

## A responsabilidade civil do designer

Todo o processo de Design implica a existência de um usuário final sobre o qual recai a acção e, em consequência, é o sujeito passivo que recebe a acção.

Em consequência, qualquer informação imprecisa reflecte indefectivamente uma margem de perigo ou acidente. Por outro lado, qualquer informação manipulada pode provocar um erro de interpretação que reflectirá um perigo.

Exemplos:     etiquetas de produtos alimentares ou medicinais  
                  instruções para uso de aparelhos domésticos ou industriais

Por contrato, pode existir a cláusula de legibilidade textual, mas esse conceito não é objectivo, a letra gótica é legível na Alemanha e não em Portugal, em consequência uma mesma rotulagem, para regiões culturais diferentes, implica um alto risco.

O mesmo pode suceder com o diferencial linguístico; uma mesma palavra não tem o mesmo significado em dois idiomas diferentes — ‘bodega’ em português significa e conota exactamente o contrário em castelhano.

Aqui abre-se uma competência que não corresponde ao *designer* mas que por contrato o cliente não pode ignorar, os textos vêm do cliente mas o produto é da responsabilidade do *designer*.

O mesmo sucede com os valores cromáticos e formais. Existem códigos cromáticos para os diferentes produtos alimentares, transportes, circulação rodoviária, etc. Não é a mesma coisa a linha vermelha ou a linha azul do metropolitano; a conotação é clara e óbvia. Se a esta realidade acrescentarmos o exemplo de que o significado do preto nas religiões católica e muçulmana é antagónico, o erro de interpretação é total.

Existe um segundo nível de necessidade de protecção na actividade do Design de Comunicação, extensível a outros campos de intervenção. Referimo-nos às ‘letras pequenas’ dos contratos de prestação de serviços, os quais especificam uma série de condições não assumíveis pelos *designers*. Conceitos abstractos como legibilidade, claridade, facilidade de uso, comodidade, eficácia, etc. que não são susceptíveis de serem homologados. A comodidade e legibilidade nos folhetos médicos é contrária à legislação existente sobre esta área, em caso extremo não se estabelece uma relação directa com a idade do usuário — um corpo de letra de 8 pontos não é possível lê-lo (no mínimo, adequadamente) depois dos 40 anos de idade. Portanto, julgamos imperioso tratar o tema em dois níveis:

1. estratégias que induzam ao consumo e, portanto, obrigam-nos a informações com tratamento ambíguos susceptíveis de causar danos ao usuário (publicidade em qualquer meio);
2. as relações entre *designer* e cliente aonde não há qualquer tipo de protecção para o primeiro e o usuário.

Enric Tormo  
Begoña Simón  
Antero Ferreira  
Jorge Melo

Catedrático em Tecnologia do Design, UB  
Doutora em Belas-Artes (Design), UB  
Doutor em Belas-Artes (Design), UB  
Presidente da AND | Associação Nacional de Designers