

Objetos, tecnologia, pessoas... e o design

Fabio Camargo

Seja uma embalagem, um carro, uma maçaneta, uma revista, um blog: é tudo tão abundante que se não me sinto confortável, atendido ou bem informado com um, parto para outro, opções não faltam.

Há alguns bons milhares de anos, emergimos como espécie: o homo sapiens. O que permitiu o surgimento da tecnologia e da cultura, por consequência, foi o fato de podermos construir ferramentas e objetos. Como primatas, já tínhamos as mãos livres por andar em pé, mas só quando nosso polegar evoluiu elas passaram a servir para alguma coisa além da sobrevivência diária.

Começamos a dar serventia para nosso cérebro avantajado para observar a natureza e a partir disso modificarmos o mundo à nossa volta, desenvolvermos linguagem e formas de comunicação. Por conta disso, pensamos porque fazemos e vice-versa, é uma coisa meio Tostines.

Sem prática não há teoria. Desenvolvemos nossa capacidade de abstração por causa do fazer, da experiência que vem da habilidade manual e motora que temos. Criando novas tecnologias e novas formas de expressão a partir da observação e experimentação, muda-se o comportamento e consequentemente a forma de se pensar. Nosso mundo se altera.

Só se aprende fazendo, apesar de muitas vezes esquecermos disso. Esquece-se a ponto de repetir fórmulas para novos desafios, esquece-se de observar, experimentar, fazer.

E onde o design entra nisso? Como gerador e difusor de alternativas para novos comportamentos. O design pode e deve ser o principal mediador desse processo. Tornar familiar o que é novo. Proporcionar comunicação mais rica e eficiente. Fácil de usar o gadget do momento. Temos farta informação, mas se não for usada para gerar valor e conhecimento, não tem serventia.

Colocar-se no lugar do outro, que nada mais é do que uma forma de experimentação e obtenção de informação direto da fonte, tanto é o caminho para geração de novas soluções para velhas necessidades quanto para novos problemas que surgem em decorrência de nossa cada vez mais complexa sociedade e assim melhorar o mundo em que vivemos.

Não se trata de simplesmente projetar para um público A, B ou C, baseado em pesquisas emboloradas e estatísticas. Não é entregar um paliativo. É unir o pensamento do engenheiro, programador e fornecedor com o método do designer a partir da necessidade real do usuário e não apenas criar uma desculpa para empurrar um produto ou serviço.

Até há alguns anos, se uma embalagem servisse para conservar, transportar e expor o produto, estava tudo certo para a indústria. Problemas na abertura do pacote? Danos ao produto por estar numa embalagem "inviolável"? Consumidores que se machucam? Bobagem. Se o processo produtivo fosse vantajoso para o fabricante, sem problemas.

A evolução tecnológica e crescimento desse setor nos últimos anos veio da necessidade de se produzir invólucros que facilitem a vida de seus usuários e consumidores. Entender como se consome, não apenas como se fabrica. Não dá mais para ignorar uma parte da experiência de um produto. E o Código de Defesa do Consumidor está aí pra pegar no pé da indústria e também ajudar um pouco a nossa vida.

Seja uma embalagem, um carro, uma maçaneta, uma revista, um blog: é tudo tão abundante que se não me sinto confortável, atendido ou bem informado com um, parto para outro, opções não faltam. Por isso, só dá para reter pessoas conhecendo suas atitudes, comportamentos e idéias, não necessariamente o que ela possui ou recebe no final do mês. Descobrir novas referências por observação é melhorar o processo de fazer design.

As minhas necessidades são diferentes das suas. Assim, e só assim, investigando, experimentando e entendendo como as coisas funcionam para pessoas diferentes é que conseguimos entregar soluções únicas e adequadas, gerando menos frustração e mais satisfação. É imperativo entender o outro nesse mar de novidades para propor soluções inovadoras. E é desejável lembrar de nossos antepassados e nunca esquecer a pergunta: do que as pessoas precisam?

CAMARGO, Fábio. Objetos, tecnologia, pessoas... e o design. **Webinsider**, ago. 2009. Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br>>. Acesso em 17 ago. 2009.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais