

Design e Emoção. Uma fronteira que nunca existiu

Alexandre Amorin dos Reis



As máquinas que nos levaram à revolução das comunicações e interatividade representam um desafio à compreensão do que é forma e do que é função. A função em um microcomputador não está em sua configuração física. Sua forma não passa de uma intencional ponte entre nossa mente abstrata e um software também abstrato. Nossos organismos sensoriais (analógicos) relacionam-se com os periféricos analógicos da máquina, possibilitando uma relação final muito mais proveitosa e direta em um meio "digital": o da mente e dos softwares. Nesse meio de ampla abstração, nem o mais cartesiano raciocínio poderá negar a função de elementos como a semântica e a simbologia.

Portanto, integrar conceitos abstratos ao mundo funcional faz muito sentido. Nós, como designers, já sabíamos disso desde os tempos das máquinas de escrever, mas infelizmente tínhamos alguma dificuldade de expressar estas relações.

Muito se tem estudado a respeito do relacionamento humano com os objetos, tema de especial interesse para o setor do design industrial, em assunto onde a psicologia tem efetuado grandes conquistas. A gestalt, por exemplo, foi e é muito aplicada no momento em que são necessárias definições morfológicas em artefatos. Mas, e quanto aos materiais de que os objetos são feitos? Neste campo, historicamente, os mais significativos esforços científicos e tecnológicos provêm da química e da física, estudados amplamente pela ciência dos materiais, responsável pelo desenvolvimento de mais e melhores materiais, impulsionadores de invenções e revoluções tecnológicas. Ressalta-se que esses estudos são concentrados nos materiais em si, suas estruturas e propriedades.

Entretanto, o relacionamento cognitivo humano com a matéria não tem sido elemento de estudo, talvez pelo caráter de obviedade com o qual o homem se entenda cotidianamente com a matéria. Assim, a ciência talvez tenha deixado escapar elementos significativos para o melhor entendimento do meio em que vivemos e nos desenvolvemos. Não fossem a Filosofia e as Artes, pouco teríamos a falar sobre a relação entre o homem e a matéria.

A forma como a espécie humana se desenvolveu levou a um momento evolutivo que se caracteriza por seu maior atributo: a inteligência. E essa inteligência não está em uma determinada capacidade imaterial, abstrata, divina ou espiritual, mas na capacidade cerebral do processamento de informações. Porém, para que haja o ato de processar, é necessário que inicialmente estejam disponíveis informações passíveis de processamento. E, na medida em que nossos ancestrais hominídeos desenvolviam-se, o faziam por relacionarem-se com o meio, com objetos naturais e com materiais de origem mineral, vegetal e animal, onde encontravam informações para processar, evoluir e pensar.

A proposta de Charles Darwin - a teoria da seleção natural - não deixa margem a dúvidas de que a espécie humana moderna evoluiu a partir de outras espécies, nos últimos três milhões de anos, trilhando um caminho iniciado por um primata, passando por primatas antropóides e chegando aos hominídeos. Desde então, observa-se o aumento do volume do cérebro, o uso de ferramentas e tecnologias como o fogo, a construção de abrigos e a cultura simbólica. Surgem a linguagem falada complexa, a construção de ferramentas e as vestimentas. Com o *Homo sapiens sapiens* (homem moderno) surgem as representações simbólicas, as artes, os adornos corporais, as armas de guerra, a medicina, o ato de domesticar animais, a agricultura, as crenças espirituais, os ritos funerais e as superstições.



Atualmente, a realidade consiste em comunicações e mensagens que, em boa parte, se apresentam de um modo imaterial. A informação versus a matéria representa a autêntica troca paradigmática ocasionada pela micro-eletrônica. A transição da matéria à linguagem e também, em conseqüência, sua visualização, caracteriza a evolução aqui exposta pelas reflexões teóricas do design, como, por exemplo, a de uma teoria comunicativa do produto.

A função dos produtos, a cada dia mais imaterial, é definida pelo software. O manejo dos produtos poderia ser muito evidente na era da mecânica e da eletricidade. A ergonomia ocupava-se especialmente das interações físicas entre homem e máquina e, assim, estabelecia as dimensões dos produtos. A forma nascia da visualização da função. Este procedimento em design perdeu parte de seu destaque com a introdução da micro-eletrônica em muitas classes de produtos, dado que a verdadeira "forma de trabalhar" já não pode mais ser tão aparente em muitos artefatos industrializados. Os micro computadores representam, por exemplo, uma nova geração de máquinas que não foram produzidas para um fim específico. Pelo contrário, estão em situação de executar atividades diversas por meio de programas diversos.

No âmbito da construção de máquinas, cresce constantemente a importância do software para controlá-las. Disso resulta que, a cada dia, é mais natural dotar as máquinas com processos de controle ou operação efetuados por computador. Deste modo, a capacidade da máquina reside cada vez mais em seu programa, ou seja, no software.

A desmaterialização significa, de qualquer modo, a atual sucessiva redução do volume dos aparelhos eletrônicos em razão do desenvolvimento tecnológico, além da inquestionável transferência da "alma" destes produtos ao software. Em design industrial, qualquer outra aceção à imaterialidade é meramente utópica.

O lema da Apple, fabricante dos microcomputadores Macintosh - "não tente você converter-se em máquina" - redirecionou o design de hardware para o design de interface, fato que, por muitos anos, lhe garantiu a preferência dos consumidores. Atualmente, não se pode estranhar o fato de um fabricante de softwares específicos para microcomputadores, a Microsoft, faturar mais do que qualquer fabricante de hardwares no mesmo segmento mercadológico.

Não se pode, contudo, apesar de toda a importância dos softwares, prescindir do hardware. Todos os sentidos humanos, responsáveis pela iniciação de todas as espécies de interações, são de natureza física e química, portanto materiais. E vemos a mesma Apple inovar no uso de materiais no design de hardware quando do lançamento da linha "iMac", inserindo um novo lema: "pense diferente".

A forma material é determinada não apenas pelas propriedades físicas do material, mas também pelo estilo de representação de uma cultura. Entretanto, valores semânticos e simbólicos passam pela escolha adequada dos materiais.

Com relação à indústria automobilística, é interessante notar que todos os logotipos de carros alemães (Audi, BMW, Mercedes-Benz e Volkswagen) possuem anéis de aço como forma característica.

O anel de aço representa integridade, força e qualidade, refletindo as qualidades funcionais deste setor industrial alemão. É importante salientar, segundo consenso de vários autores, que o design, como área de conhecimento, tem como seu principal objeto de estudo o homem e suas relações perceptivas, estando - pela peculiar abstração da mente e dos sentimentos humanos - além da quantificação objetiva de seus elementos de análise para a proposição de soluções a problemas produtivos dados, e muito mais aproximado das questões subjetivas e abstratas que envolvem todas as interações humanas.

Portanto, em design não se pode tratar os materiais apenas por suas propriedades quantitativas físico-químicas. Tal procedimento não considera aspectos importantes das relações usuário/produto. Propriedades dos materiais que satisfaçam adequadamente requisitos subjetivos de projeto, e por isso qualitativos, podem ser encontradas em áreas como a estética, a semiótica, a psicologia da arte e a ergonomia cognitiva. Postulando ser muito difícil determinar um ramo da ciência que possua referências que o dotem de um privilégio da certeza, é preciso considerar no design sua natureza de “complexidade organizada”, incluindo incontáveis fatores variáveis relacionados em um conjunto orgânico. É preciso contar com a subjetividade das idéias, do conhecimento e da criação.

Atualmente, crescem as relações virtuais humanas. Mas se são virtuais, as são por serem potenciais, suscetíveis de realização, e isto se dá pela materialidade dos meios perceptíveis utilizados. Qualquer novo pressuposto filosófico acerca da interface homem/produto que possa ter surgido com a difusão da tecnologia micro-eletrônica, não capacita, mesmo metaforicamente, a imaterialidade como mantenedora das relações do homem com seu ambiente.

O desconhecimento de aspectos menos objetivos que permeiem as relações entre o homem e os materiais, não pode ser utilizado para descartar sua existência ou, pior, para evitar seu estudo ou abandonar sua consideração. Não se deve creditar as práticas bem sucedidas em design ao mero talento criativo, mas, conscientemente, ao acaso ou ao conhecimento de todos os fatores que possam interferir nas interações com o objeto.

Assim, mesmo ainda não tendo sido ampla e seriamente estudado o estabelecimento de propriedades subjetivas para os materiais - apesar de algumas equivocadas tentativas do passado recente -, a não quantificação destas propriedades não implica em sua inexistência; melhor, nos direciona para outros campos do conhecimento que evoluem e tomam corpo teórico substancialmente capaz de nos desvelar os novos rumos para tal compreensão.

REIS, Alexandre Amorim dos. Design e Emoção. Uma fronteira que nunca existiu. **ABC Design**, ago. 2009. Disponível em: <<http://abcdesign.com.br>>. Acesso em 20 ago. 2009.