil para a projeção ou redesign de qualquer produto.

REDIG (2011) perpassa historicamente sobre como o Design era entendido anos atrás, baseado nas suas experiências e vivências. Ele comenta que a visão que as pessoas têm do Design como sendo uma área totalmente elitista, que só visa cobrar mais caro das pessoas por alguma coisa, não é válida, já que segundo o autor (2011, p. 89) “a futilidade ofusca a utilidade.” Além disso, comenta sobre a obsolescência planejada que faz com que, principalmente os eletrônicos, comecem a falhar e estragar com pouco tempo de uso ou quando as pessoas decidem comprar outro aparelho de uma geração atual, mesmo o seu estando em perfeito estado. A questão exposta aqui é sobre a constante troca de produtos por versões mais novas por um mero estímulo ao consumo, à necessidade sugerida de se ter produtos novos e da relevância que assumem unicamente relacionada ao status social.

Segundo REDIG (2011) a “onda” do Design Social não deveria existir, pois essa questão é inerente ao Design e os consumidores e empresários talvez não parassem para pensar nessa questão, até por que não há design que não seja em prol do social e para o social.

A partir da década de 1980, o curso da PUC-Rio passou a pregar a linha do ‘Design social’. Não entendo muito bem este termo, porque não existe design que não seja social - para a sociedade. Se não for, não é design. O que seria design não social? Design comercial? Design comercial que não for dirigido às necessidades da sociedade não é design (REDIG, 2011, p. 92-93).

Entretanto o que se diferencia do pensamento de MIYASHIRO, é que ele vê o Design social através da história, enxergando o Design e o Design Social como vertentes separadas, e intrínsecas tempos depois. Na década de 1960-70, existiam basicamente duas vertentes no design: uma que se pautava pela manifestação e pelo protesto, o dito Design Social, e o Design que se preocupava com a estética da época, como cores, tipografias, algo de certa forma visto como “fútil” em relação aos acontecimentos político-sociais vigente. A forma como as tendências visuais do design iam surgindo e desaparecendo ao mesmo tempo

trouxo à voga o que se caracterizou como o “design pós-moderno” onde tudo era questionado – inclusive o que seria feio ou bonito.

Essa reflexão é contestada por Papanek (OLIVEIRA, s/d) em seu discurso, segundo o qual o design deve apenas servir as pessoas e ser sustentável.

Nenhuma escola de design teve tanta influência no gosto e no projeto quanto Bauhaus”, escreveu Papanek. Segundo ele, a Bauhaus foi pioneira ao considerar o design como uma parte vital do processo de produção, deixando de ser visto como arte aplicada ou industrial (OLIVEIRA, s/d, p. 6).

Ilustrando o que foi exposto por MIYASHIRO, tem-se que:

Além da busca desse “profissionalismo” e da suposta neutralidade, a idéia de que o designer deveria responder incondicionalmente ao cliente ajudou a criar, junto com o já comentado debate estético-formal, uma mentalidade que, em geral, cristalizou uma atuação mais ativa do designer diante da realidade que o circunda até hoje – inclui também, além do cliente e de seu público, o mundo e seus problemas (MIYASHIRO, 2011, p. 69).

Para Miyashiro o Design social se caracterizou com o tempo, como um movimento dentro do design que se manifesta em ações sociais, e busca o Design como aliado para a comunicação correta com o seu público-alvo.

4. CONCLUSÕES

O presente texto objetivou explorar brevemente a relação temporal entre os referenciais teóricos expostos acerca de um mesmo tema: o design social. Como pôde-se perceber, Papanek (OLIVEIRA, s/d) vê o Design social como o design sustentável e argumenta que seu papel é proteger o ambiente em que se vive, além de propor uma redução de consumo tendo em vista que para ele, usar o design como forma de lucro sem pensar na utilidade e funcionalidade foge totalmente da nossa missão/papel de profissional.

Por outro lado, REDIG (2011) enxerga que o design já exerce seu papel social uma vez que projetamos para as pessoas. Ele entende o Design Social como melhorias em aspectos já existentes nos projetos, pensando na população e de forma que empresas tomem decisões em busca do melhor para o seu público.

O pensamento de MIYASHIRO (2011) é o meio termo entre os anteriores, uma vez que seu foco está mais próximo de ações sociais com o uso do design, o que ele explica historicamente através das décadas passadas, e por fim, comenta sobre como isso é importante para a sociedade e para as pessoas.

O que se pode perceber através dessa breve revisão bibliográfica é que o Design tem um papel muito importante a cumprir dentro da sociedade, e a função do Design social nada mais é que fazer pelos outros e para o seu usuário final. Sendo assim, não existe design que exerça uma função social – sem as pessoas sua implementação não seria possível.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Capítulo de livro

MIYASHIRO, Rafael Tadashi. Com design, além do design: os dois lados de um design gráfico com preocupações sociais. In: BRAGA, Marcos da Costa (Org.) **O papel social do Design Gráfico: histórias, conceitos & atuação profissional**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011. 3, p. 65 – 86.

REDIG, Joaquim. Design: responsabilidade social no horário do expediente. In: BRAGA, Marcos da Costa (Org.) **O papel social do Design Gráfico: histórias, conceitos & atuação profissional**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011. 4, p. 87 – 113.

Documento eletrônico

OLIVEIRA, Fernando Alvarus; CAMPOS, Jorge Lúcio. **O design responsável de Victor Papanek** (online). S/D, S/A. Disponível em: <https://www.academia.edu/5041224/O_design_respons%C3%A1vel_de_Victor_Papanek>. – Acesso em 10 de novembro de 2018