

A ESFERA PÚBLICA À LUZ DO DIA

Para Jürgen Habermas, a esfera pública é o espaço social no qual se forma a opinião pública, lugar para o debate e a deliberação sobre assuntos de interesse comum para os quais se utiliza a razão e a comunicação para alcançar o consenso. É o lugar onde cidadãos podem exercer democracia. Desta forma, a teoria da ação comunicativa de Habermas ganha sentido quando explica a interação social como um processo de comunicação orientado à compreensão e ao acordo.

Este crítico da Escola de Frankfurt postula que, por meio da linguagem, os indivíduos se relacionam e criam significado ou sentido, buscando entendimento mútuo, para isto, são expostos desejos de validação da verdade, da liberdade e da justiça social, entre outros valores democráticos, que podem ser reconhecidos ou questionados.

Nesta edição, o conceito de esfera pública ganha a conotação dada pelo filósofo porque representa a dimensão social que age como mediadora entre o Estado e a sociedade, assim a pesquisa ganha um caráter mediador digno. Ambientes corporativos, por exemplo, arquitetam espaços muito além da sua funcionalidade, procurando sondar os efeitos sobre a saúde física e ou bem-estar dos seus habitantes. Ilustra-se o estudo de caso realizado com funcionários de um escritório corporativo de São Paulo, oferecendo um suporte ao ciclo circadiano que busca suprir a deficiência causa pela falta de iluminação natural. Na tentativa de amenizar os danos causados à exposição excessiva à luz artificial e ao desenvolvimento saudável, dinâmico e responsável dos cidadãos.

Do mesmo modo, a aplicação de painéis fotovoltaicos integrados à iluminação pública segue na mesma linha da pesquisa aplicada às políticas públicas de integração de espaços, como ruas, avenidas, rodovias, parques e praças. A ideia, neste caso, consiste em verificar produtos disponíveis no mercado das novas tecnologias fotovoltaicas para favorecer a iluminação urbana, motivando a produção de energia solar para substituir a iluminação tradicional.

E, para compreender a relevância do design nas interfaces do mundo digital, se faz necessário aprofundar na psicologia comportamental do consumidor, por intermédio da neurociência cognitiva e das leis que regem o design estratégico de produtos, serviços e experiências. O propósito consiste em melhorar a resposta do cérebro que processa informações visuais, influenciando no comportamento, e permitindo por sua vez criar designs mais eficazes e que geram melhores resultados.

Para fechar esta edição oferece-se o Museu da Energia de São Paulo, projeto arquitetônico de finais do século dezenove e começos do vinte, ligado à emblemática figura de Ramos de Azevedo.

Embora a este museu lhe seja atribuído o caráter científico-tecnológico, vai além de ser uma exposição que envolve experiência visual, espacial e sensorial. Pode, na escrita do articulista, discutir o tema da energia em São Paulo pela via régia da História da Arte.