

DESIGN E CULTURA ou A (DES)CULTURA do DESIGN

Por Renata Rubim*

Ao ler “design e cultura”, o que ocorre na sua mente, que pensamento vem?

A minha experiência me mostra que ainda se confunde bastante design com glamour, sofisticação e, quem sabe, com o desnecessário, o inútil.

Mas design no seu sentido mais intrínseco é justamente o contrário disso, design é simples, básico e completamente necessário. Design está em tudo que nos rodeia desde que acordamos até quando adormecemos. Ninguém vive separado do design. O nosso cotidiano é feito e permeado de design. Design, design, design.

Mas e cultura? O tema cultura tem a mesma importância que o tema design. Um não existe sem o outro. Não há designer inculto. O inculto não será designer porque ele não terá ferramentas essenciais para desempenhar e desenvolver seu trabalho. A cultura é o alimento do designer. E design é, por sua vez, cultura.

Fico constantemente abismada ao constatar que pouquíssimo dos nossos intelectuais tem ideia da abrangência do design. Ao listar áreas culturais serão certamente mencionadas a literatura, as artes visuais, o cinema, o teatro e talvez alguma outra expressão como HQ (História em Quadrinhos), quem sabe.

Outro aspecto que me chama a atenção é o foco usado pela mídia. Foco esse, muitas vezes, distorcido que a mídia em geral tem do design. Se quisermos ler sobre design nos jornais diários ou em revistas semanais, será quase impossível achar algum artigo, reportagem ou matéria fora das páginas e cadernos de decoração ou moda. Muito raramente aparece alguma referência na parte de economia. **Impressiona-me que hoje, século XXI, quando estamos imersos num cotidiano permeado de design, não seja dado ao assunto o seu devido valor.**

Mas não é assim em outros países e não tem que ser aqui. O meu principal argumento é que se cada um de nós tiver um pensamento humanitário, naturalmente se lembrará do design voltado à medicina, o design voltado às necessidades e carências essenciais, ao meio ambiente, etc. Não se pode desligar uma área de sua cultura original. Um exemplo claro é o da medicina chinesa, ligada à cultura e à filosofia da China.

Kenji Ekuan, um dos mais respeitados designers japoneses, criador da célebre garrafinha do molho de *shoyu* que todos conhecemos, é um estudioso do budismo. É interessante se olhar com mais profundidade para isso, que pode parecer um paradoxo. Afinal, o budismo é principalmente uma filosofia de vida onde a matéria é consequência de uma série de ações imateriais. Bem, mas Kenji respeita os produtos como se vivos fossem. Não pela sua aparência ou pelo possível luxo, mas pelo que está neles embutido: o processo. Em respeito ao conhecimento e à bagagem que cada componente desse longo e delicado processo possui. Desde o homem rural até o consumidor final, que elege e adquire algo relacionado com a cultura que o rodeia.

Cultura e design andam de mãos dadas. Dançam juntos. São interlocutores, portanto, indissociáveis. Fazer design é se envolver com as diferentes etapas do processo, (início, meio e fim), começando pelas pontas. Falando simplesmente: numa ponta está aquele que investe ou produz e na outra ponta aquele que adquire o resultado final. Mas essa, como todas as linhas, é composta de pontinhos, todos básicos para a sua formação.

Um designer envolvido seriamente com o seu ofício tem interesse em áreas diferentes do repertório cultural, ambiental e social porque se o seu projeto estiver bem inserido na comunidade, significa que há diálogo e interação entre ele e o usuário.

Sendo assim, quem faz design, faz parte de uma sociedade tanto quanto quem faz economia, medicina ou jornalismo. É um integrante de uma determinada cultura ou grupo de pessoas e ocupa um lugar de importância igual, nem maior, nem menor. Nem acima, nem abaixo. Mas, ao lado. Junto.

Pensar design é participar e formar comunidades mais receptivas, adequadas e equilibradas. Por isso, nós designers, temos interesse especial que a comunidade em que estamos saiba o que é design no seu sentido mais amplo. Que quando todos pensarmos design (*design thinking*), entendermos suas inúmeras possibilidades (design de serviços, por exemplo) e olharmos para as necessidades básicas das pessoas (idosos, deficientes, crianças, carentes, adictos) teremos uma sociedade bem mais humana e bem mais inteligente.



Renata Rubim

Designer de superfícies e consultora de cores. Colabora com a difusão do design em projetos industriais e educativos. Em palestras e workshops pelo Brasil e América Latina compartilha conhecimento adquirido ao frequentar a Rhode Island School of Design, Providence, USA, com bolsa Fulbright. Escreveu “Desenhando a Superfície”, Ed. Rosari, SP, primeiro no Brasil sobre o tema. Seu escritório atende a clientes de diferentes segmentos. Recebeu os prêmios Bornancini 2008 e Idea/Brasil 2009, com parcerias. Participou da Bienal Brasileira de Design 2010 e da Cowparade Porto Alegre.

O conteúdo do INFOPAPER é de responsabilidade do autor. A reprodução total ou parcial deste material, só é permitida mediante autorização. Para mais informações, entre em contato: (11) 3146-7698.

O objetivo da Série INFOPAPER é o de aumentar os conhecimentos, que sejam capazes de resultar em avanço, para as empresas.

Autor do mês: Renata Rubim. Responsável: SENAI São Paulo Design.