

Estive há pouco a olhar para os esquemas que fiz antes da interrupção lectiva para a primeira apresentação oral deste projecto. Foi o suficiente para fazer um breve mapeamento geral da pesquisa e orientação teórica até agora: para já, importa a intersecção de três elementos conceptuais — o Muro de Berlim enquanto símbolo, o design gráfico e de comunicação e, finalmente, o impacto político (tanto do design como do símbolo do Muro de Berlim).

Esta intersecção evoca um cenário em que o símbolo do Muro de Berlim é utilizado no contexto do design gráfico para a comunicação de uma mensagem política (ou consciente do seu impacto político). Em dependência disto, surgem as perguntas: como pode ser utilizado o símbolo do Muro de Berlim?, e que mensagem política é adequada e passível de ser comunicada?

É necessário ter em conta a função do design na comunicação, especialmente num ambiente político no qual vai impactar pela mensagem que transmite e pela forma como o transmite. Deve ser definida uma solução ética que permita que o design seja imparcialmente benéfico de forma a respeitar os direitos fundamentais do ser humano. Sem haver algum tipo de adequação do objecto de design face ao receptor — tanto às necessidades contextuais como formas de pensar específicas de um dado público — não há uma dimensão ética no trabalho do designer. Design não deve ser praticado apenas para o cliente, especialmente quando se fala de política. Design político sem ética é puramente absurdo.

O símbolo do Muro de Berlim pode ser visto de duas maneiras: uma alusão ao Muro histórico e ao panorama político e social que o enquadra, com todos os simbolismos inerentes associados ao contexto — uma referência externa da memória colectiva da humanidade; ou pode funcionar como uma sugestão dos muros interiores de cada indivíduo, que cada humano sente de pelo menos duas maneiras: as separações existentes entre o sujeito e o mundo externo e as separações experienciadas no interior do sujeito. Estes são os principais obstáculos à liberdade e à correcta função política. Logo, os muros interiores são a condição básica para a materialização de muros como os de Berlim, da Cisjordânia, da Irlanda do Norte, da Coreia, de Marrocos, da Grécia, da Índia, dos EUA, da Síria e da Hungria.

O elemento político deste projecto encontra-se distribuído por três dimensões: a do pensamento — que determina o plano das intenções—, a da acção e a do discurso — ambos condicionados pelas intenções do sujeito e catalisadores por seu turno, de pensamentos, ideias, reacções.

Para já, a dimensão discursiva da política é a que mais interessa esclarecer devido à articulação directa que estabelece com o design de comunicação. Sendo o discurso, especialmente o político, um grande influenciador de eventos a nível social, económico, cultural e — inevitavelmente — mental, é necessário que o designer aborde o projecto com consciência da responsabilidade que ele implica.

O que é que caracteriza um discurso consciente dos seus efeitos e correcto nas suas intenções? O facto de veicular uma mensagem que é consciente das suas implicações políticas, sociais e humanitárias.

As três variáveis a considerar em qualquer forma de discurso são:

1. verdadeiro ou falso (factual ou não-factual);
2. agradável ou desagradável (atraente ou repelente);
3. benéfico ou prejudicial (quanto aos efeitos, repercussões, implicações).

A partir destes elementos há seis formas possíveis de discurso, das quais apenas duas são aceitáveis num contexto político:

1. falso, desagradável e prejudicial.
2. verdadeiro, desagradável e prejudicial.
3. verdadeiro, agradável e benéfico.
4. falso, agradável e prejudicial.
5. verdadeiro, agradável e prejudicial.
6. verdadeiro, desagradável e benéfico.

Utilizando esta fórmula é possível discernir que tipo de conteúdos são passíveis e meritórios de ser comunicados, tal como a forma mais adequada de transmitir uma mensagem que vale a pena ser comunicada (aquela que for verdadeira e benéfica).

