

Design: designar em que sentido?

Design: to design in what sense?

Douglas Onzi Pastori

douglaspastori@gmail.com

Mestrando em Design Estratégico – UNISINOS. Nova Milano, Caixa Postal 230, Farroupilha, 95182-990, RS, Brasil.

Fabio Parode

fparode@unisinis.br

Programa de Pós-Graduação em Design – UNISINOS. Rua Dr. Barros Cassal, 675/503, Porto Alegre, 90035-030, RS, Brasil.

Resumo

A atividade criativa do design contemporâneo é capaz de dar sentido à vida de quem se relaciona de alguma forma com seus produtos? É em torno dessa pergunta, propositadamente genérica, que, com este artigo, se investiga o terreno existencial sobre o qual o design moderno se alicerçou, a fim de chegar aos impasses ontológicos e éticos que ele deve encarar neste início de século.

Palavras-chave: design, sentido, projeto de vida.

Abstract

Is the contemporary design activity able to give sense to the lives of those who establish any relationship with its products? This article investigates the existential field in which the modern design is set up in order to reach the ontological and ethical problems that modern design must face in the beginning of this century.

Keywords: design, sense, life project.

Parece absurdo, mas é verdadeiro: porquanto toda a realidade é nula, as ilusões são, neste mundo, as únicas coisas reais e substanciais
Giacomo Leopardi (2003, p. 425).

Design: produtor de significados superficiais?

Segundo Verganti (2007), o design pode ser considerado como uma atividade de produção de sentido. Dessa forma, essa atividade é capaz de trazer inteligibilidade aos fatos da vida, oferecendo orientação e coerência sem as quais socialmente a existência não seria possível. Assim, o design assume uma posição central na contemporaneidade, ao passo que é um modo de justificar, reforçar e renovar uma determinada cultura.

No entanto, antes que tal posicionamento pareça um tanto ingênuo, como uma resposta simplificada a um complexo conjunto de fatores e relações socioculturais que envolvem a Cultura de Projeto, não há como esquecer que a produção de algo se dá sobre a possível destruição de outro (muitas vezes do outro).

Segundo Deleuze (1999), a fabricação de um sentido não surge do nada, não se acorda um dia e simplesmente a criação irrompe, como uma prazerosa autopoiese de idéias, uma revelação transcendental: “Um criador não é um ser que trabalha pelo prazer. Um criador só faz aquilo de que tem absoluta necessidade” (Deleuze, 1999, p. 3). A instauração de uma ordem depende de lutas contra outra ordem vigente. Isso não quer dizer que o edifício tenha de vir todo abaixo (como pressupõe uma revolução) para, então, uma nova coerência ser construída: pelo contrário, muito cuidado é necessário para criar outro corpo cultural sem que seja necessário aniquilar os obstáculos como se fossem erva daninha no jardim da nova organização.

Como coloca Flusser (2007), no ensaio *Design como teologia (in O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação)*, a vida, a geração, a criação, a produção, o nascimento, o começo é o ponto de clivagem de boa parte da teologia ocidental. Já na oriental, o pensamento religioso compreende a valorização da morte, do aniquilamento, da extinção, do fim como suprema superação do karma. “Cristo promete a vida eterna; Buda, a libertação da vida” (Flusser, 2007, p. 206). Quando dois mundos culturais

tão distintos se tocam o que pode surgir? Este filósofo revela que isso não é novo na história, mas com a globalização recente, tamanha intensidade de contatos e trocas culturais é, sim, uma novidade, em que os códigos de computadores seriam um resultado inicial desse processo de hibridização de teologias.

Design como *criação de sentido* é, portanto, uma visão relativamente ocidental cujo solo existencial é o problema da finitude, da extinção. Tal artigo não pretende resolvê-lo, mas, pelo menos, tentar colocar o design no seu devido lugar, ao lado das religiões, das filosofias, das ciências, das artes, sobre as bases de uma ontologia do dia-a-dia, da existência. Poucos autores até então se detiveram nesse ponto de vista filosófico que se sintetiza silenciosamente nas entranhas dessa palavra – design. Mas que não mais se subjugue seu poder, afinal, uma superfície pode ser enganosa não por esconder algo¹, mas pela ignorância e, muitas vezes, pelo desdém de suas profundidades ocultas, e isto, como concluiu Nietzsche (1983), é um problema de perspectiva.

Assim como a lâmina d'água é o limite entre ar e mar, a aparência é o limite entre o visível e o invisível. As dimensões ontológicas da infinitude e da eternidade foram obstinadamente perscrutadas pelo oriente e ocidente em detrimento da finitude e do que é mutável. O design, a última das disciplinas modernas, não por nada, é visto com muitas dúvidas por praticamente todas as disciplinas anteriores, sejam elas pretensamente exatas e/ou pretensamente humanas.

Arte, Ciência, Filosofia, Religião, todos estes grandes campos da Cultura Ocidental se propõem, de uma forma ou de outra, a transcender os limites do finito a fim de instaurar a ordem do Eterno, seja no corpo de obras áuricas, lógicas, conceituais ou divinas, não importa o quanto durem. Para o design (campo aqui analisado) relega-se o supérfluo, o instável, o efêmero. Dessa forma, é posto como o Outro, o Oposto ao quaisquer *episteme: doxa*, sentimentalismo, infantilização, feminização, estetização, enfim, tudo aquilo que adoece e destrói o Homem.

Conhecimento é rigor, relevância, seriedade, *aletheia* (atualmente também *téchne*). Já design é brincadeira, parva estética, *kitsch*, fetichismo, frescura, ou, como diz Maffesoli (2004), a parte do Diabo, e se caso ele vier do oriente, de Dionísio².

Com a escalada do design no discurso de tantas áreas da *práxis* contemporânea, sua influência perversa se faz notar em vastos territórios. Da filosofia à economia, da antropologia à administração de empresas, design já não é mais um desconhecido. Será? Sua ação é por alguns considerada como a causa e o resultado da sociedade de consumo, cuja possível metáfora é a de uma massa auto-destrutiva que a tudo engole como um furacão sem olho. Será? Baudrillard (1995), no fim de um de seus estudos

mais importantes sobre a sociedade de consumo, acredita que outros maíoi de 1968 possam interromper essa missa branca. Não será ela vermelha, ou negra? Quem dará fim à missa rosa (como bem sabe Karim Rashid) do design contemporâneo? Quem irá despir o costume Prada do Diabo? Não será a hora e a vez do Diabo fazer teoria, descrever o que vê e analisar o que sente? Quem assumirá a perspectiva do Diabo?

A condução teórica para um design dionisíaco não pretende ser uma ingenuidade doxiológica, mas intenta questionar com outros enfoques essa nebulosa flutuante e difícil de prender nas mãos da *episteme*. Portanto, ainda e mais uma vez: o que é design? Dar a exclusividade da resposta a qualquer área é, certamente, o pior método com e sobre o qual se pode tráfegar, mesmo que seja a dos designers, afinal, quem diz que eles fazem design?

Historicamente, o design ocidental³ (europeu e norte-americano) do século XX, visto como cultura de projeto e como construção de futuras possibilidades existenciais, fundiu-se com as estruturas industriais do capitalismo a tal ponto que é difícil pensar um design que não seja industrial, empresarial, de marca ou qualquer coisa que não o conjugue à supermatriz econômica capitalista. Entretanto, essa possível liberdade dionisíaca da sociedade de consumo, de correr nas *highways* do capital, pode ser enganosa, ou parece ser um limite cômodo e estável ante a borda do abismo. É bom que não se esqueça o quão ele pode ser profundo, ou não: é preciso explorá-lo a fim de que o design não se afogue, como diz Nietzsche (1983), em águas rasas. Talvez o Dionísio da sociedade de consumo não passe de um simulacro sob o qual subjaz uma máquina de dominação, um cavalo-de-tróia mecanizado por um “esclarecedor” Ulisses apolíneo.

O destino de Tróia já se conhece. Não é só sua destruição, mas o desdobrar do pensamento grego, europeu que, segundo a Dialética do Esclarecimento, se circunscreve nos limites da *aufklärung* do Projeto Iluminista moderno onde a Razão Instrumental adjacente à Indústria Cultural é a dominante face. Os filósofos da Escola de Frankfurt, por meio da Teoria Crítica (o reverso lucidamente negativo da claridade científica), desconstruem rigorosamente essa ascensão do pensamento científico sob o signo da razão, revelando suas raízes axiológicas burguesas e a ideologia que lhe pertence. Seria equivocado concluir que o design industrial, nesse contexto, seria um instrumento de ideologização? Um instrumento de produção de discursos coerentemente estruturados (o sistema dos objetos que propõe Baudrillard, 2000) para esconder o mundo desencantado das relações de troca do capital?

Ao surgir “oficialmente” em um conturbado momento da história (Entre-guerras, na Escola Bauhaus), primeiramente, não há como excluir o design desse próprio período histórico. Subtraí-lo exclusivamente a ele seria se render a uma

¹ Não foi Heráclito quem dissera que a natureza adora brincar de se esconder?

² Entretanto, inúmeras vezes, Apolo tentou encoleirá-lo. Por vezes, conseguiu inclusive cortar-lhe os membros, estraçalhá-lo. Mas não se sabe como nem por que, volta e meia ele renasce e subitamente encanta inúmeras bacantes e sátiros. Quem será o próximo a domá-lo?

³ É interessante estabelecer um corte na concepção de ocidente. Quem é o Ocidente? Quem se chama de Ocidente? O que é o Ocidente? Os países subdesenvolvidos a leste do Equador fazem parte dessa distinção? Portanto, quando o design é pensado, qual design é pensado?

história contada, ou seja, seria estabelecer a produção eficaz de uma ideologia. Portanto, uma arqueologia do design se faz necessária para que a teoria não se perca em depurações metafísicas que, desconectadas da história, tornem-se um mero formalismo e não façam mais sentido.

A história do design já foi contada extenuantemente, e não cabe aqui repetir, mas suscitar questões. Sendo assim, parte-se do pressuposto de que tal história contada começa com uma confusão entre a atividade de pensar projetualmente (designadoramente), com a discussão sobre esse modo de pensar e sua posterior teorização⁴.

Estabelecida essa distinção, o design como discurso e como ação marca dois posicionamentos diferentes. Logo, o designer posicionar-se-ia como aquele que pensa a ação projetual ou aquele que simplesmente se atém a uma ação projetual? Obviamente, aquele que procede de modo projetual em relação a algo, sem necessariamente refletir criticamente sobre essa ação, mesmo que, em si, ela seja de certo modo reflexiva, é um designer que se estabelece como um projetista, alguém cuja produção se dá em construir projetos.

Etimologicamente, projeto é uma palavra que advém de projeção, do latim *projectionis*, “ato ou efeito de lançar”, participio passado de *projicere*: “Lançar para diante” (Cunha, 2005, p. 638). Lançar o quê? Um projétil – “qualquer sólido pesado que se move no espaço, abandonado a si mesmo após haver recebido impulso” (Cunha, 2005, p. 638) –? Sim, uma modalidade de projeto também é lançar projéteis, mas esse lançar adiante pode pressupor não só uma relação de espaço, mas também, principalmente, de tempo, ou melhor, de tempo com espaço. Assim sendo, o para trás do tempo é o passado, já o para frente, futuro, e abordando o projétil do projeto de forma mais “designadora”, e não como uma bala de canhão abandonada à própria velocidade e violência, um projeto pode se constituir como uma possibilidade de previsão do futuro baseada nas vivências do passado e, com elas, seus acertos e erros, ou seja, os resultados vividos no presente.

Esse ponto de vista de projeto, portanto, não se distingue da perspectiva de *projeto de vida* dos existencialistas.

Para Heidegger (1999) existir é o momento em que, descobrindo a faticidade humana de ser coisa entre coisas, instaura-se a dimensão da angústia no seio da vida cotidiana, fazendo com que todos os entes fiquem suspensos em estado de dúvida para que, descobrindo-se como ser para a morte jogado no mundo, sem origem nem finalidade – *dasein* (ser aí): existência –, esta possa agarrar a vida nas próprias mãos para, então, lançar-se ao mundo descobrindo criando seus significados e, assim, fazer com que nele possa habitar o ser. Esse *lançar-se-para-o-futuro* é projeção, ato de projetar: surge da problematização da vida cuja resolução só se dá na busca de um sentido que preencha o angustiantemente vazio de existir.

Dos escombros do passado, a existência tem de se resolver por meio da amplitude do futuro, das escolhas a serem feitas a fim de se preparar para morrer, essas, sem projeto, obviamente não se tornam escolhas, mas determinações. Em um mundo sem escolhas, não há liberdade, e a vida, potencialmente autêntica, não passa de alienação.

Entretanto, a possibilidade de “tornar-se o que se é” só se dá mediante a liberdade de fazer escolhas, ou seja, pela possibilidade de dar sentido à vida. Negado isso, não há projeto, sentido nem design. Portanto, não há outra dimensão projetual de design que não seja a de projeto de vida, que consiga fertilizar de sentido a existência, pois, querendo ou não, é finita. A finitude (a única determinação temporal do futuro) é que se descobre como possibilidade projetual, ou seja, como engajamento da existência para com seu próprio fim do qual não é possível escapar.

Neste ponto, é importante voltar a estudar a primeira escola de design da modernidade, conforme historicamente acabou por ser convencionalizada – a Bauhaus – e mais basicamente, às suas origens (quando o sentido ainda não se tornou significado). Assim, poderá elucidar como o design foi concebido enquanto um *modus operandi* de projetar a vida social a partir dos problemas interpretados que dela emergiam.

Origens da Bauhaus: uma genealogia do sentido do design

Surgida no contexto do período Entre-guerras na República de Weimar, a Escola de Artes, Ofícios e Arquitetura Bauhaus (1919-1933) encontra um país com constantes crises econômicas (inclusive muito avariado pela 1ª Grande Guerra), em um processo revolucionário industrial que começava a alcançar as primeiras potências (Inglaterra e França). Em outras palavras, surge numa Alemanha que há pouco conquistara a unidade territorial e o sufrágio universal, em meio ao caos provocado pela indústria ante forças produtivas, novos meios de produção, crescimento em massa da classe proletária e acumulação de capital pelos burgueses, ainda mantendo, rançosamente, certos valores feudais amalgamados à ideologia burguesa frente a um sonho revolucionário de modernização e de conquista do novo século XX.

Quanto aos antecedentes ideológicos e histórico-sociais da Bauhaus — consoante Wick (1989), baseado no artigo *Idee und Aufbau des Staatlichen Bauhauses* de seu idealizador e primeiro diretor-mestre Walter Gropius — há os nomes de John Ruskin, William Morris, Henry van de Velde, Olbrich, Behrens, e do Deutscher Werkbund. Para Wick (1989), tais foram os homens e os grupos sociais que tentaram solucionar cada qual em seu tempo, a questão histórica da oposição não solucionada entre arte e artesanato, entre arte e indústria, cada qual em seu tempo, por diferentes meios, chegando a diferentes resultados, porém

⁴ Para citar como exemplo, há Bürdek (2006), que começa sua história do design industrial basicamente com referência à Bauhaus a fim de garantir coesão e coerência à sua perspectiva funcionalista do design, meramente citando a teoria vitruviana como um possível pilar para tal compreensão e ignorando, deliberadamente, outras perspectivas sobre design e, principalmente, sobre projeto.

revelando, de qualquer forma, bases dialéticas materialista-históricas.

Em relação a Ruskin e Morris, dois ingleses que, contra o assustador antagonismo de classes e da falta total de qualidade dos produtos produzidos pela indústria no século XIX, defendem um retorno à Idade Média, pois vêem nela a unidade social simples e fundamental pela máquina destruída. Suas contribuições socialistas utópicas (comuns em tal época, segundo Engels, 1974), estabeleceram-se tanto na teoria quanto na prática valendo-se, porém, tão somente como alarme das condições materiais degeneradas em que se encontrava a sociedade. Não conseguiram, tanto Morris quanto Ruskin, soluções eficazes, apenas limitaram-se ao erro historicizante dos objetos com ornamentos de tipologia gótica. Por essa razão, não é equivocados afirmar que eles eram burgueses assustados com a vida desmoralizada que os envolvia socialmente, assim como Sant-Simon ou Fourier.

Em Henry van de Velde, há o reconhecimento da importância da responsabilidade social do artista ante a sociedade que o cerca, já que afirma a necessidade da busca de uma libertária linguagem individual contra o cânone dogmático imposto pelo classicismo. Ele acaba por tornar-se, um dos criadores do *Art Nouveau*, e busca, então, “uma configuração que permita mostrar clara e diretamente a finalidade do objeto” (Wick, 1989, p. 20), mesmo que excluindo (coerentemente, já que evita a alienação universalizante do cânone) a produção em massa⁵.

Da colônia de artistas em Darmstadt, principalmente com Joseph Maria Olbricht e Peter Behrens, tem-se o início do funcionalismo e do construtivismo geométrico das formas produto industriais-arquitetônicas. Neste mesmo contexto, há o resgate da idéia romântica de “Arte Total” (muito semelhante ao hodierno “Design Total”) do *Art Nouveau*, “concebida a partir de um conceito de uniformidade” (Wick, 1989, p. 23) que culmina nos pavilhões da fábrica AEG, onde Behrens desenhou da arquitetura à logotipia, inclusive, segundo Wick (1989, p. 24): “passando pela lâmpada em arco”.

É interessante notar que Walter Gropius, tenha demonstrado devotadamente este ideal de Arte Total. Legou ao século XX uma ideologia também encontrada nos sonhos do medievo com o Gótico, no Barroco e prosseguindo com tal arco histórico até a arte romântica de Wagner. Porém, ressalta Wick que,

“enquanto a síntese barroca e medieval de todos os gêneros artísticos e artesanais que tomavam parte da construção considerava a ‘obra de arte como manifestação unitária’, a noção da obra de arte vigente no século XIX e primórdios da século XX, tal como desenvolvida pela Bauhaus dentre outras escolas, era sinal de um ‘anseio pela unidade’, ou seja, não uma realidade, mas um objetivo utópico” (Wick, 1989, p. 14).

de uma sociedade sem diferenças provocado pela cisão entre classes na era moderna.

Por fim, há Hermann Muthesius. Caracteristicamente antípoda a Van de Velde, criticava o *Art Nouveau*, pela

“pomposa ostentação de suas formas e pela busca de configuração sensacionalistas” (Muthesius in Wick, 1989, p. 25), defendendo, portanto, a “demanda da legitimidade do material, economia na produção e ampla difusão social” (Wick, 1989, p. 25), o que demonstra seu reconhecimento da máquina como novo condicionante irrefutável infra-estrutural da sociedade, inclusive de suas possibilidades estéticas, ou seja, de sua reflexão na superestrutura de um modo geral.

Renegando a ornamentação, Muthesius pede lugar à objetividade no projeto, à limpeza formal necessária à fabricação mecanizada; o que lhe custou contendas com artistas conservadores. Com a abertura do *Deutscher Werkbund* de Munique, Muthesius vê objetivado o enobrecimento do trabalho industrial por meio da combinação entre arte, artesanato, educação e propaganda englobadas em um posicionamento coerente, unindo industrialistas, artistas e literatos em prol da qualidade da cultura material (no caso, principalmente alemã).

A Bauhaus inicia suas atividades em 1919 e tem em Gropius seu grande mentor e idealista, além de primeiro mestre-diretor, um verdadeiro líder. Seu aparecimento mais notável se dá em Weimar, quando Henry van de Velde é pressionado a deixar a diretoria da Escola de Artes e Ofícios por ser estrangeiro. Ele sugere, dentre outros sucessores, Gropius, o qual, mediante um de um manifesto de propostas parcialmente incoerentes (tais quais, primeiramente, as idéias muthesianas do *Werkbund*, segundo Wick, e então, numa segunda parte, reacionarismos utópico-medievais), consegue convencer o Ministério do estado de Weimar, em 1916, a realizar um novo projeto educacional da cultura material encabeçado por uma escola adequada às vicissitudes, a seu ver, histórico-sociais de sua época. Fundou, então, a Escola Estatal Bauhaus (*Staatliches Bauhaus in Weimar*).

Há que se falar da importância das idéias de Bruno e Max Taut sobre Walter Gropius. Concordando com Droste (2001, p. 18), “Taut foi o primeiro a exigir casas de povo, e o envolvimento de todas as áreas da arte na arquitetura”, acrescentando — nas próprias palavras de Taut — que “não existem barreiras entre o artesanato e a escultura ou a pintura; constituem uma única ‘estrutura’ (Bau)”. Replicando prontamente, Gropius (in Droste, 2001, p. 18) disse: “Vamos criar juntos a nova ‘estrutura’ do futuro que será tudo numa única forma. Arquitetura, escultura e pintura” sendo que “o objetivo último de toda atividade criativa é a construção” (in Carmel-Arthur, 2001, p. 12), traçando o próprio nome “Bauhaus” com esta carga semântica, já que “estrutura” e “construção” têm por base o radical *bau*, em alemão.

Nutrido-se com mais do que a nostalgia pelas formas de vida medievais, Gropius e grupo impregnaram-se de idéias do *Conselho de Trabalho para a Arte*, que, segundo Wick (1989, p. 39), era “um grupo de artistas e intelectuais engajados no socialismo revolucionário, formado em Berlim depois da revolução de novembro de 1919”, o qual considerava que “a arte e o povo devem constituir uma unidade! A arte não mais deve ser de uns poucos, mas a felicidade e a vida da massa”, o que confirma que “este é um dos objetivos sociais fundamentais que Gropius introduziu na Bauhaus”.

⁵ Aliás, esse questionamento é pertinente ainda hoje, já que, talvez, a produção em massa não seja uma necessidade da sociedade em geral, mas sim da burguesia, que, dessa forma, acumula mais riquezas.

“Gropius conduziu o conhecimento de processos sociais indispensáveis para além dos limites de SUA classe, ao considerar a crescente consciência de classe até então oprimida como pressuposto necessário para arte vindoura. Os oprimidos tinham de conscientizar-se de sua oposição em relação à classe dominante, despojar-se das normas éticas e estéticas herdadas e dar à sua vida um conteúdo espiritual próprio” (Hüter in Wick, 1989, p.39).

Isso fez da Bauhaus um projeto muito maior do que uma instância educacional de especialização estética, de acordo com Wick (1989). A estética seria o resultado positivo e concreto de toda a problemática provocada pela necessidade de uma nova sociedade sem conflitos de classe, idealizada equivocadamente na Idade Média devido à falta de conhecimento histórico, como reitera Wick (1989) em um comentário sobre o programa Bauhaus, afirmando que continuava a parecer para Gropius um programa válido enquanto projeto abstrato, utopia, embora debilitada e obscurecida por miragens do passado. O que se refletira, então, na própria Bauhaus — era um símbolo de sua época —: rica de conteúdo e nefelibata pelas utopias, com bases na areia movediça da anarquia ideológica do Entre-guerras, um relâmpago que marcou a história tanto com força quanto com efemeridade. Tudo isso, talvez, pela falta de fundamentação histórica concreta, que se revelaria em um projeto coeso e coerentemente estruturado, todavia possivelmente rígido demais, não aconteceu. É o que corrobora Mies van der Rohe, seu último mestre-diretor: “A Bauhaus não era uma instituição com um programa claro — ela era uma idéia” (Van der Rohe in Carmel-Arthur, 2001, p. 20). Sem dúvida, essa idéia foi fundamental para o desenvolvimento ideológico-artístico, artesanal, arquitetural e do design do século XX.

A partir desse pequeno histórico, não é errôneo pensar a Bauhaus como o lugar da inquietação do artista em relação ao mundo (principalmente Gropius) e é importante avaliar como isso foi resolvido educacionalmente mediante a crença no mito do progresso, no poder libertário e transformador do proletariado, da democracia e da indústria.

A hipótese bauhausiana: o problema da degradação cultural é que a sociedade não tem projeto, a *téchne* não tem projeto, e a arte, fechada sobre si mesma (arte pela arte) como negação da indústria, abandona a sociedade (seja pelo simbolismo, pelo *art nouveau*, pelo *arts and crafts*, seja por meio das correntes abstracionistas). Portanto, torna-se formalismo, anulação de sentido, já não desvela mais o Ser, não habita mais o mundo nem se liga mais à Terra. A solução, conseqüentemente, deve se encontrar na tecnologia industrial e no seu poder transformador formidável; a arte deve retornar ao Mundo da vida, ao cotidiano, aos problemas de quem tem problemas, de quem mais sofre

com a nova ordem (o proletariado), para, assim, propor soluções que lhes possibilitem reencontrar o sentido de ser. Porém, fundindo projeto de vida com metodologia científica positivista, hoje é possível perceber que, esvaziando de sentido o imaginário e a linguagem simbólica, mais do que um engano, tornou-se uma violência à vida cultural.

Boa parte da arte da época estava a serviço do gosto burguês. O gosto, para Marx, é um produto ideológico da classe economicamente dominante. Logo, servir ao gosto burguês seria continuar com a dominação sem resolver o sofrimento do proletariado. Portanto, esse gosto é degradante — *kitsch* — estetização vulgar da vida. Logo, seguir com a arte até então criada (ou o que se considerava como arte) seria um equívoco. Todas as vanguardas pretendiam resolver esse impasse que se instaurou nas estruturas do sistema da arte. A Bauhaus não fez menos: um grande conjunto de artistas se une a fim de agir efetivamente sobre os problemas da época. A obra de arte como instrumento de ideologização tem de ser destruída, pois perdeu seu sentido de ser. Este, agora, é dado pela função. O bom gosto deve ser substituído pela boa forma. Esta deve seguir a função. O modelo de agenciamento é o positivista, o único que parecia permanecer imune à crise cultural pós-primeira guerra mundial. A matemática era o modelo de ciência, de conhecimento inabalável cuja geometria e o plano cartesiano (a grelha ou malha diagramacional homogeneamente modulada) serviriam como base para o surgimento de uma renovada cultura material projetada da colher ao arranha-céu.

Assim, o corpo segue o modelo mecânico de entendimento técnico-científico e o cérebro se torna um computador de dados comandado por um *software* baseado em princípios matemáticos⁶ (a Razão), a casa é máquina de morar e as coisas simples do cotidiano, instrumentos de experimentação motorizados, esses, a fim de constituírem um discurso baseado numa nova coerência de valores, tornam-se objetos, signos, a exemplo dos algoritmos cujas relações são funções determinadas a fim de demonstrar resultados objetivos. Por meio do capitalismo fordista-taylorista de administração científica, os instrumentos-objetos podem ser tecnicamente reproduzidos *ad infinitum*.

Se os problemas do proletariado eram as condições objetivas de vida então degeneradas, a tecnologia e o design funcionalista são capazes de resolvê-los. O acesso a essas soluções se dá pelo trabalho remunerado, pela estabilidade de emprego e pela aposentadoria, condições que os Estados de bem-estar-social (nas sociais-democracias)⁷, associados às indústrias, são capazes de prover. As coisas tornadas instrumentos, objetos, na lógica capitalista, passam a ser mercadorias, signos de troca, ou seja, condição de socialização de soluções. Mesmo sem o socialismo basilar, assim se fecha um ciclo virtuoso ao qual os

⁶ Aqui se estabelece um jogo entre as escolas Bauhaus, Ulm e a teoria das Ciências do Artificial de Herbert Simon, mesmo que tal linearidade não seja correspondente à realidade. É uma linearidade que pretende chegar aos efeitos produzidos, embora não ignore as lutas internas para o estabelecimento desse processo de racionalização dos Projetos.

⁷ Não é possível ignorar a importância da indústria e do Estado forte também em regimes nacional-socialistas e comunistas. Porém, depois da Segunda Grande Guerra e da Queda do Muro de Berlim, fica mais difícil argumentar sobre esses regimes sem dar maior relevância ao capitalista. De qualquer forma, é indispensável comentar o impacto que a Revolução Industrial provocou nas mais diversas formas de estados modernos, forjando as chamadas “sociedades industriais”.

artistas da Bauhaus, e, posteriormente, da escola de Ulm (com todas as reproduções deste modelo de escola de design no mundo inteiro) poderiam se fidelizar, onde a *gütten form* era a síntese do Metaprojeto Funcionalista de arquitetura e design para a problemática sociedade moderna.

A Nova Objetividade, ao reduzir ingenuamente o seu *projeto de vida* ao modelo funcionalista industrial, não pôde concebê-lo senão segundo um rigor, como disse Adorno, “estupidamente prático”: “Não se trata simplesmente de uma referência estética e simbólica aos conteúdos, mas de uma referência metodológica e operativa aos processos e aspectos organizativos da produção industrial” (Battisti in Velloso Lucena, 2007). Dito com outras palavras, a estética industrial, mais do que uma estetização do positivismo, mais do que adoção de novas técnicas, estabeleceu-se como “fator de organização dos processos de estruturação social” (Velloso Lucena, 2007). Ao tentar superar o gosto burguês, o Funcionalismo acabou brutalizando os hábitos, homogeneizando os lugares, objetivando o mundo em espaços vazios onde o sentido já não pode mais habitar⁸.

Hoje, a crise desse metaprojeto transcende a apatia das relações humanas na urbanidade, chegando à crise ecológica, das ciências pós-kantianas, das identidades subjetivas, da modernidade. Se os múltiplos projetos da cultura material se estabeleceram sobre um grande metaprojeto moderno, hoje, este esvaziado (como tantas outras metanarrativas), não sustenta mais os subseqüentes (projetos?) com os quais o design ainda se atém. Depois de Auschwitz, da bomba atômica, da queda do muro de Berlim e da globalização neoliberal, o que, originalmente, era um projeto para a sociedade cosmopolita hoje se tornou um mito insustentável. O que seria um meio autêntico de doação de sentido para a vida, a vez da arte de, junto à ciência, ajudar a resolver os graves problemas sociais, no que se transformou? Desencantamento do mundo em que a espetacularização da vida cotidiana promovida pela indústria cultural tenta obnubilizar com a evanescência de um hedonismo de massa. Esse desencantamento não é mera produção intelectual sobre um universo onde tudo foi respondido e em que os deuses não mais habitam. Tal desencantamento afeta diretamente a Terra e o Mundo. Eis o impasse do design pós-moderno: a falta de um plano existencial de produção de sentido que justifique todo um gigantesco arranjo tecnológico de transformação da realidade.

Por conseguinte, não há como negar, mesmo com a euforia que domina o design contemporâneo: sem um projeto de vida fundamental, o design perde seu sentido como atividade projetual. Incapaz de resolver tecnicamente os angustiantes problemas que dominam a existência, de orien-

tar os acontecimentos, de remover obstáculos como fala Flusser (2007), o design só pode produzir mais obstáculos. Portanto, hoje, o design ainda é capaz de designar?

Tão dependente dos desígnios da sociedade de consumo, seja na sua face industrial, seja na da massa consumidora, pode o design projetar algum sentido à vida?

A lógica do sentido

Consoante Fernando Freitas Fuão (2004), em um belo artigo encontrado na internet:

“Normalmente, atribuímos existência aos espaços e às coisas, mas na realidade, sem nós, elas não existiriam. Pensar um espaço como existente, significa pensar em si próprio.

Infelizmente, na exigência da objetividade, acabamos por abstrair os espaços, as coisas e, conseqüentemente, nossa própria existência.

Gabriel Marcel, certa vez disse: Quanto mais eu acentuar a objetividade das coisas, cortando o cordão umbilical que liga à minha existência, mais converterei este mundo num espetáculo sentido como ilusório” (Fuão, 2004).

O que se lê é sobre a questão do sentido, mais do que semiológico, lingüístico ou psicológico, é um problema ontológico da constituição existencial humana. Esta, sem a suspensão desorientadora provocada pela angústia ao descobrir-se como ser para a morte, como coisa entre coisas, como objeto vazio, embora espesso, ou pelo estranhamento do que é familiar – *unheimlich* – não pode lançar-se ao mundo como ser cujo projeto preencher-se-á de sentido. Não conquistará nenhuma essência, sentido, o qual, pela consistência evanescente, fugaz, frágil, pela dimensão superficial sempre à beira do abismo, ao procurar-se em si não se encontra, pois escorre sobre o plano liso e escorregadio do *nonsense*, e, portanto, precisa continuamente ser inventado, criado, produzido, desvelado, colocando a existência sempre em estado de advir.

“A noção de absurdo esteve sempre latente nas filosofias irracionais ou nas que se recusavam a encontrar um sentido racional para a existência, como obviamente o existencialismo. Os existencialistas procuravam uma saída ante o labirinto: a condição humana, propondo a escolha lúcida do próprio destino, do trajeto, da arquitetura do labirinto, ou a revolta. O *nonsense* seria o disparate puro e simples, o absolutamente sem sentido, enquanto o absurdo, enquanto absurdo, teria ainda um sentido, embora inexplicável e distante, como a obra de Kafka” (Deleuze in Fuão, 2004).

⁸ “Quando desenhadas sob a lei da *pura funcionalidade*, as coisas resultam em formas que somente podem ser manipuladas, ou seja, são objetos manejados como instrumentos, cuja experiência se esgota sempre no instante da ação. Por isso teríamos fracassado no uso: nossa conduta, nas palavras de Adorno, uma vez causada por objetos projetados como ‘estojos para pessoas tacanhas [...] sem nenhuma relação com quem as habita’, oscila entre a hiperexcitação (dos indivíduos tresnoitados que vivem e dormem mal) e a apatia (daqueles que ‘estão sempre prontos a aceitar qualquer coisa sem resistência’). Num caso e noutro, são sujeitos alienados, cuja atitude via de regra é descompromissada e diametralmente oposta àquilo imaginado pelos arquitetos inauguradores do funcionalismo quando propuseram pensar sua profissão como *fator de organização dos processos de estruturação social*” (Velloso Lucena, 2007).

Ao olhar o sentido da existência sob a perspectiva do labirinto, Fuão entende que sua função é de aprisionar o corpo na ambigüidade do jogo. Sob a alegação de proteção e aprendizagem para a orientação, o labirinto é enganoso, pois impede outros jogos, outras possibilidades de orientação: “uma vez dentro não se pode parar de jogar”.

Se os labirintos são perversos como as mônadas de Leibniz⁹, sem portas nem janelas, mas perspectivas que orientam o mundo, talvez o fio-guia da Ariadne que nor-teia a jornada existencial pelas suas veredas possa ser desatado devido à própria matéria que forma o fio. Este, na verdade, é tira, superfície plissada cujos laços, nós e dobraduras compõem os alicerces, as paredes, o chão e o teto do labirinto. Se, por um lado, as vias labirínticas oferecem a luminosidade do sentido; pelo outro, são construídas no movediço terreno do *nonsense*. Para Fuão, por conseguinte, não há sentido nuclear ou periférico, inicial ou final, sólido ou gasoso.

“A desorientação, a inquietante estranheza é a percepção da existência de uma fratura no espaço e no tempo. O lapso, a descontinuidade, a emenda, a cola de quando se passa de dentro para fora do Anel de Moebius” (Fuão, 2004). É nesse exato ponto onde surgem as aporias dos labirintos, pelas quais é possível deles fugir, que se cruzam novas jornadas. “O sentido é muito frágil, se rompe fácil, quando sua superfície é cortada ele cai na profundidade do abismo, dos significados” (Fuão, 2004).

Nada promete que, ao sair de um labirinto não se entre em um novo ainda mais complexo. Por exemplo, Marcel, o narrador de *Em busca do tempo perdido* (Proust, 2002) tentando impedir que o fluxo labiríntico do tempo o arrastasse sem nada deixar, revela que o fio de Ariadne poderia ser descoberto por ele mesmo, pois tal qual uma aranha, ele também o tecera: era o fio da memória. O tempo redescoberto permitiu-lhe reavaliar em múltiplas dimensões as veredas da vida, alcançando inestimáveis estratos estéticos da criação artística em uma inigualável narrativa labiríntica das trajetórias mnemônicas de sua própria existência, seja por meio da ingestão de uma *madeleine*, do beijo que a mãe não deu, do amor que não se concretizou, das mascaradas relações entre as personas da elite parisiense.

Aqui fica muito difícil não tentar estabelecer uma ligação entre as possibilidades projetuais da arte e do

design em torno do perene problema da heteronomia e autonomia de ambos os campos.

Segundo Jimenez (1999), a teorização da arte está sempre um passo atrás do fazer artístico, e é importante que assim o seja para que esse não se sufoque em esquemas esquadrihadores da potência de criação e de resistência às ordens estabelecidas. Pelo contrário, é a teoria que, ao tentar absorver novos objetos artísticos, deve saber também se reinventar, garantindo à arte uma autonomia poética. Por outro lado, antes de se fechar em um mundo hermético, incapaz de qualquer comunicação, a arte depende tanto da valoração estética crítica quanto das forças sociais temporais que a prescindem. Logo, assim como a teoria tem de estar aberta para as novas manifestações artísticas, a arte também precisa da apreciação teórica e social, não bastando por si só em um mundo especial e fechado.

Já no campo do design, o discurso aceito é o de que quem lhe faz a crítica é o consumidor¹⁰, dessa forma, sua capacidade de comunicação deve ser patente. Porém, o que conduziria o design a uma lógica de dependência total do mercado, por ele próprio (adjunto a todo sistema maquínico que o sustenta) é invertida. Por intermédio da indústria cultural (e aqui se expande esse conceito frankfurtiano a todo o sistema-design, simetizando as indústrias de bens *de mass entertainment* sob o jugo do design nas suas mais diversas ramificações, da mais tecnológico-funcionalista até a mais lúdica), creditar ao consumidor qualquer capacidade crítica beira o descaramento:

“O descaramento da pergunta retórica: “Mas o que é que as pessoas querem?” consiste em dirigir-se às pessoas como sujeitos pensantes quando sua missão específica é desacostumá-los da subjetividade (Adorno e Horkheimer” (2006, p. 119).

Capaz de controlar praticamente todas as instâncias da vida cultural coordenada pelo capitalismo, o design, ingenuamente compreendido como mero instrumento de correção cosmética de mercadorias ante o rigor objetivista do funcionalismo, revela seu caráter perverso por ambos os lados. Ao se esvaziar perante duras críticas, o projeto de vida tecnológico bauhausiano cede às exigências emocionais e lingüísticas socioculturais hoje preconizadas por teóricos como Verganti (2007; Verganti *et al.*, 2006)¹¹, sem rever a ideologia imanente: padronização,

⁹ Segundo Fuão (2004): “Deleuze serviu-se da metáfora do labirinto para explicar o conceito de espaço em Leibniz, em seu livro *A Dobra*. Diz Deleuze, ‘Leibniz explica em um texto extraordinário: um corpo flexível ou elástico ainda tem partes coerentes que formam uma dobra, de modo que não se separam em partes de partes, mas sim se dividem até o infinito em dobras cada vez menores, que conservam sempre uma coesão. Assim, o labirinto do contínuo não é uma linha que dissociaria em pontos independentes, como a areia fluida em grãos, mas sim é como um tecido ou uma folha de papel que se divide em dobras até o infinito ou se decompõe em movimentos curvos, cada um dos quais está determinado pelo entorno consistente ou conspirante. Sempre existe uma dobra na dobra, como também uma caverna na caverna. A unidade da matéria, o menor elemento do labirinto é a dobra, não o ponto, que nunca é uma parte, e sim uma simples extremidade da linha’. O espaço ‘leibniziano’ é constituído como um labirinto com um número infinito de dobras, algo similar à cidade composta de quadras, casas, quartos, móveis, dobras dentro de dobras, dobras que conformam espaços, como um origami, a arte da dobradura do papel.”

¹⁰ Segundo Maria Helena Estrada (coordenadora da primeira feira de artigos domésticos Casa Brasil de 2007 e editora da revista Arc Design): “Bom design é aquele que vende.”

¹¹ Para os que insistem em separar *techné* e *aesthesis* sem ver em ambas os movimentos civilizatórios cuja matriz é de ordem estético-emocional imanente (no sentido de Maffesoli), na primeira, sobrepujando o sentimento de prazer pelo controle preciso e, na segunda, o de jogo com o perigo domesticado, Nietzsche elucida tal abordagem em *Vontade de Potência* por meio de um sintético parágrafo: “Na economia interior da alma do homem primitivo prepondera o medo do mal. O que é o mal? Três coisas: o acaso, o incerto, o súbito. A História da civilização representa uma diminuição daquele medo do acaso, do incerto, do súbito. Civilização significa justamente aprender a calcular, aprender a pensar casualmente, aprender a prevenir, aprender a acreditar em necessidade. É até possível um estado de segurança, de crença em lei e calculabilidade, que chega à consciência como fastio (tédio), em que o gosto pelo acaso, pelo incerto e pelo súbito sobressai como excitante” (Nietzsche, 1983, p. 391).

universalização não só de bens, mas da relação de troca dos bens, e, por conseqüência, dos indivíduos sob o totalitarismo da massificação: "A indústria cultural realizou maldosamente o homem como ser genérico" (Adorno e Horkheimer, 2006, p. 120).

As autênticas intenções artísticas de Gropius de humanizar, de qualificar a máquina e democratizar a arte pela indústria, por intermédio do capitalismo, tornaram-se uma promessa vazia de sentido à vida. Ao decidir por métodos positivistas de criação, a Cultura de Projeto pós-Bauhaus conduziu tanto o design como a arquitetura ao desencantamento acrítico do mundo.

"A sociedade burguesa está dominada pela equivalente. Ela torna o heterogêneo comparável, reduzindo-o a grandezas abstratas. Para o esclarecimento, aquilo que não se reduz a números e, por fim, ao uso, passa a ser ilusão: o positivismo moderno remete-o para a literatura. "Unidade" continua a ser a divisa, de Parmênides a Russell. O que se continua a exigir insistentemente é a destruição dos deuses e das qualidades (Adorno e Horkheimer, 2006, p. 20)";

Assim, a condição projetual da existência como tomada de consciência do seu vazio de sentido pela indústria é embotada, impedindo ao máximo que o indivíduo assuma a vida em suas próprias mãos, que se torne um sujeito de si, afinal, todas as angústias são previamente resolvidas, e, em casos mais radicais, inclusive por suspeitos medicamentos. Os designers profissionais, sem refletir criticamente sua atividade de projetistas, devido à separação entre a ação projetual e a reflexão da ação projetual, posto que as metodologias prometem responder *a priori* à totalidade das possíveis questões reflexivas, tornam-se gradativamente incapazes de suspender a realidade ôntica e labiríntica onde se encerram, acabando facilmente por servir de instrumento ao projeto de vida do campo econômico capitalista, nele reconhecidamente se tornando cada vez mais importante e central, afinal, "design agrega valor".

Desse modo, o design (ou melhor, os designers) é capaz, sim, de dar sentido à vida dos consumidores, desde que esse sentido não ultrapasse a lógica universal da mercadoria estruturada sobre a matriz axiológica da maximização dos lucros do *ethos* burguês, cujo "custo" existencial é acabar por se coisificar ao nível das mercadorias. Essas, quanto mais abstratas pela potência crescente das marcas, mais nulas e descartáveis ficam, nadificando consigo toda a ordem cultural dos sentidos e das subjetividades, muito embora *prometam*, cada vez mais, a plenitude do sentimento de vida pela experiência existencial de consumir mediante a permanência ilusória do "nome da marca" e de todo o mundo simbólico que o marca e por ele se faz marcar. Cabe ao consumidor *acreditar* e *fidelizar-se* a tal projeto de vida, mesmo que no silêncio de sua consciência isso nunca aconteça, mas que é bom assim aparentar, sob a pena

da promessa da total diluição da coesão da nova ordem social pela marca instaurada¹².

Contra esse labiríntico novelo do design conjugado ao capitalismo, será que a arte (dentre tantas outras manifestações) tenta se colocar altivamente a resistir? Quem sabe, por que não, como fez Duchamp no sistema da arte com *la Fontaine*, novos agenciamentos de design revelem o substrato *nonsense* sobre o qual desliza o design da ordem vigente, celebrando com um sarcástico humor negro o seu demiúrgico ilusionismo.

Referências

- ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. 2006. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 223 p.
- BAUDRILLARD, J. 1995. *A sociedade de consumo*. Lisboa, Edições 70, 213 p.
- BAUDRILLARD, J. 2000. *O sistema dos objetos*. 4ª ed., São Paulo, Perspectiva, 230 p.
- BÜRDEK, B.E. 2006. *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo, Edgard Blücher, 496 p.
- CARMEL-ARTHUR, J. 2001. *Bauhaus*. São Paulo, Cosac & Naify, 80 p.
- CUNHA, A.G. 2005. *Dicionário etimológico Nova Fronteira da língua portuguesa*. Rio de Janeiro, Ed. Nova Fronteira, 839 p.
- DELEUZE, G. 1999. O ato de criação. *Folha de São Paulo*. Caderno Mais! São Paulo, 27 de jun.
- DROSTE, M. 2001. *Bauhaus-Archiv*. Berlim, Taschen, 256 p.
- ENGELS, F. 1974. *Do Socialismo Utopico ao Socialismo Científico*. 2ª ed., Lisboa, Estampa, 105 p.
- FLUSSER, V. 2007. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo, Cosac Naify, 222 p.
- FONTENELLE, I.A. 2006. *O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável*. São Paulo, Boitempo, 363 p.
- FUÃO, F.F. 2004. *O sentido do espaço. Em que sentido, em que sentido? Partes I, II, III*. Disponível em: Portal Vitruvius, <http://www.vitruvius.com.br>. Acesso em: 01/08/2008.
- HEIDEGGER, M. 1999. *Ser e tempo*. 8ª ed., Petrópolis, Vozes, 568 p.
- JIMENEZ, M. 1999. *O que é estética?*. São Leopoldo, Editora Unisinos, 413 p.
- LEOPARDI, G. 2003. Din: Lustró 10. In: H. BLOOM, *Gênio: Os 100 autores mais criativos da história da literatura*. Rio de Janeiro, Objetiva, p. 419-425.
- MAFFESOLI, M. 2004. *A parte do diabo*. Rio de Janeiro, Record, 191 p.
- NIETZSCHE, F. 1983. *Obras Incompletas. In: Os Pensadores*. São Paulo, Abril, 427 p.
- PROUST, M. 2002. *Em busca do tempo perdido*. Rio de Janeiro, Ediouro, 2436 p.
- VELLOSO LUCENA, R.C. 2007. *O fracasso da utilidade. Notas sobre o funcionalismo na arquitetura moderna*.

¹² Sobre o vazio inerente a condição existencial dos indivíduos na sociedade de consumo, ver o estudo sobre fetichismo e subjetivação de Isleide Arruda Fontenelle, *O nome da marca* (2006).

- Disponível em: Portal Vitruvius, <http://www.vitruvius.com.br>. Acesso em: 01/08/2008.
- VERGANTI, R. 2007. Inovação pelo design. *Harvard Business Review Brasil*, **85**(8):66-73.
- VERGANTI, R.; UTTERBACK, J.; VEDIN, B.; ALVAREZ, E.; EKMAN, S.; SANDERSON, S.W.; TETHER, B. 2006. *Design- Inspired Innovation*. New Jersey, World Scientific Pub Co Inc, 280 p.
- WICK, R. 1989. *Pedagogia da Bauhaus*. São Paulo, Martins Fontes, 464 p.
- Submetido em: 28/06/2008
Aceito em: 29/08/2008