



FOTOS: OLGA VILAHOU

SIMPLES E ÚTEIS. O selo de borracha no vidro de requeijão (idéia de um brasileiro) e a tampinha presa ao tubo da pasta de dente

MODOS DE USAR

Crônicas da jornalista Adélia Borges discutem consumo e design com clareza e bom humor. POR MARA GAMA

NUM PAÍS COM TÃO POUCOS textos críticos sobre design, só a publicação de uma coletânea dedicada ao tema já merece atenção. Mas *Designer não É Personal Trainer*, da jornalista Adélia Borges, não se limita a ocupar apenas um lugar na bibliografia básica sobre o assunto. Com linguagem coloquial e clara, o livro faz pensar, diverte, critica e informa. A autora analisa costumes, aponta mitos, traz novas referências, reclama e mostra erros de projetos recorrentes em objetos de uso cotidiano.

O livro traz uma seleção de 52 textos publicados em 2000 e 2001 no jornal *Gazeta Mercantil*. Seu objetivo é didático: discutir o processo de criação e desenvolvimento de produtos, marcas, sinalização, costumes e os mecanismos de consumo atuais e formar massa crítica. "Bom design é aquele que melhora a qualidade de vida das pessoas."

A autora atinge seu objetivo atacando mitos e preconceitos. Onde os opinionistas e *insiders* de plantão vêm oportunidade para mistificar sua própria expertise e afastar o leitor com jargões, Adélia acha espaço para compartilhar suas reclamações e observações com o público.

"Que atire a primeira pedra – ou a primeira caixinha de CDs – quem nunca se sentiu com cara de palhaço porque foi para o lugar errado, apesar do monte de placas de sinalização num prédio; ou quem nunca tentou em vão abrir uma embalagem e acabou espalhando todo o conteúdo; ou ainda quem nunca passou

pela humilhação de não conseguir fazer um produto estalando de novo funcionar", escreve no texto "Cara de palhaço – nós ou eles".

A autora prossegue instando a revolta do leitor. Revela que a Associação dos Designers Americanos traz em seu boletim semanal uma seção dedicada aos Crimes do Design e indica um passeio pelo site www.bad-designs.com, que coleta exemplos de erros e aponta sugestões de como corrigi-los.

Professora, editora, curadora de diversas mostras, júri de concursos, autora de quatro livros sobre design e respeitada como poucas vozes na área, Adélia conserva a curiosidade que ilumina seus textos. É com olhar de consumidora e cidadã que ela relata suas experiências com produtos e serviços.

Por isso, um desfile de moda, uma conversa telefônica com a central de atendimento ao cliente de um serviço e uma pesquisa sobre a pouca atenção que as imagens despertam numa página na web são exemplos para discutir te-

OS DESIGNERS PRECISAM SAIR DA POSIÇÃO DE QUEM FAZ PARA A POSIÇÃO DE QUEM USA, ENSINA A AUTORA

mas de importância no mundo do design.

"Sinalizar é respeitar as pessoas", destaca no texto "A AutoBAN e as Baratas Tontas", onde relata uma viagem de carro em que se perdeu na estrada por causa de um prolongamento que não foi acompanhado de atualização na sinalização.

Em "Detalhes tão pequenos", agradece a "um brasileiro que teve a feliz idéia de colocar um selo de borracha na tampa dos copos de requeijão" e alerta: "Inovações desse tipo requerem que o pessoal da empresa saia da posição de quem faz para a posição de quem usa".

A maneira como as empresas vêem seu público também é tratada em "O Consumidor Quer o que não Sabe". No texto, a autora questiona a febre das pesquisas de opi-

nião e sua falsa aproximação com o público. "É preciso observar e entender o cliente em vez de perguntar para ele o que ele quer. Quando se fala em saltos tecnológicos (...) quem tem mais visão é o pessoal de pesquisa e desenvolvimento das empresas", observa. "Se a Sony tivesse perguntado às pessoas acostumadas a gravadores que gravam o que elas achariam de ter um que não grava, para ouvir na rua, provavelmente elas teriam respondido com um sonoro não", conclui.

Adélia Borges defende a aceção humanista do termo. Entende design como concepção, projeto, planejamento de produto, cumprimento de determinada função na forma ou linguagem adequada. Na contracorrente da glamourização do ato de criar como iluminação descompromissada, a autora volta os olhos para a produção e consegue tratar com clareza dos assuntos que estão na linha de montagem do design. ■



A OBRA. *Designer não É Personal Trainer*, de Adélia Borges, Rosari (180 págs., R\$ 34)