O design na sociedade do espetáculo

Por André Ricard

O design deve modificar sua imagem frívola e lúdica, por a de uma disciplina disciplina útil ao desenvolvimento e ao progresso.

A sociedade ocidental é, no tempo em que vivemos, um lugar que reivindica fortes emoções aonde os pequenos prazeres se tornaram ainda menores. Uma sociedade de pessoas sem grandes problemas para se aborrecerem. Pessoas que precisam ser surpreendidas com o intuito de ficarem distraídas. Espectadores passivos que pedem que lhes sejam oferecidos algo novo todo dia, algo diferente, incomum: autênticos consumidores de notícias impactantes, de escândalos e desastres. Graças a inter-relação imediata que existe entre povos e culturas, por mais distantes que estejam, o mundo de hoje é um território para se encontrar assuntos. Nada nos passa despercebido, em qualquer momento sabemos o que se passa em qualquer lugar. A globalização da informação facilita essa enxurrada de notícias, sempre haverá algo sensacional para chamar a nossa atenção. De tal maneira que o sensacional se tornou normal e o que era normal já não nos interessa mais. A todo momento haverá um *scoop* que os meios de comunicação se ocuparão em difundir, interessados em manter a audiência.

Acreditamos saber mais sobre mais coisas. Porém, esse saber é tão superficial e efêmero – assim como essa inflação de notícias – que é impossível se interessar por um assunto em particular. Frequentemente um acontecimento importante é «entendido» apenas pelo título da notícia, sem aprofundar-se em detalhes. Sempre há algo que está a ponto de acontecer para substituir o que acaba de ocorrer. Essa maneira de conhecer levianamente qualquer tema – por vezes temas sérios e graves – nos leva a olhar a vida, os acontecimentos, como parte de um espetáculo do qual somos meros expectadores. Já não nos sentimos envolvidos com o que está ocorrendo. Houve um tempo em que podíamos nos sentir participantes do que acontecia em nossa própria «aldeia». As notícias eram menores em número e em áreas de cobertura. Assim não era possível ficar indiferente. Eram notícias próximas, em todo o seu significado. Havia tempo para atendê-las e para reagir diante pequenos acontecimentos, onde o lado afetivo de nossa natureza entrava diretamente em jogo. Isso mudou. Da mesma maneira em que se aumentou o horizonte do nosso mundo, também fomos nos distanciando emocionalmente do que nos ocorre. Foram se estruturando comportamentos individuais ou coletivos adaptados a esse estado de coisas.

Essa sociedade que prima pelos fortes impactos, aqueles que querem ser convidados para o banquete informativo devem assumir as regras do sistema chamando atenção a qualquer custo para assim chegarem a ser notícia. Hoje tudo é noticiável, não somente as pessoas, mas também as coisas, os objetos. Ultimamente não é novidade uma obra ser notícia. O que importa é o seu descaramento e não sua qualidade. O que nos é apresentado em exposições e

publicações são obras que se destacam por serem ainda mais bizarras que as que até então haviam sido apresentadas. Como se os autores buscassem superar todo o desvario dos seus precedentes.

É certo que sempre houve criativos que se rebelam por sua conta e risco. A novidade é que são os próprios meios de comunicação os que estimulam e nutrem essa banalização. Em uma sociedade tão havida de espetáculo só se mostra aquilo de mais «surpreendente» para alcançar audiência. Assim obras bizarras são exaltadas em um sistema de perfeita simbiose entre aqueles que apostam na ousadia e os meios que buscam o mais ousado. Um sistema que se auto alimenta com designs que o próprio sistema criou.

As coisas estando desse jeito não é de se estranhar que o público (e também as empresas) vejam o design como algo fútil. Não é esse o caminho para que o design ocupe o papel criativo ponderado que lhe é correspondente. Creio que se cumpriu uma etapa, talvez necessária, pois esse arranque midiático permitiu que se conheça o design. Mas agora é hora de mudar o rumo. Temo que fazer com que o design seja visto como um disciplina a mais que a sociedade possui para desenvolver-se e progredir. O design tem de atrair o interesse para além das cadeiras e luminárias, que já possuem um repertório farto. Deveria agora centrar-se em atender a esses outros produtos menos vistosos, básicos, que a maioria da população usa diariamente. As instituições precisam investir para que o bom design chegue a estes outros produtos populares que não só melhoram a qualidade de vida coletiva, mas são em última análise, os que impulsionam a economia de um país. Uma economia que não vive do espetáculo midiático de alguns produtos «de design» e sim de uma excelente qualidade de sua produção industrial de base.

Publicado em 12/09/2013

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/pt/artigos/o-design-na-sociedade-do-espetaculo