

Retórica e design: a experiência brasileira

Por Alejandro Tapia

O Brasil mostra como o auge do seu design está enraizado em uma conexão com a cultura bem como numa vinculação benéfica entre teorias e prática.*

A retórica deve ser entendida como a habilidade de descobrir os lugares de pensamentos que movilizam um grupo a alcançar seus objetivos e projetá-los na vida cotidiana dos cidadãos de uma forma acessível e prática.

No passado, por exemplo, durante a colonização de América, esse princípio abrangia as palavras, as imagens, os modelos arquitetônicos e urbanos e, por isso, temos de pensá-lo como uma disciplina relevante ao design. Contudo, no mundo hispano-americano a profissão de designer tem sido desvinculada da retórica e, por consequência, desarticulada das demais disciplinas relacionadas à cultura, com o design sendo visto como alheio a outros assuntos decisivos dos países. Os debates sobre design no mundo hispano-americano continuam sendo muito pobres, pios, se movem em torno da tradição formalista em que o design se inscreveu em nossa academia, ou os debates concebem o design como uma atividade muito sofisticada de serviço, ao qual não se pode propor metas maiores.

Observamos que, entre nós, o design se discute a partir do design, com o design e para o design, fazendo com que as discussões sejam sempre pouco férteis. Nos acostumamos a isso da maneira em que fizemos com, por exemplo, a televisão, que consideramos intrinsecamente pobre, mas não lhe exigimos que seja mais do que isso. A perspectiva retórica justamente nos obriga a perguntar se isso realmente é inevitável, ou se foram as civilizações que construíram isso dessa maneira, considerando que esse cenário também pode ser repensado.

Observando essa situação, decidimos voltar nossos olhos a um dos nossos vizinhos latino-americanos onde as coisas poderiam estar acontecendo de outra maneira. Da fato, os últimos eventos que realizamos em nossa Universidade contaram com designers brasileiros, e suas palestras enriqueceram nosso campo, contribuindo para iniciarmos pesquisas e nos permitido conhecer outro contextos. Essa experiência também nos trouxe novos projetos, oportunidades que foram criadas a partir de visitas ao Brasil e lugares onde se faz e se pensa design.

Todos reconhecem que o design brasileiro vive um auge significativo. Podemos considerar que essa boa fase é o resultado de uma fecunda atividade retórica, porque o design se assume como uma atividade relacionada à cultura, em que se estuda a condição civilizatória na qual se movem seus projetos a fim de postular as colocações conceituais próprias frente ao mundo e para sua gente. Em seu livro «O Efêmero e o Paródico, crônicas e ensaios sobre design», Claudio Ferlauto, professor da Universidade de São Pablo (USP), assinala a necessidade de

formar designers em função das habilidades retóricas, pois esse profissional deve ser capaz de dispor suas linguagens e estimular a percepção sobre o que é necessário ver e sobre o que é desconhecido. Isso implica saber utilizar as metáforas, as ironias, as metonímias.

O designer André Stolarsky mostrou isso bem no Congresso realizado em Aguascalientes, em 2007, pela Associação de Escolas Mexicanas (Encuadre). Seus projetos falavam dessa posição, em que o movimento cultural do país é visto no design com uma alta qualidade gráfica, como seu projeto para o CD «A pessoa é para o que nasce» ou suas embalagens para produtos agrícolas de famílias rurais.

André também mostrou trabalhos de outros designers brasileiros onde a habilidade retórica foi ressaltada pela audácia de compreender o ambiente. Um deles foi a ambientação de um evento de negociação da Nokia, desenvolvido com as características tradicionais das feiras de rua. Os visitantes se sentiram muito mais cômodos e relaxados em suas posturas de negociação porque o ambiente informal aproximou as empresas de seus clientes.



Guia Marketing Promocional, MG. Ambiente informal para aproximar a uma empresa com os seus clientes, ano 2003.

A índole do design brasileiro tem essa característica porque sua produção está vinculada à reflexão teórica e acadêmica. O Brasil conta com vários mestrados e doutorados em design, com muitas teses, editoriais especializados e seminários de estudo acontecendo no conjunto de suas universidades. O design se faz nesses ambientes para postular um ponto de vista próprio, competitivo e que procura seus próprios elementos para relacionar-se com o mundo.

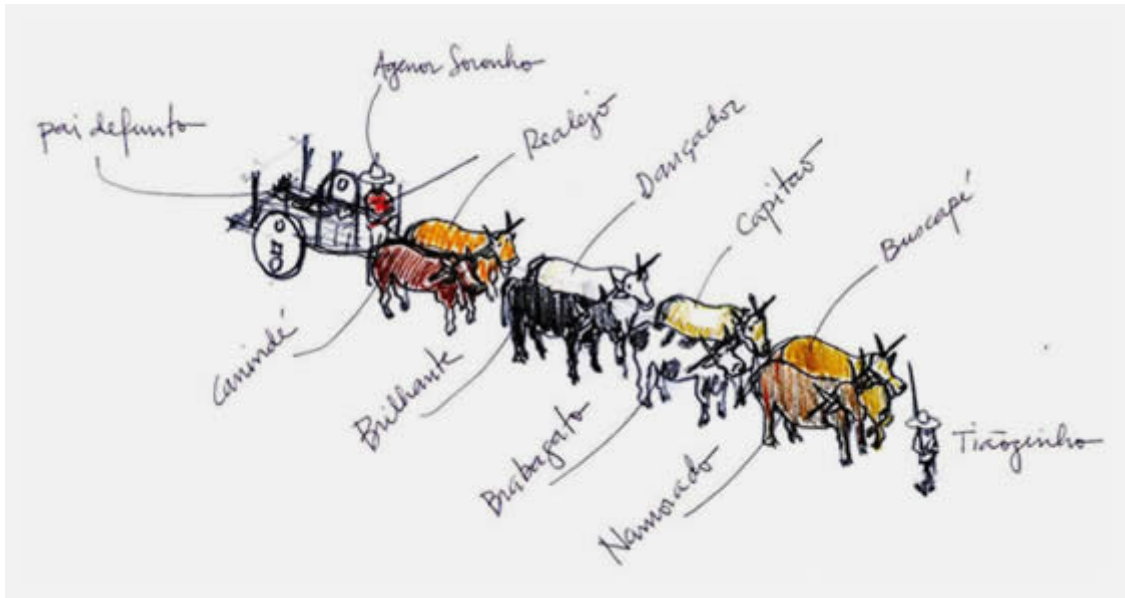


Paula Delecave, Favelité, Collage para representar uma favela na estação do metrô *Luxembourg*, em Paris, ano 2005.

O ponto fundamental é que o país tem um projeto cultural e político mais amplo do que o próprio design, que o envolve e o conduz a afinar seus próprios marcos de referências conceituais, dando-lhe um respaldo de pensamento ao combinar fortemente teoria e prática.

É claro que esse projeto do país tem bases históricas, tendo sido desenhado ao longo do tempo com o trabalho de historiadores, antropólogos, literários, filósofos, humanistas e críticos sociais que traçaram a direção para ganhar autonomia frente às diretrizes traçadas pela cultura ocidental, como aconteceu nas obras de Luis da Câmara Cascudo, Darcy Ribeiro, Sérgio Buarque de Holanda, Guimarães Rosa ou Milton Santos, que perfilam uma maneira estimulante de confrontar o próprio futuro do país.

Uma linha de trabalho plenamente constituída é, por exemplo, a que articula a literatura com o design. Tivemos uma experiência muito significativa ao visitar Minas Gerais, em convite do arquiteto Luis Antonio Jorge, da USP. Luis Antonio trabalhou em cima da literatura de João Guimarães Rosa para realizar o projeto da Casa Cultura do Sertão, uma arquitetura baseada nos carros de bois que figuram nos textos de G. Rosa. A casa não só dá um forte sentido de pertencimento aos habitantes, como também está em sincronia com o conjunto de atividades da população rural do lugar: a música, a comunicação visual, os produtos culinários, o teatro, o trabalho e a administração local. Isso gera uma sofisticada articulação que resulta em uma identidade não-corporativa baseada na literatura e na cultura e não em marketing urbano.



O carro dos bois descrito em G. Rosa, ilustração de Luis. A. Jorge.



O que se destaca desta experiência é que uma abordagem erudita da literatura produziu um design eficiente para a população, colocando o interior do Brasil como parte da matriz relevante de identidade ao país. Em São Paulo, já dentro da esfera urbana, esta matriz do interior seco e rural do sertão motivou também obras de arquitetura como o centro cultural SESC Pompeia, um dos mais visitados na cidade.

Sem dúvida, a fluência constante entre as investigações teóricas e as decisões práticas foi o que deu ao design brasileiro o caráter que possui hoje, um dos elementos vitais da vida cultural e econômica do país. Por esse motivo que não só o Ministério da Economia aprovou Políticas de Design que interessam a toda América Latina, como também o Ministério da Cultura incluiu design como parte de seu programa.

O paradoxo no caso brasileiro é que, apesar de uma história problemática e cheia de violência, a conexão entre design e cultura se tornou forte, mobilizando amplamente o país, o que não parecia possível há poucas décadas. E isso coincide com a definição de retórica de autores como Donald Bryan, que disse:

«A retórica é o método, o organismo dos princípios para decidir melhor as questões que são indecisíveis, para chegar a soluções perante os problemas que são insolúveis, para instituir um método nessas fases vitais da atividade humana onde não existe um método inerente à matéria de que se ocupa uma decisão. A arte de resolver esse tipo de problemas é a retórica».

O design brasileiro é um bom caso para se observar esse princípio. A fertilidade desse design é mantida por meio de sua relação viva com as disciplinas humanísticas. A América Latina deveria incluir essa experiência em sua reflexão.

Publicado em 05/09/2012



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/pt/artigos/retorica-e-design-a-experiencia-brasileira>

