

NOVO NORMAL¹

Afonso Borges

Universidade da Beira Interior

LabCom

Resumo

O consumo acelerado tornou incontornáveis para o design questões de sustentabilidade e a viabilidade da economia de mercado, colocando em causa o aumento de consumo como solução. A existência de duas vias únicas de consumo evidenciam-no como parte do problema e o seu papel no agravamento do ruído. A alteração do design depois do modernismo, o facto de design não poder mais ser encarado como actividade fechada no projecto e acabada no produto, a sua imaterialização, a transformação do material em serviço, a alteração do interface físico em software, a revolução tecnológica, alteraram radicalmente o seu papel. A prática projectual parece ser essencial na inversão do panorama. A necessidade de aumento da vida do produto surge como sugestão. *Novo Normal* procura juntar diferentes abordagens: a exposição *Super Normal*, o recurso à familiaridade, ligação ao produto por uso-continuado, a defesa de um design evolutivo, surgem como pontos de partida para a sugestão de um conjunto de parâmetros.

Palavras-chave: Novo normal, consumo, projecto, evolutivo.

O consumo acelerado tornou incontornáveis para o design questões de sustentabilidade e a viabilidade da economia de mercado, colocando pelo menos em causa o aumento de consumo como solução. A obsolescência

¹ Artigo originalmente publicado em Paiva, F.; Moura, C. (2012). DESIGNA 2011 – Proceedings: A Esperança Projectual, Covilhã: Serviços Gráficos da Universidade da Beira Interior, pp. 203-206.

programada e o ciclo de vida dos produtos são hoje questionados como não foram em outros momentos de crise aguda, como no pós-segunda-guerra, ou em momentos de relativa estabilidade e crescimento, como todo o final do século XX, nos quais o consumo era visto como solução e não problema. Se antes falávamos de recuperação económica, hoje falamos de sobrevivência. (KLATT, 1995, 145) O crescente ruído nas prateleiras, a existência de duas vias únicas de consumo, *idiosyncratic + expensive and ordinary + cheap* (HARA, 2008, 239), evidenciam o design como parte do problema e o seu papel no agravamento do consumo e ruído. A democratização no consumo, a vulgarização do design, a sua visibilidade excessiva, a sua associação a decoração e supérfluo parecem continuar a empurrar o design na direcção da cultura de *throw away*.

A alteração do *design depois do modernismo* (THACKARA, 1988, 1), o facto de design não poder mais ser encarado como actividade fechada no projecto e acabada no produto, a sua imaterialização, a transformação do material em serviço, a alteração do interface físico em software, a revolução tecnológica, alteraram radicalmente o seu panorama e papel. Aumentaram os seus territórios, a quantidade de abordagens e cinzentos, abrindo a discussão a territórios mais vastos. Aumentaram também a confusão, a diluição de fronteiras e potencial para a perda do essencial, ou pelo menos do objectivo original. Entre os efeitos do aumento da visibilidade, ela própria discutível, estão acrescente tendência expositiva, as *design weeks*, a diluição das fronteiras entre design e arte, e a crescente aceitação do projecto sem constrangimento. Estão também o aumento de influência do designer-artista, ainda por influência do *star system*, e as incursões em território até ontem da arte. A aceleração dos ritmos de produção, a evolução tecnológica particularmente das RP, o acesso facilitado a modelos finais, trouxeram novas possibilidades. Mais rapidez de produção permite dedicar mais tempo ao essencial, mas tem potencial, já constatado, de acelerar o projecto para um nível de arbitrariedade (KLEMP, 2010) de eliminação do tempo de análise e reflexão. Proporcionou também, particularmente na recente fase de maior boom do mercado da arte, o surgimento de pequenas séries. A globalização da comunicação permitiu a sua divulgação de novas abordagens, novas ideias, assim como inundar o espaço informativo de ruído que será certamente filtrado pelo tempo, mas com o qual temos de viver.

A alteração da relação do design com o utilizador é clara, como evidencia a

discussão que a explora, seja na observação e discussão do design como relacional (BLAUVELT, 2008) - existente na relação e não no produto - ou no debate do interface e relação unidireccional utilizadorproduto, nas recentes exposições *Design and the elastic mind* e *Talk to me*. Em contraste com a vulgarização e visibilidade extrema parece existir um certo risco de elitização da discussão, tornada em arte acessível para o utilizador, mas em debate pouco acessível ao designer projectista. Demasiadas vezes existe uma ausência total de ligação entre a discussão e a prática. A prática tende a ser puramente formal e desligada de qualquer conceito, debate ou mesmo consciência do momento, de sentido de responsabilidade social ou papel na melhoria da vida, servindo o marketing. Parece apenas sobreviver uma consciência de sustentabilidade material.

A prática projectual parece ser essencial na inversão do panorama de consumo. Essa necessidade parece ser sentida por vários designers, críticos, assim como de uma forma indirecta, por utilizadores. São inúmeros os exemplos de propostas de abrandamento, de movimentos mais visíveis como a *slow-food*, a sugestões de abrandamento do processo, a *backto-basics*, em alguns casos muito extremos até à pré-tecnologia. Não será concerteza necessário perder o que se conquistou.

A necessidade de aumento do tempo de vida do produto surge como uma das possibilidades de redução de consumo, não ignorando a redução e escolha material. Nesse sentido, Mateo Kries refere-se a *Super Normal*, exposição organizada por Jasper Morrison e Naoto Fukasawa, como o mo(vi)mento mais marcante na história recente do design moderno (KRIES, 2011). Refere-o como ideia sobrevivente a ciclos e modas dos últimos anos, particularmente à crise. As coisas podem ser normais sem serem banais. Procura o extraordinário e por outro lado a normalidade. Segundo Kries mistura ideia de minimalismo, com o experimentalismo de memphis. *Super Normal*, refere-se a muito normal, mas também a para lá do normal. Para Morrison funciona como um *reminder* dos motivos mais essenciais na base no design. (MORRISON, 2008, 103) Como a *Ply chair* de 1988 trata-se da concretização da necessidade de dizer alguma coisa. *Super Normal* é a base do que poderá eventualmente ser encarado como um movimento, mas *Novo Normal* não fica por aí. Na exposição *Das gewonliches*, Bazon Brock evidencia o produto vulgar. Em *Design-real* Konstantin Grcic assume a actualidade do design, mas a defesa de um certo sentido realista (GRCIC, 2010) e de constrangimento implícito ao design. Em *New Simplicity* é

defendida a simplificação formal com reflexo de uma simplificação conceptual. A procura de normalidade surge em manifestos, na recuperação de valores modernistas - como nas múltiplas exposições e edições recentes sobre Dieter Rams - ou em práticas funcionalistas actualizadas - como é exemplo a *Chair One*, de Grcic. Eventualmente com um efeito maior, surge na prática de muitos designers e mesmo de empresas, numa convicção de necessidade de criação de uma terceira via de consumo (HARA, 2008, 239), de boa produção, a preço e produção justos, não considerando ser mais aceitável ou sustentável produzir barato em países pobres para vender caro em países ricos.

Novo Normal é sugerido como procura de aglutinação de diferentes abordagens com uma procura comum de um novo paradigma de consumo, de redução real do *throw-away* e aumento da vida dos produtos. Baseia-se na esperança da importância do papel do design nesse processo, como solução e não problema. Tendo como ponto de partida *Super Normal*, aglutina à sua volta outras abordagens, procura encontrar sugestões e estabelecer parâmetros, estudar exemplos. Revisitam-se valores de realismo modernista, de intemporalidade e funcionalismo do *Good-Design*, de liberdade de *Memphis*, de simplicidade formal de Hecht, Chiaki Murata ou Takashi Iwasaki, ou visões mais radicais como o *re-use*, dar uma segunda vida, como sugerido por Tejo Remy em *Lamp shade* ou *Milk bottle lamp*. Ao contrário da maioria das reacções, não se sugere um corte com o passado, sendo a coexistência de eras um ponto fundamental.

O recurso a familiaridade de formas e ligação ao produto por uso-continuado de Morrison - surgem na defesa de um design evolutivo, que acredita na originalidade e inovação sem destruir o legado das gerações anteriores, (MULLER, 2008) a evolução de milénios. Naoto Fukasawa sugere o gesto, *without thought*, o recurso à memória, que como conceito pode ser eventualmente relacionado com aplicações em maior escala como a exploração do gesto de referência real do *iPad* ou *OSX*, dando origem a novos produtos, como o *Magic Trackpad*. Dando sugestões, procura-se pelo menos de discutir o assunto. Por muito que a prática muitas vezes não confirme o discurso ou o conceito dos produtos, são sugeridos muitos caminhos diferentes para um fim comum: a necessidade de aumentar a vida dos produtos, de negar uma cultura de desperdício. Simplificar, deixar o design de fora, (MORRISON, 2008, 28) invisível, parece um caminho, mas implica certamente muito design. (HARA, 2008, 238) Vivemos

provavelmente um período de reflexão (KRIES, 2011), que virá eventualmente a dar origem a um movimento. Só o tempo e a história darão a distância para o afirmar. Muito menos será já a definição de uma era do design moderno, como sugere Blauvelt sobre o que chama de design relacional (BLAUVELT, 2008) mas parece ser pelo menos uma forte sugestão, de designers altamente comprometidos com a produção industrial, de críticos e curadores. Annie Leonard sugere a sensibilização (LEONARD, 2010), mas parece existir uma grande necessidade de uma solução projectual e produtiva. O produto pode alterar mais os costumes do que qualquer campanha publicitária, pela afirmação de projectos de design mais intemporal. Mesmo perante a desmaterialização, o produto vulgar continuará a ser utilizado e a ser a raiz do consumo, sendo necessariamente a localização da eventual solução. O pluralismo é essencial, exigindo mais a sugestão, a visita a parâmetros do que a definição de boas práticas. Talvez o design não venha a ser a referência intelectual do futuro, como sugerido por Antonelli (ANTONELLI, 2009), e a invisibilidade implique que não o permita, mas as suas decisões serão concerteza determinantes para o futuro.

Referências

ANTONELLI, Paola. Objectified. London, 2009. DVD. Hustwitt, Gary.

BLAUVELT, Andrew. Towards Relational Design. Design Observer. <http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=7557>. Março 2008. 4 Outubro 2011

HARA, Kenya. Designing Design. Baden, Lars Muller Publishing, 2008.

KLATT, Jo. RAMS, Dieter. Weniger aber Besser. Hamburg, Jo Klatt + Design Verlag, 1995.

KLEMP, Klaus. Less and More, The Design Ethos of Dieter Rams. Berlin, Die Gestalten Verlag, 2010.

KRIES, Mateo. Dornbracht Conversations 3. <http://www.dornbracht.com/en/index.htm?nav=1215&cid=349&id=3351>. Iserlohn, Fevereiro 2011. 4 Outubro 2011. Fairs, Marcus

LEONARD, Annie. The Story of Stuff. London, Constable and Robinson, 2010.

MORRISON, Jasper. Everything but the Walls. Baden, Lars Muller Publishing, 2006

MULLER, Lars. MORRISON, Jasper.

FUKASAWA, Naoto. Super Normal, Sensations of the Ordinary. Baden, Lars Muller

Publishing, 2008.