

Narrativas de Emancipação pelo Design

*Trabalho de conclusão do curso de design, apresentado para avaliação
no dia 1 de julho de 2015, na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo
da Universidade de São Paulo.*

*Guilherme Almeida de Souza,
com orientação de Giselle Beiguelman*



Guilherme Almeida de Souza

Narrativas de Emancipação pelo Design

Trabalho de conclusão do curso de design, apresentado para avaliação no dia 1 de julho de 2015, na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Orientadora: Prof. Dra. Giselle Beiguelman

São Paulo

2015



Agradecimentos

A Giselle, que como orientadora sabiamente entreviu quando necessário e proveu espaço quando devido;

A todos os entrevistados: Camilla, Erica e Rafael, que gentilmente cederam suas falas cientes de que seriam lidos e analisados em grande minúcia crítica; e entre eles em especial a Ivo, que além disso mostrou grandeza de espírito ao aceitar o convite de vir ao debate e participar da banca de avaliação;

A Marcos Braga e Jorge Bassani, criteriosos e sensíveis avaliadores;

A amigos de toda a vida, de citação extensa demais para ser viável, que conscientemente ou não contribuíram de variadas maneiras para que este trabalho fosse possível;

A Daniele, que foi capaz de emprestar parte de sua enorme diligência e disciplina em inúmeras noites produtivas;

À mãe e;

Ao pai, que não pôde ver este trabalho concluído, mas cuja ausência certamente mostra impacto nele, das maneiras mais emaranhadas e sutis.

Sumário

Prefácio — sobre este trabalho.....	6
Primeiro movimento: leituras do tema ético no design em seus teóricos.....	12
Introdução.....	13
Ideología y Utopía del diseño.....	16
Design and Crime.....	42
Design, cultura e sociedade.....	56
Segundo movimento: leituras do tema ético no design em seus praticantes.....	68
Uma re-introdução: fundamentos e fundadores do atual discurso do design no Brasil.....	69
Considerações metodológicas.....	82
Análise de entrevistas.....	85
Conclusão.....	106
Bibliografia	109

Resumo

O discurso do design, gozando de grande centralidade na cultura brasileira, frequentemente afirma uma necessidade de um certo tipo de emancipação que somente é possível através da prática do designer. Pretende-se, em dois movimentos, identificar enunciados que reproduzem tal afirmação para demonstrar sua larga circulação, propor uma possível genealogia dela a partir da racionalidade humanista, e finalmente colocar em movimento um debate conceitual entre diferentes pontos narrativos, apontando algumas possibilidades para uma leitura crítica de tal discurso. Como primeiro movimento em direção ao problema, faremos uma análise de três autores que navegam no campo do design, tangenciando temas éticos: Gert Selle, Gui Bonsiepe e Hal Foster. Posteriormente, voltaremos nossa atenção a depoimentos coletados em entrevistas com quatro designers brasileiros que articulam práticas veiculadas sob o adjetivo de *emancipadoras* — Camilla Annarumma, Erica Ribeiro, Ivo Pons e Rafael Gatti. Assim atravessaremos dois níveis distintos de circulação de tais discursos — um mais formal, acadêmico; outro emaranhado com a prática — na tentativa de deles oferecer uma amostra profunda, ainda que estreita. Enquanto comparamos semelhanças e diferenças entre o que se considera a essência e *ethos* do design em cada caso, pontuaremos elementos críticos a fim de consolidar uma nova visão a respeito destes movimentos.

Palavras-chave: design, emancipação, discurso

Abstract

The design discourse, enjoying a position of great centrality in Brazilian culture, frequently asserts the need of a certain kind of emancipation that is only possible through the practice of the designer. Along two separate movements, this piece means to identify statements that reproduce said assertion so we can demonstrate its wide circulation, to propose a possible genealogy of it from humanist rationality, and finally to set in motion a conceptual debate among different narrative pivots, pointing out some possibilities for a critical reading of such a discourse. As a first movement towards the problem, three authors that navigate the field of design, tangentially working with ethical topics, will be analysed: Gert Selle, Gui Bonsiepe and Hal Foster. Afterwards, our attention will be focused on interviews taken with four Brazilian designers that articulate practices conveyed under the sign of *emancipation* — Camilla Annarumma, Erica Ribeiro, Ivo Pons and Rafael Gatti. Thus, two different levels of such discourses shall be crossed — one much more formal and academic, the other entwined with the design practice — attempting to offer a deep, though narrow, sample of it. While comparing similarities and differences between what is considered the essence and *ethos* of design in each case, critical elements will be pointed out in attempt to cement a new vision about those movements.

Keywords: design, emancipation, discourse.

Prefácio — sobre este trabalho

Este trabalho resulta de uma inquietação e de um esforço de falar sobre um tema recorrente, embora raramente tratado a fundo, nos círculos de quem faz e pensa design. Apresentados à falsa oposição entre pensamento e ação, os homens de projeto frequentemente se acolhem sob o signo do *agir*, e este destino raramente permite de bom grado uma investigação dos próprios objetivos que vai além de uma vindicação apaixonada. Ao *pensar* é reservado o lugar da inércia, da ilusão.

Ainda vemos gerações empenhadas na realização de utopias humanistas; gerações que vêm a reboque das modernistas ao se dedicarem intensamente à anedótica missão de *salvar o mundo*. Não chega a ser estranho — ao entender que para o designer projetar significa garantir que as coisas aconteçam da maneira como se espera — o fato de que a questão “*o que devemos projetar?*” (num sentido amplo, como projeto de mundos possíveis) perde importância à luz do problema menor que configura o “*como realizar estes projetos?*”. O designer ético do nosso tempo enxerga a grande distância seu destino, ainda que com clareza e materialidade indubitáveis. Parte prontamente na direção onde considera estar este *mundo melhor*, e se ocupa com tamanha diligência com os obstáculos do caminho que não lhe sobra energia para examinar a possibilidade real deste destino constituir-se de substância vazia, onírica. E a cada passo que avança a miragem se distancia como que dois passos, apenas para injetar-lhe renovado vigor, porque quanto mais inalcançável é sua recompensa, mais irresistível torna-se a jornada. Seria, ao final, uma busca formidável embora um tanto trágica, porque toda a dificuldade do caminhar seria recompensada pelo prazer de testemunhar o sonho com maior intensidade e com renovados ânimos. No entanto, o contínuo enrusgar-se com o terreno produz rastros fantasmagóricos marcando sua passagem, consequências indesejáveis, efeitos colaterais. Discutiremos algumas dessas consequências, principalmente uma relacionada a uma ideia rasa de alteridade, expressa ao tomar o outro como versão inacabada de si.

Em um campo fortemente engajado em sua própria caminhada, a rejeição à uma dedicação um pouco mais extensa ao pensar torna-se compreensível: cada passo adiante é, evidentemente, antecedido pelo anterior e seguido pelo próximo, e sempre haverá espaço para seguir em frente. Tal visão missionária pôs-se em movimento com tanto afincamento que assumiu, de fato, uma inércia análoga àquela newtoniana — agora, esforço maior é necessário não para mantê-lo em seu caminho, mas, ao contrário, para roubá-lo todo o movimento, ou até para desviar sua trajetória em poucos graus. A estagnação completa,

neste cenário, é a única atitude verdadeiramente transformadora. Por isso, e correndo o risco momentâneo de legitimar a relação de oposição que normalmente se assume entre pensamento e ação, o que se propõe é um congelamento, um momento de cessão de movimento em respeito à faculdade de intuir o próprio lugar, de dispor das próprias pernas e apreciar suas possibilidades de movimento que vão além da circularidade simétrica da sequência de passos. A intenção é que esta parada permita um exame que não se envergonha de lançar hipóteses em direções diversas, inclusive contrárias ao movimento original.

Em vista deste propósito, foi ganhando substância o assunto da emancipação no design como objeto que poderia ser pensado na forma de um trabalho de conclusão de curso de graduação. Dentro da estrutura em duas fases a ser cumprida pelo aluno da Fauusp, a primeira parte deste trabalho se encarregou de rastrear algumas visões a respeito do campo do design presentes na literatura especializada, principalmente aquelas fortemente ligadas à relação do design com seu meio social. Esta primeira parte, realizada em pouco menos de seis meses, foi apresentada à banca em junho de 2013, recebendo avaliação de aprovação além de algumas sugestões bastante diversas a respeito de sua possibilidade de continuação. Seguiu então o trabalho explorando algumas dessas sugestões, no entanto num ritmo muito menos intenso e muito mais vacilante; o que fez com que a segunda parte levasse ainda três semestres para maturar em uma proposta coerente e suficientemente sucinta, e mais um semestre para se concluir. Decidiu-se pelo caminho de análise dos discursos atualmente correntes, através da realização de entrevistas com alguns atores da prática conhecida como *design social*; em especial atores envolvidos com um tipo específico desta prática. Este caminho visa estabelecer, em primeiro lugar, que há um discurso dentro do campo do design que pode ser entendido como *narrativa de emancipação*, e em segundo lugar, visa apresentar e comentar alguns dos atributos e implicações deste discurso.

Ainda que as duas partes do trabalho apresentem grandes diferenças, tanto em seus objetivos e métodos quanto em sua própria redação, elas aparecerão aqui neste volume juntas, a fim de garantir a unidade desta análise e de seus resultados. A porção inicial deste trabalho é um pouco diferente da que foi originalmente apresentada à banca — estava antes sob o título *O Discurso Emancipatório no Design*, que foi abandonado por oferecer a ilusão de que apresentaríamos um quadro completo e sistemático do tema. O novo título favorece a percepção de que demonstraremos apenas algumas faces desta questão, uma pequena amostra inicial de apontamentos que, ainda que não esgotem as

possibilidades críticas, oferecem, espera-se, um rumo interessante de exploração. Além disso, o texto original passou por cuidadosa revisão e edição a fim de encaixar-se melhor a um trabalho único; ainda é, no entanto, essencialmente o mesmo conteúdo, e não necessita da nova leitura de quem já o conhece.

A segunda parte — ou seja, aquilo que aparece aqui como trabalho inédito — tomará a liberdade de não seguir estritamente as regras do texto em formato acadêmico. Isso se justifica através da maneira como normalmente se consolidam os TCCs nesta instituição: a partir de uma primeira fundamentação teórica se constrói um projeto, uma encarnação simulada de um futuro possível que, por mais que se possa representar em desenhos e modelos materiais, apoia-se tanto naquela primeira fundamentação mais formal quanto na inventividade do autor. Este formato torna possível investigações mais poéticas, que fogem do modelo tradicional de *projeto de design*. Inúmeros trabalhos foram produzidos com este perfil. Por isso, ainda que as duas metades desta obra sejam apresentadas em movimentos semelhantes (a citação de trechos selecionados e comentários em sequência), a natureza distinta entre os materiais de origem proporciona um tratamento um pouco diferente em cada caso. Os escritos de teóricos de grande circulação requerem uma dedicação muito mais formatada do que trechos de depoimentos colhidos em conversas informais, e as maneiras de conduzir a discussão em cada caso tentam refletir isso.

Trata-se, ao final, de nada mais do que uma leitura comentada de interpelações correntes a respeito do empreendimento ético do design, seus desdobramentos na prática e algumas de suas consequências. É portanto oportuno, a fim de permitir um exame mais cuidadoso, advertir o leitor a respeito de algumas características das palavras que seguirão. Em primeiro lugar, este trabalho navegará no nível dos *discursos*, sistemas de ordenamentos morais que fazem manter o norte do que é normal e desejável; e de algumas de suas partes formadoras, as *narrativas*. Coisas que, talvez em outro tempo, se poderia chamar de ideologias, não fosse o desgaste da palavra e a conotação geral de ficção enviesada que a história recente lhe atribuiu. Não será portanto um problema para esta análise a veracidade de interpretações, enganos de interlocutores, ou, de maneira geral, as intenções dos autores; a estas questões não se pode atender isento de uma afetação messiânica ou de uma extrapolação de paixões. Outra postura que se pede ao leitor é que abandone qualquer perspectiva de proposição — aqui não serão ensaiadas possibilidades de novas práticas que corrigem os defeitos das que estão atualmente em cena, justamente por entender que agir dessa maneira seria incorrer em movimento semelhante ao que

aqui é criticado: o de construir sistemas de categorias críticas a partir de acontecimentos específicos — em efeito operando sob o regime da moral. Vale ainda lembrar que grande parte da análise se limita a um universo muito restrito, delimitado pela esfera discursiva do design no Brasil dentro e fora da academia, e de maneira nenhuma pretende render diagnósticos válidos universalmente, mesmo quando reflexos mais longínquos possam ser reconhecidos.

Tais condições foram aos poucos se mostrando necessárias para tratar de tema tão extenso e complexo em um trabalho desta humilde envergadura. Como trabalho de conclusão pretende-se síntese do processo de graduar-se, na tentativa de demonstrar que o conhecimento acumulado em fatia específica da academia é suficiente para garantir ao autor um título de bacharel. Não é, no entanto, registro de afinidade ou pertencimento à uma classe de profissionais tanto quanto, curiosamente, quase o oposto: síntese de uma profunda desconfiança quanto aos propósitos desta classe e quanto à crença na possibilidade da consagração destes propósitos. Ainda que consciente da sua insuficiência, a adoção de uma redação mais descompromissada (talvez, em certa medida, até poética) se deve à intenção de operar hipóteses ainda pouco formatadas, ainda embrionárias. Múltiplos temas aparecerão brevemente, proporcionando relações talvez um tanto esotéricas por tão inusitadas. Nos permitiremos estas especulações em favor de um resultado um tanto provocador, ainda que faltem as dedicações um pouco mais extensas que tais temas exigem. Tratar este assunto com a completude e o escrutínio que merece exigiria uma maturidade, disciplina e exame bibliográfico muito superiores ao que se espera de um trabalho de graduação.

O tema em questão, o da emancipação, permanece ubíquo no pensamento humanista em geral, enquanto no design assume contornos pragmáticos e reveste-se de urgência. Discutiremos sobre como se imputa ao desenho industrial um dever moral vagamente definido, sobre como se constrói a pretensa auto-evidência de um *ethos* específico, um propósito geral e último do projeto. Trata-se de pensamento cujas raízes se reconhece na consolidação da ciência humanista, e que recentemente penetra o design sob os nomes de *design social* ou *inovação social* — seguindo uma tendência recente onde o adjetivo *social* costuma referir-se exclusivamente à pobreza e aos problemas de gente miserável, enquanto o substantivo correspondente, *sociedade*, segue referindo-se majoritariamente à classe média em sua função neoliberal e cíclica de produção e consumo. Trata-se, em suma, de assumir que os projetos de design, através da sucessiva incrementação das condições materiais de figuras sociais vistas como desfavorecidas,

têm o dever moral de retirar essas figuras de tais condições injustas de desvantagem, de educá-las humanisticamente, de torná-las mais capazes, mais potentes. De, enfim, emancipá-las, libertá-las de uma condição pré-humana.

Em parte para desmistificar uma concepção de design extremamente superficial que predomina na população leiga (inclusive entre publicitários e empresários, os principais empregadores deste tipo de serviço), ao menos os primeiros anos de muitos cursos de design são dedicados em grande medida a afirmar aos alunos tanto a potência social do desenho industrial quanto os vários níveis de controle sobre os resultados que deve assumir — em suma, constituir a mentalidade de que a tarefa do projeto é de enorme responsabilidade e de extrema necessidade. Grande esforço didático é despendido negando a ideia de que o design constitui uma atividade supérflua, uma mera ferramenta de geração de desejo de consumo, um inerte adereçamento superficial que reveste como um casaco de pele o corpo funcional dos objetos. Com questionável sucesso, no entanto, visto que ainda se contrata serviços de design com os objetivos de agregar valor, chamar atenção, aplicar um “verniz de estética” sobre um produto já prestes a ser vendido. Especialmente no Brasil e nas nações ditas “em desenvolvimento”, a noção profunda de responsabilidade e importância do desenho de objetos industriais não extravasa significativamente os limites da academia — ainda que em seu interior ela siga forte e pulsante, contribuindo para a formação de gerações de designers que cultivam uma imagem de si um tanto demiúrgica: não raro acreditam ser os protagonistas numa narrativa teleológica de aperfeiçoamento dos modos de vida de uma parcela menos favorecida da população. Em geral, não negam a importância da atuação de outros atores nesta missão, mas raramente deixam de reservar a si um lugar chave, um lugar central de cordenação, alegando uma especial propensão à virtudes como inovação e multidisciplinaridade, de algum modo inerentes ao método mais fundamental do fazer projetual.

É importante deixar claro que este trabalho não pretende negar a potência de transformação social da prática de projeto, ou até mesmo dos próprios produtos da indústria. Pelo contrário, considera-se que o contexto social é condição de existência do design, e não critério de uma safra específica dele; e isso não significa dizer que todo design está, a priori, comprometido com ideais igualitários e de justiça, mas apenas que suas práticas se consolidam entre figuras sociais e que afetam a sociedade; assim como, reciprocamente, são afetadas por ela. De novo, além de retomarmos aqui uma definição mais geral do adjetivo *social* (afastando-o um pouco da ligação a camadas de renda mais baixas), devemos também abandonar a carga demasiado otimista que se acumula

sob a palavra *transformação*, a fim de recuperar um sentido menos enviesado da ideias de *transformação social*. Tomado dessa maneira, o *transformar* não garante por si a criação de situações mais favoráveis que as anteriores: como mudança, recombinação ou metamorfose, presta-se não só a uma desejável evolução humanista, mas também à gênese de híbridos e de monstros kafkaescos.

Em suma, estes são alguns dos assuntos a serem debatidos aqui. Nesta introdução espera-se ter estabelecido não mais que algum consenso, mesmo que diminuto, sobre a maneira como devem ser lidas as páginas que seguirão. Afirmaremos neste volume a existência de uma vontade de emancipar que faz parte do próprio sangue do design há algum tempo — ao menos desde a formação dos ideais do modernismo radical. Sinalizaremos relações deste *ethos* com mais antigas linhagens de pensamento, tentando instigar a dúvida: será esta missão humanista um desdobramento de uma auto-imagem de protagonismo universal que o homem ocidental tem para si muito cara?

No alcance das presentes palavras, em toda sua limitação, considera-se suficiente estabelecer a dúvida. O que não é, evidentemente, pretensão humilde — lançar palavras como redes de pesca, cercando aos poucos aqueles significados específicos que interessam, manipulá-las para que seus enredamentos façam compartilhar, leitor e autor, uma desconfiança semelhante.

Primeiro movimento: leituras do tema ético no design em seus teóricos

*O passado traz consigo um índice misterioso, que o impele à redenção.
[...] Sem dúvida, somente a humanidade redimida poderá apropriar-se
totalmente do seu passado.*

(BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito de história.)

Introdução

O século XX assistiu a ascensão do design enquanto discurso (Foster, 2003). Seja como a prática da adequação cosmética da cultura material às vicissitudes da moda (visão compartilhada por grande parte dos leigos e rejeitada veementemente nas academias), seja como operação projetual racionalizante aplicada aos objetos de consumo, (estruturação justificada de todos os seus aspectos materiais, sociais e semióticos), ao design se tem reservado um lugar privilegiado na cultura. Antes de julgar o mérito, a necessidade ou a correção ética de tal posição, cabe entendermos os movimentos do pensamento ocidental que sustentaram esta ascensão, ou seja, numa perspectiva sociológica, os enunciados que tornaram o discurso de projeto um discurso hegemônico. Para isso, tentaremos, a partir de uma leitura comparativa, propor uma genealogia da ideia de projeto que identifica as suas raízes na utopia social do Iluminismo. Interessa-nos especialmente o momento da inauguração de uma ideia de tempo teleológico, histórico, no qual o futuro pode ser objeto de controle ao menos parcial — no qual, enfim, o projeto é possível.

Paralelamente a esta possibilidade teleológica, no campo da cultura, devemos situar o design sob uma perspectiva histórica: enquanto aplicação prática do projeto na indústria, o momento da cisão entre planejamento e produção das mercadorias (Cardoso, 2008). Dando menos ênfase que o habitual nos conflitos trabalhistas e efeitos de alienação que tal cisão gerou, tentaremos mostrar a afinidade que esta prática, quando começa a conformar-se enquanto discurso, tem com uma antiga corrente utópica da indústria: uma que acredita que a eficiência e produtividade da máquina seriam capazes de libertar o homem do trabalho (etapa que, posteriormente à uma ética do trabalho derivada do protestantismo, ficou esquecida, senão invertida), ao mesmo tempo que democratizam as benesses materiais da produção capitalista. Nessa proposta de universalização do ideal de homem moderno, na formação de uma ética democrática das mercadorias, identificamos os dois principais objetivos de nossa investigação: em primeiro lugar, mapear em diferentes correntes teóricas do campo do design a manifestação da elaboração de um projeto universal de emancipação e identificar nelas como pressupõem a finalidade civilizatória de qualquer desenho industrial; posteriormente, apontar perspectivas críticas dessa concepção de design, a partir da obra de um conjunto de autores, considerando alguns de seus desdobramentos na construção da ideia de homem moderno apoiada na produção-consumo.

Para demonstrar a presença dessas formas de pensar no discurso projetual, serão colocadas em debate as concepções do designer Gui Bonsiepe, no recente *Design, Cultura e Sociedade*; do crítico de arte Hal Foster, em *Design and Crime*; e de Gert Selle, na versão espanhola de *Ideología y Utopía del Diseño*, infelizmente sem tradução em português. A escolha dos autores busca uma amostra abrangente em abordagens e modos de pensamento ligados ao design na contemporaneidade. Na tríade, Bonsiepe representa o pensamento dominante nas escolas de projeto contemporâneas, um pensamento que podemos reconhecer como descendente direto do racionalismo da HfG-Ulm: universalizante, pragmático e desenvolvimentista. Contém apenas poucas ressalvas a fim de atualizá-lo aos dias atuais. Já Selle representa um movimento que parece ter sido curto e restrito à Alemanha: uma primeira crítica, já com mais de 40 anos, a este design como ferramenta ideológica do grande capital, apoiada num marxismo de matriz frankfurtiana. Foster, em seu lugar, articula uma visão do design no contexto da crítica da cultura, informado pelos pensadores pós-modernos e levando em conta a profundidade e gravidade dos efeitos contemporâneos da sociedade de massas.

Em cada uma das três obras, perguntaremos quais são os elementos que definem o campo do design, embora sem a finalidade analítica de alcançar um consenso, encontrar algum indício de objetividade na oposição dialética de diferentes pontos de vista. Apesar de articular-se como uma leitura comparada, o diálogo será conduzido, no limite dos nossos esforços, tentando reconhecer a plena intransigência, o lugar das divergências, dos pontos nos quais a conciliação é distante demais para ser considerada possível — este lugar trataremos como privilegiado, como arena de um autêntico e frutífero conflito e, ainda que não nos coloquemos como árbitros neutros na tentativa de livrar-nos do peso da crítica, não permitiremos de modo algum que um enunciado seja reduzido à especificidade de outro mais universal. O objetivo não é discutir alguma verdade essencial presente entre as enigmáticas dobras da aparência, mas sim de entender o movimento destes enunciados como jogos discursivos, e seu imbricamento com a posição social de seus enunciadoreis.

Começaremos lendo criticamente a obra de Selle. Suas considerações sobre design como historicamente dependente da circulação capitalista de mercadorias servirão para dar um importante tom de estranhamento ao leitor acostumado com as abordagens prescritivas, e servirão também como primeiro passo em direção à uma concepção discursiva que virá posteriormente. Em seguida virá Foster, com objetivo de trazer um contraponto mais contemporâneo, e ainda mais pessimista quanto à possibilidade de

haver alguma virtude essencial na prática projetual. A carga conceitual alcançada com o debate entre estas duas vertentes será aproveitada na articulação da mais dura crítica à obra de Bonsiepe, entre os três o discurso mais amplamente aceito e reproduzido entre designers. Os traços da vontade emancipatória identificadas neste último serão então tomados como primeiras evidências da larga circulação de tal enunciado. A eles se juntarão trechos de outros autores, para podermos, a partir da identificação de certas semelhanças discursivas, intuir categorias críticas sobre o funcionamento do projeto moderno de civilização encarnado no design.

Pretende-se identificar algumas possibilidades de investigação acerca desta vontade de emancipação corrente no interior do discurso do projeto. Ao leitor especialista, acostumado com as discussões frequentemente essencialistas e prescritivas no tradicional trato teórico que o campo do design desenvolve para si, pede-se paciência além de boa dose de afastamento analítico. O debate que este trabalho pretende iniciar, diferentemente da maioria da produção teórica em design, não tem a intenção de justificar práticas, mas talvez de colocá-las sob um certo crivo crítico que não parece ter sido levado em conta até então.

Ideología y Utopía del diseño

“Tanto o fenômeno como a teoria do desenho industrial estão inseridos no contexto funcional econômico, tecnológico e cultural da ordem social que se desenvolveu a partir da revolução industrial, e se organizaram quase totalmente como estrutura de poder.” (Selle, 1975, p. 9, tradução do autor¹)

No começo dos anos 70, o espírito libertário e anticapitalista da contracultura começava a possibilitar novas frentes críticas. Neste contexto, e profundamente influenciado pela obra da escola de Frankfurt (em especial Marcuse, Manheim e Habermas), Gert Selle denuncia, nesta obra de 1973, o caráter utópico-ideológico do discurso do design, ancorado na relação simbiótica que havia estabelecido historicamente com o capitalismo industrial e seus aparatos de controle e alienação. Foi capaz de identificar, em seus próprios termos, um *ethos* redentor do design, que, segundo ele, na realidade não passava de discurso enganador sob o qual se mascaravam intenções de dominação e máxima lucratividade.

A exata extensão e importância de tais ideias, enquanto movimento teórico próprio do campo do design, nos são efetivamente desconhecidas; se houve uma articulação em grupos de autores com ideias semelhantes, parece que foi esquecida. Há referências ao longo da obra a pelo menos um outro pesquisador alemão que parece compartilhar de boa parte do quadro conceitual discutido aqui, Thomas Kuby; no entanto a falta de traduções para o português de textos quadragenários originalmente em alemão nos impede, num primeiro momento, de acessá-los. Mesmo estes autores tendo realizado crítica tão aguda e pertinente a certos preceitos que acabam norteando a prática projetual até hoje, o aparente anonimato deles, a falta de referências em outros textos quase canônicos do campo e a ausência de comentadores, nos faz desconfiar de que tal esquecimento não é de todo acidental; desde então, o design tem avançado consideravelmente como centro de poder num contexto predatório

1 Todas as citações diretas serão, a partir daqui, traduções feitas pelo autor para o português, a partir do texto da versão em espanhol, traduzido do alemão. Entendemos que tal prática não é a mais aconselhável, principalmente em temas de alta sutileza teórica, no entanto, é a única possibilidade tendo em vista a ausência completa de traduções diretas e a falta de familiaridade do autor com a língua alemã. No original, onde se usa a palavra *diseño*, utilizaremos design como tradução mais próxima.

da produção capitalista ao se delinear uma sociedade de massas (Foster, 2003), e comentários percebidos como negativos a respeito dos efeitos da produção industrial não são frequentemente incentivados.

De qualquer maneira, o encontro com tal pensamento nos dá a oportunidade de navegar os enunciados emancipatórios no design sem a ilusão de que eles sempre passaram incólumes sob a práxis, atuando de modo silencioso num sentido de dominação oposto ao que aparenta — ao menos desta vez podemos dizer que houve uma desconfiança sistemática a respeito destas proposições, partindo do próprio campo do design. Os elementos desta crítica, materialistas em origem, são diretos mas não superficiais. O argumento central parece ser uma forte e justificada dúvida quanto à possibilidade emancipatória da prática projetual.

Função social do desenho

A edição espanhola consultada inclui um prefácio de Jaume Lorés, que inaugura sua resenha mostrando logo de início a seriedade da crítica. Reconhece que:

“Realmente o design de hoje vive de uma “utopia”, pejorativa desta vez², falsa e ideológica, que reside na confiança cega de converter a indústria à “função social do design”.” (Lorés, 1975 In: Ideología y Utopía del diseño. p. 6)

Para ele, é evidente que o discurso em torno do design é carregado de ideais românticos sobre sua finalidade. Trata-se de discurso floreado, idealizado, acreditando na possibilidade de que a correta prática do desenho industrial pode levar a indústria a operar uma libertação simbólica dos homens. Tais afirmações se repetem desde o começo do desenho industrial, raramente aceitando algum indício de autocrítica de seus valores, dogmas ou pressupostos básicos. Entende-se que todos esses valores culminaram na sistematização teórica da “boa forma”, do “bom desenho”; e a cegueira

2 Neste trecho, Lorés utiliza propositalmente um sentido negativo da palavra utopia que não é o defendido por Selle. As sutis diferenças entre ideologia, utopia e utopia concreta, como discutidas por Selle a partir da leitura de Karl Mannheim, serão debatidas posteriormente, visto que há na obra um subcapítulo dedicado inteiramente a estas questões.

crítica com a qual os teóricos do campo se armam contribuiu para elevar este bom desenho à categoria de dogma.

“O design nasceu com conotação progressista, como elemento da vanguarda social e cultural. Este fato histórico funciona, na prática, como um dogma metafísico, como um “a priori” teórico. Todo design, por ser design, se cumpre com as leis da boa forma.” (op. cit., p. 7)

Como primeiro apontamento sobre a falsidade da premissa de que há uma função social que o design deve cumprir, Selle então afirma, à sua vez, que toda a prática centenária do desenho industrial ainda não foi capaz de cumprir tal finalidade — visto que ela é defendida ainda como objetivo inalcançado — mesmo gozando de plena unanimidade nas correntes teóricas e práticas até então. Se é verdade que há um sentido último de emancipação que os projetos de design devem cumprir coletivamente, a que distância estamos de alcançá-lo? Quanto já caminhamos em direção a este objetivo, depois de mais de cem anos de projetos de design?

Continua então o tom crítico-provocador, ao reconhecer que muitas das abordagens teóricas do campo se ocupam excessivamente com definições, que acabam assim variando amplamente. Tal amplitude permite a validação de uma variada gama de práticas ligeiramente ou radicalmente diferentes; cada autor justifica sua definição por uma prática correspondente, enquanto ao mesmo tempo justifica tal prática como consequência lógica da definição elementar citada, levando a uma polivalência que mais parece servir como ferramenta de justificação do que como fértil pluralidade. Dentre tais definições, algumas amplamente difundidas são de ordem técnico-pragmáticas, até positivistas; a saber, aquelas que consideram o design como essencialmente o campo de mediação entre o homem e sua realidade material. Apresenta uma hipótese para explicar o fenômeno:

“Em todo caso, é compreensível a tendência dominante na literatura especializada de reduzir a definição do design em um sentido positivista. Com efeito, ao especialista basta uma noção do design capaz de integrar-se sem maiores dificuldades aos processos de planejamento da produção e sua estrutura técnico-racional.” (Selle, 1975, p. 35)

Segundo Selle, a falta de crítica estrutural sobre o desenho de produtos legitima a estrutura de poder da indústria. Enquanto isso, a formação criticamente pobre dos designers os coloca a perseguir uma “função social do desenho” que ingenuamente acredita ser possível resolver problemas estruturais do capitalismo (como a distribuição de renda, miséria extrema, entre outros) com uma correta configuração de aspectos formais-funcionais de objetos de uso produzidos industrialmente. Em outras palavras, a perseguição desta função social traveste de solução o industrialismo capitalista que na verdade é, em si, o problema.

O problema da crítica

A fim de resgatar a possibilidade de revisão estrutural dos fundamentos ideológicos da indústria, o autor opõe conceitualmente duas formas de crítica dentro do campo do projeto: uma centrada nos produtos, a que tem sido praticada mais largamente, e uma centrada no design enquanto atividade teórico-prática, que é praticamente nula quando não praticada por enunciadores externos.

“Uma crítica do produto que se atenha aos critérios da práxis vigente do design e da produção, ou seja, que pressuponha determinadas motivações e objetivos do planejamento de produtos como corretos e socialmente desejáveis, não pode de maneira nenhuma contribuir com a solução da problemática social do desenho de produtos. Geralmente, chegará à tão fundamental congruência com as relações sociais existentes, que somente investigará as variantes funcionais e formais dos produtos e as comparará de acordo com um critério utilitário pré-estabelecido. [...] efetivamente, não se opera nada mais que uma classificação das mercadorias. O mesmo procedimento crítico, na medida em que se limita a determinar algumas vantagens e desvantagens, pode facilmente servir à adaptação do usuário ao objeto criticado, ao qual, em seu conjunto, se presta uma legitimação.” (op. cit., p. 39)

A crítica dos objetos da indústria, quando articulada apenas sobre os aspectos formais e funcionais não é apenas inerte, é danosa³. Ao colocarmos os produtos da indústria como reduzidos à estas dimensões, estamos endossando uma crença de que a problemática social das mercadorias pode ser resolvida através da correta seleção de seus atributos objetivos. Assim, o campo do design, ao paulatinamente relegar à crítica este limitado espaço de atuação, reafirma em mais um nível a tese da necessidade de cumprimento de uma função social da indústria. Se crítica, para os designers, continuar sendo apenas essa análise comparada de predicados mensuráveis de objetos, todos no formato mercadoria, continuaremos acreditando que a coisa ética a se fazer, enquanto projetistas, reduz-se à correta configuração dos produtos da indústria. Em oposição, uma verdadeira crítica do design deve virar-se à sua teoria. Deve investigar hipóteses como a de porque o desenho industrial se encarregou até hoje de manter os interesses dominantes. “Deve desmascarar a falsa opinião segundo a qual a atividade do designer estabelece um justo equilíbrio entre os interesses do produtor e do usuário” (op. cit.).

Como medida terapêutica contra as sequelas da revolução industrial (alienação do trabalhador, desigualdade e conflitos sociais), o desenho industrial tem se mostrado cada vez menos eficaz (op. cit.). Por isso Selle defende a crítica teórica — uma metacrítica do design, em oposição à uma crítica pragmática — como necessária para qualquer intenção de transformação social. Para ele, qualquer crítica teórica é necessariamente mais ampla que uma crítica pragmática. No entanto, e sobretudo num campo tão contaminado pelo pragmatismo como o campo do projeto de produto, realizar críticas profundas é bastante difícil. Frequentemente se objeta, por exemplo, que a crítica teórica não dispõe de critérios de valor objetivos. A esta interpelação deve-se demonstrar a posição social de qualquer teoria, ou seja, deixar claro que nenhuma teoria é construída a partir de um lugar neutro, isento de poder.

3 Poderíamos atualizar este apontamento ampliando-o também para aspectos simbólicos, emocionais ou sociais, aspectos do produto que têm sido citados mais largamente na atual discussão do desenho industrial. Mesmo quando não admitem mensurabilidade objetiva (apoçada nas técnicas psico-demográficas do marketing), a utilização de tais designações pressupõe que a manipulação e controle deles alcança um efeito no usuário ao menos parcialmente previsível. Um exemplo disso é o trabalho contínuo das equipes de estratégia de comunicação e branding, atividade bilionária em grandes multinacionais como a Nike, que consiste em identificar elementos de desejo latentes em grandes parcelas populacionais, e então manipulá-los com o máximo de precisão para persuadi-las que algum produto é o necessário e suficiente para a satisfação. (Fontenelle, 2002)

Além disso, tais critérios objetivos que a crítica pragmática se orgulha de ter à disposição, em geral, não passam de dogmas e suposições apriorísticas, aceitos como verdadeiros sem contestação, e que tal aceitação destes como valores metafísicos é em si um movimento político.

“Se a crítica da teoria do design, a qual desemboca em uma teoria crítica do desenho, tem alguma razão de ser, é para estabelecer, frente a este aparato de poder, um acordo público sobre o “valor” do desenho, pois este aparato persiste com obstinação em suas aspirações de estabelecer uma teoria social [...]

É certo que uma teoria crítica do design apenas poderá mostrar com exatidão científica o que, socialmente falando, é correto, necessário e verdadeiro. Nisso reside a debilidade desta teoria, que facilmente pode decair em uma incomprometida filosofia do design, incorporando-se como tal ao conjunto das ideologias, se não aborda a realidade em um grau maior do que tem sido o caso até os nossos dias.” (op. cit., p. 41 - 42)

Neste trecho, o autor entra num campo de excessivo idealismo, ao acreditar que na possibilidade de estabelecer uma teoria ética do desenho que seja científica, neutra e verdadeira, que de alguma maneira se refira a valores metafísicos. Acusa todo o atual pragmatismo de operar um moralismo inerte, ancorado por ideias falsas, ideológicas, no entanto sem notar que, ao propor uma teoria crítica verdadeira, cai na mesma armadilha conceitual. Sem ressalvas, empresta a credibilidade da ciência para defender que é possível, através de um método dialético, alcançar aquele conjunto de valores que, sem dúvida, são corretos em si, para todas as pessoas em todas as situações. O que nos leva ao questionamento: o que restará à tarefa crítica quando tais valores forem alcançados? Não ficará reduzida à uma análise de práticas, limitada apenas à validação instrumental do alinhamento ou não alinhamento de seus aspectos conforme estes valores universais, reduzida à uma prática que ele próprio já identificou como uma crítica pragmática, inerte? Selle parece defender, de fato, uma nova ideologia hegemônica, diferente da atual apenas pela orientação materialista histórica; mas, de qualquer maneira, ideológica e dominante, exatamente por fazer acreditar não ser ideológica, estar ancorada em valores universais. O

marco de uma reviravolta no poder é a teleologia revolucionária que o autor chama de “ressocialização do desenho”; e dentro deste quadro, a crítica estrutural só é desejável e necessária enquanto se denuncia uma hegemonia que não é a de suas próprias ideias.

Ideologia e utopia

O problema do “como, para quê, para quem se desenha” é evocado frequentemente no campo especializado. Podemos resolvê-lo com categorias que apenas reafirmam as históricas estruturas de dominação, ou partir dele para conceber novas formas de pensar que se orientem claramente contra tais estruturas. Para diferenciar tais atitudes é necessário movimentar um pensamento utópico. (op. cit. p. 44)

A partir de uma leitura da obra de Karl Mannheim, e relacionando Habermas e Marx, Selle defende a definição de ideologia como sendo um conjunto de concepções de mundo (representações mentais) operando no interior de um “sujeito pensante”; um conjunto de ideias necessariamente falso, que é injetado de fora para dentro neste sujeito, num processo forçado e violento que, apesar disso, passa despercebido a ele. Para combater tais ideologias, é necessário que um certo processo tome forma:

“O processo de conscientização⁴ das noções reais e suas coerções constitui, portanto, um processo de aprendizagem que confronta a realidade às concepções anteriormente vigentes desta realidade, a fim de corrigir estas últimas. Se este processo não acontece, segue prevalecendo a falsa consciência da realidade.” (op. cit., p. 44)

Mais uma vez, chegamos em um sistema de verdade que, aparentemente, diferencia as concepções falsas das reais apenas por sutilezas semânticas. Quando o sistema de ideias que está sendo transmitido corresponde às concepções do autor — no limite, quando é ele que opera a formação de um conjunto de ideias no “sujeito pensante — devemos chamar este processo de conscientização. Quando, ao contrário, outro agente,

4 Na edição espanhola, lê-se *concienciación*.

em especial um alinhado com as forças hegemônicas de dominação, pratica a mesma ação, devemos entender que ali opera um processo de formação de ideologia, um processo necessariamente violento e forçado. Vale notar, neste sentido, que mesmo no melhor julgamento possível daquele sujeito totalmente imerso numa concepção sistemática, embora falsa (uma ideologia), sua concepção de realidade é completamente alinhada com a realidade mesma. Portanto, não é a certeza plena de que tal representação do real se alinha perfeitamente com o real verdadeiro que serve como critério para a validade dela — esta certeza estará sempre presente, mesmo que não se disponha, em absoluto, de maneiras diretas de estabelecer pontos de contato com este real verdadeiro. Ao contrário, é uma fé apriorística nos próprios métodos que condena todas as suas conclusões ao estatuto de verdade, e as diferenças entre esta autorreferendada consciência e aquela encontrada na figura do Outro é suficiente prova de falsidade das crenças alternas.

“[É necessária] uma aproximação com as categorias que permitem desmascarar uma ideologia, tal como nos proporciona Werner Hofmann quando define a ideologia como “opinião falsa que assegura as relações sociais de poder”.” (op. cit., p. 51)

Depois de construir uma imagem do verdadeiro dependente apenas de seu melhor julgamento, e opor à esta imagem a definição de ideologia, Selle ocupa-se da definição de utopia. Para ele, apesar da semelhança formal entre ideologia e utopia — ambos constituem representações do ser político — ideologias são representações que nunca se realizam, enquanto utopias chegam a transformar o sujeito histórico durante o próprio processo de representação, e no sentido histórico de sua representação. Neste momento, passa a reconhecer a dificuldade dessa distinção: volta-se ao problema da fixação dos critérios de valoração em algum ponto arbitrário, o que em casos específicos sempre flutua demais em contingências sócio-históricas.

Ainda assim, desdobra o conceito de “utopia concreta” a partir do pensamento de Ernst Bloch, que refere-se tanto à utopia quanto à sua chance de realização, como uma das várias possibilidades do real. Afirma que um olhar criterioso ao passado dá ferramentas precisas para a distinção entre utopias, ideologias e utopias concretas. Na visão do autor, os movimentos utópicos constituem a única possibilidade de transformação das relações sociais e, para demonstrar a pertinência das utopias sociais para o campo do projeto, as relaciona com movimentos históricos do design, tanto no nível da configuração

de produtos quanto no nível do pensamento projetual. Encerra o capítulo criticando a concepção corrente de criatividade como instrumento do poder industrial; no entanto, sem deixar de reservar espaço para uma versão positiva do conceito:

“Na linguagem especializada do design, geralmente se entende por criatividade uma faculdade instrumental disponível em qualquer momento e capaz de desenvolver sugestões sobre novas variações de produtos em um dado quadro produtivo, variações que são indispensáveis para a manutenção do mecanismo de produção e consumo.

Sob outro ponto de vista, mais legítimo histórica e antropologicamente, a criatividade pode se definir como a faculdade que caracteriza uma atitude social prospectiva capaz de revelar, apreender ou criar figurativamente possibilidades emancipadoras. Esta faculdade comporta immanentemente um caráter utópico e se manifestou diversas vezes na utopia social concreta do design.” (op. cit., p. 48-49)

Em mais esta ocasião, o pensamento de Selle parece se dar em um movimento de duas mãos: em um primeiro momento, critica hábitos e enunciados correntes, classificando-os como elementos essenciais da estrutura do poder hegemônico, para logo depois identificar versões desejáveis dos mesmos enunciados como atitudes desejáveis, corretas e libertadoras. Neste sentido, parece colocar em jogo sempre pares de conceitos, um direto e outro refletido, degradado — respectivamente, utopia e ideologia, projeto e programação, a criatividade estrutural e a criatividade formal — localizando sempre estas degradações no capitalismo industrial. Apesar da agudeza e refinamento da crítica que opera, parece se reservar da radicalidade que tais questionamentos podem trazer quando considerados em toda a sua envergadura. O risco dessa abordagem é o de operar uma inversão que somente substitua valores superficiais do discurso hegemônico, em vez de desconstruí-lo em toda a sua inevitável contingência.

O fenômeno da “boa forma”

O bom desenho constitui nada mais que uma imagem construída de todas as motivações e objetivos dos movimentos que aconteceram no processo histórico de formação da teoria do design, com exceção daquelas motivações e objetivos que não se

deixam conciliar com a tradição “burguesoidealista”. (op. cit. p. 133). Considera-se uma teoria unificada, sintetizadora e conclusiva, mas na realidade é articulada em concepções subjacentes, atitudes valorativas enraizadas na tradição racionalista. Ainda que a “boa forma” se transcreva em diretrizes relativamente precisas, ela é obscura naquilo que lhe é essencial: suas fundações teóricas. Em sua circulação originalmente restrita ao círculo dos especialistas, se sustentava apenas porque era mantida institucionalmente, através das academias.

No entanto, a partir do fim dos anos 60, se constituía nos países europeus um considerável aparato de publicidade em torno da ideia da boa forma, que encarregava-se de controlar e manter seus desdobramentos como argumento de venda, escondendo que nada se sabe de objetivo a respeito dela, nem se pode explicar suas repercussões. Selle demonstra tal força publicitária citando, como exemplo, o texto de persuasão da empresa Olivetti, à época, quando envolvia seus produtos em torno de uma aura intelectual do desenho racional:

“A Olivetti é uma das poucas empresas que percebeu desde o início que a indústria pode e deve assumir responsabilidades sociais e culturais dentro da sociedade. Esta consciência se reflete no desenvolvimento da produção, no desenho dos produtos, no marketing, na arquitetura dos edifícios da Olivetti, na publicidade, nas atividades públicas e nos benefícios sociais destinados a seus colaboradores.

A filosofia que perpassa tudo isso é o estilo Olivetti.”

(Olivetti, apud Selle, p. 136)

Nesta visão publicitária afirma-se, sem espaço para contestações, que a boa forma é como um estilo a ser consumido, um estilo necessariamente melhor que outras linguagens de produtos, por sua conotação de bom gosto relacionado à racionalidade. Através da linguagem persuasiva da publicidade, interessa criar o desejo de consumo justificado pelo estilo do bom desenho⁵. Por confiar num critério sensível de qualidade, este estilo se configura como valor de uso na sua existência enquanto mercadoria. Por isso, sublima-se apenas na dimensão mercadológica do objeto, e não objetivamente. Mesmo

5 Além da Olivetti, são claros exemplos do uso do discurso da boa forma como argumento de vendas o caso da Braun nos anos 60, e, mais recentemente, o caso da Apple sob o comando de Steve Jobs.

assim, o designer funcionalista crê, mesmo sem demonstrar objetivamente, que é capaz de comunicar, pelas leis sintáticas da figuração e da pregnância, todo o uso, incluindo os menores detalhes de operação, do objeto pronto. Constitui-se um processo formativo, pelo qual o objeto comunica, através do seu desenho, sua finalidade. Tal ideal de significação imanente dos produtos não deveria produzir formas resistentes à modificação constante que desde o começo foi praticada na indústria?

No entanto, numa cultura de massas, as significações dos objetos dispõe apenas as chaves interpretativas presentes no código corrente, e o objeto “boa forma” que nega a estética do styling, por exemplo, corre o risco de não ser compreendido como tal pela maioria dos consumidores, que não foram treinados na chave funcionalista. Em outras palavras, a compreensão destes conceitos constitui um privilégio de formação, e os teóricos que universalizam esta experiência subjetiva tendem a tratá-la como faculdade humana apriorística. Selle identifica-se aí movimento ideológico, por constituir-se um fenômeno afetivo, fetichista. O poder econômico, ao identificar-se com esta busca afetiva, sabe operar tais características dentro do mercado com o objetivo de gerar apelo de consumo.

Pergunta-se sobre tal crença no poder auto-explicativo dos objetos da indústria, e sua real possibilidade de dar poder ao consumidor:

“Continua em aberto, no entanto, o questionamento se o que nesse contexto se valoriza como filosofia corresponde ao que historicamente se concebeu no interior da teoria social do desenho, ou se melhor se põe em jogo o que Bloch denominou a “filantropia do explorador”. Se acreditarmos nas melhores intenções dos produtores e designers em respeito à sua filosofia, teremos que reconhecer como premissa desta atitude sobre a função social da indústria uma confiança nas possibilidades humanizadoras que o design é capaz de realizar sob uma referência “neutra” da produção industrial[...]” (op. cit., p. 136-137)

Exatamente no ponto da neutralidade insere-se a crítica. Tende-se a acreditar que, separada de contingências sócio-políticas, a indústria torna-se aparato técnico neutro, através do qual o designer pode realizar seus desígnios e utopias. Para Thomas Kuby, citado no trecho, tal neutralidade é ilusória, não passa de produto de um revestimento

ideológico, de uma ilusão interiorizada. O movimento da boa forma, então, revela-se como produto de um contexto histórico-político bastante específico, como ferramenta estratégica numa Alemanha que, num contexto de liberalismo econômico, precisava competir com a indústria norte-americana, de altíssima produtividade, ao mesmo tempo em que competia com os países de recente industrialização, que ofereciam baixos preços como consequência da mão de obra barata. A saída era diferenciar-se através da oferta de qualidade, mesmo que esta oferta configurasse apenas um elaborado artifício de dissimulação.

“[A concepção da boa forma] se sustenta através da propaganda, renovando constantemente sua corrompida promessa de utilidade. Esta situação não é, no entanto, mais que um indício que põe em evidência até que ponto esta concepção é necessária para o encobrimento das relações reais — e também, até que ponto as instituições supra-estruturais do design necessitam dela para legitimar sua própria existência.” (op. cit., p. 140)

A vontade manifesta de conciliar a qualidade propagandeada com a qualidade dos valores de uso configura a chamada “função social do design”, que se vê envolta em justificações econômicas (como a criação de empregos e o desenvolvimento industrial no terceiro mundo). Esta orientação econômica demonstra que tal vontade aparece como tácito acordo com o *establishment*. Frequentemente, o discurso da escola funcionalista assume estes objetivos diretamente, enquanto também defende outros mais subjetivos, como a capacidade dos objetos de consumo de operar uma transformação humanística através de seu próprio contato com os usuários. Sobre esta última, Selle opina:

“Derivar uma função social positiva e uma eficácia formativa pelo contato casual com essa boa forma não seria mais que uma ficção.[...] A suposta produção de bens culturais se revela como a produção de fetiches de consumo. Esta conclusão parece ter sido alcançada também pela crítica “não-marxista” do design.” (op. cit., p. 143)

Cultura de consumo e consumo de cultura

“As promessas sociais do design, a saber, a possibilidade de satisfazer as necessidades estéticas e culturais dos consumidores, não se cumprem; ademais, elas se revelam em última análise como um instrumento encobridor da práxis da produção, que tem por objetivo a manutenção das relações estabelecidas.” (op. cit., p. 154)

Não é o usuário que se aproxima dos produtos de design, num movimento autônomo, levando a cabo a apropriação cultural; mas, ao contrário, é o produto que se impõe a ele e, apoiando-se naquelas normas do consumo — o styling, a inovação contínua, e a publicidade — começa a impor o exato oposto de uma satisfação cultural das necessidades: uma contínua dependência (op. cit. p. 146). Isso demonstra que, ao contrário do que afirma a fé teórica de certos profissionais, a moral do desenho não tem necessariamente repercussões positivas. A objeção de que, em todos os casos, a boa forma será culturalmente neutra, só se pode sustentar como subjetivamente correta, ou seja, com base em uma compreensão subjetiva de seu significado.

Ao sujeitar a cultura ao mercado, admitindo a criação de “bens de consumo culturais”, permitimos que estes assumam posição de prestígio, que tornem-se assunto de prestígio. A massificação torna a cultura volátil e frágil, sujeita às interferências das leis de mercado. “Quando o uso de bens culturais se converte em assunto de prestígio, o significado destes bens não permanece intacto e a cultura mesma se converte em “ideologia”.”(op. cit. p. 148-149). Em suma, a harmoniosa e pacífica relação entre bem cultural, bem de consumo e mercadoria só existe plenamente na teoria neoliberal.

De fato, opera já no capitalismo industrial um fenômeno de inversão da relação entre necessidade e satisfação. Admite-se, em geral, que as leis da oferta e demanda tornam proibitiva a produção de bens em quantidade superior à demanda identificada — tal afirmação, demasiadamente ideológica, se ocupa de manter a ilusão de que há um decisivo poder no ato da compra, detido pelo consumidor que, em análise superficial, decide livremente. No entanto, ignora-se os efeitos do controle que a publicidade exerce diretamente sobre os consumidores; caso fosse verdade que a decisão final de compra é totalmente controlada pelo comprador, não haveria sentido nos enormes volumes de dinheiro gastos em anúncios; além disso, estamos habituados com as falas dos departamentos de marketing, por exemplo, ao afirmar que uma determinada quantia

investida em publicidade causou uma porcentagem de aumento nas vendas, em certo período de tempo. O controle exercido pela indústria sobre o nível de consumo dá conta de inverter totalmente a lógica do arbítrio consciente do consumidor: em análise global, quanto mais a indústria foi capaz de aumentar sua produção, através do avanço tecnológico, mais se viu obrigada a criar a necessidade de consumo através das técnicas de persuasão. Historicamente, não foi um aumento da demanda ancorado em genuínas necessidades que forçou o mercado a aumentar a oferta de produtos industrializados, mas sim o exato oposto: o desenvolvimento das forças produtivas dentro do contexto capitalista causou uma necessidade de criação de demanda que foi instrumentalmente atendida pelas técnicas publicitárias⁶.

À estas técnicas de dissimulação se somam as atitudes projetuais do styling, o que prontamente identificam os teóricos do desenho como fenômeno de erosão, de degradação do design. Quando reconhecem que o gosto do consumidor, em geral, se alinha mais com tais valores degradados, geralmente ao defender um sentido original e politicamente positivo do design, estes teóricos frequentemente propõem que a solução reside numa questão de educação do gosto das massas. O que, caso fosse feito pela aparato de convencimento de eficácia mais extensamente provada — a publicidade — não demoraria a substituir os valores estéticos extravagantes do styling pelos sóbrios do funcionalismo, num movimento não menos violento do que o que já conhecemos. Os designers funcionalistas teriam então que, violando seus princípios éticos, trabalhar continuamente na revisão superficial de versões desnecessárias de seus produtos, obsoletas já no momento de lançamento; porque, dentro do contexto da indústria capitalista, não há espaço para uma mercadoria definitiva. Há inclusive casos (Olivetti, Braun, Apple, entre outros) em que a publicidade elege a estética funcionalista como linha argumentativa, mas não deixa de anunciar cada novo produto, a cada semana, como uma revolução tecnológica de proporções inéditas, deixando todos os anteriores automaticamente obsoletos.

Ainda sobre as práticas da publicidade, Selle cita Thomas Kuby:

6 Apresenta-se aqui apenas uma visão materialista-histórica da ideologia da autonomia do consumidor. Esta não chega perto de esgotar as possibilidades críticas do tema. Para uma visão das transformações sofridas recentemente por esta ideologia, informada pela psicologia social mais recente, recomenda-se o artigo “O fetiche do eu autônomo”, de Isleide Fontenelle, citado nas referências deste trabalho.

“O desejo dos consumidores de comprar resulta de uma necessidade de segurança fundada na angústia; se esta tese é correta, cabe conjecturar que a presunçosa afirmação do industrial design, segundo a qual os produtos por ele projetados satisfazem as necessidades estéticas e culturais dos consumidores e dirigem-se a seu gosto, correspondem à um caráter ideológico.” (op. cit., p. 152)

A publicidade cria uma expectativa nos consumidores aportada numa representação individual comparativa fundada no sentimento da angústia⁷. Os sujeitos individualizados da sociedade capitalista revestem suas mercadorias de valores subjetivos para compará-las como representações de si — o sujeito tem tanto valor como indivíduo quanto, por exemplo, o seu carro como mercadoria. As decisões de compra são, no mais das vezes, informadas apenas pelo desejo reflexivo de experimentar a gratificação pessoal que tal item gerou em outro indivíduo (vemos esse movimento frequentemente na publicidade infantil). Neste regime, qualquer renúncia possível ao consumo ameaça imputar graves penas de desqualificação social.

Alegar a soberania da livre vontade sobre as decisões de consumo é um disparate. Em uma cadeia produtiva massificada, não se leva em conta as necessidades individuais reais⁸, mas sim representações mercadológicas mediadas pelas ferramentas psico-demográficas do marketing. Pouco importa se, posteriormente, tais representações se configurem em reais desejos dos homens, ou mesmo que sua satisfação os atinja com autêntico gozo — elas não deixarão de ser necessidades fabricadas cumprindo funções de dominação, produtos de uma sociedade cujos interesses dominantes exigem a opressão. A utopia social do design que se coloca em jogo mais frequentemente não abandona certas crenças-chave para estrutura de poder da indústria, e assim propõe mudanças que não passam de revestimentos superficiais da ideologia dominante.

7 Selle comenta o sentimento de angústia em questão apoiado num conceito de reificação que tem origem na tradição crítica marxista, um conceito concebido por Georg Lúkacs no texto “A reificação e a consciência do proletariado”, presente na bibliografia deste trabalho.

8 Voltaremos a este assunto quando levarmos em conta o movimento de customização e produção flexível, que tem sido praticado pela indústria mais recentemente, sob a luz da crítica que Hal Foster faz da confusão sujeito-objeto inaugurada nas representações de si encarnadas na mercadoria.

Estética da mercadoria

“A crítica fundamental ao design atual remete, além a ideologia da produção social do design e do valor cultural dos produtos desenhados, às relações econômicas que possibilitam a criação dos objetos e impõem suas repercussões.” (op. cit., p. 158)

Quando as mercadorias são trocadas mediante a forma dinheiro, a mesma troca se separa em dois processos análogos: compra e venda. Ao comprador só interessa o valor de uso da mercadoria, enquanto ao vendedor interessa apenas o valor de troca — o valor de uso só o interessa na medida em que serve de suporte para a manifestação do valor de troca, e sua equivalência em dinheiro; ou seja, só interessa como aparência de valor de uso, porque é a partir dela que consegue barganhar o maior valor possível. Daí, Selle sustenta que, no contexto mercantil, a produção acontece em dobro: primeiro se produz o valor de uso da mercadoria, depois se produz uma aparência que reveste este valor de uso. Esta aparência tem a mesma duração que o valor de troca, esvai-se no momento em que se conclui a troca, quando assume seu lugar o efetivo valor de uso. No entanto, não é sem função nesta relação, aparece quando o comprador presume na mercadoria seu valor de troca, e, no papel de melhor representação possível, assume o lugar de matriz comparativa para a equivalência em valor de troca. Este movimento cinde o aspecto estético da mercadoria em dois: aparência sensível e presunção do valor de uso.

O valor de troca superdimensionado dá ânimo a uma série de distorções sociais no circo esquizofrênico a que chamamos mercado. Habermas defende que esta crença de que a linguagem dos produtos deve priorizar a aparência do valor de uso acaba esterilizando a sensibilidade em geral. Inclusive a sexualidade é posta a serviço da mercadoria. Neste contexto, nem mesmo o produto “boa forma” pode diferenciar-se do fetiche mercantil.

“A este fim se utiliza um ferramental fundado na base de conhecimentos sociológicos e psicológicos. A investigação do mercado e da opinião pública, o planejamento das mídias, a psicologia da percepção e do comportamento, assim como a investigação das formas persuasivas, tratam de descobrir as pseudonecessidades presentes em determinados grupos sociais. A partir disso, se reveste a mercadoria de acordo com

todos estes conhecimentos adquiridos pela psicologia profunda e se configura sua aparência externa de acordo com as ilusões e complexos descobertos nos compradores. Para esta operação, é necessária a contribuição do designer. Com efeito, neste processo o desenho se converte irremediavelmente em styling, em uma pura cosmética da forma, cuja tarefa se reduz à imagem, ao imperativo da inovação e aos efeitos persuasivos.” (op. cit., p. 161)

Funcionalismo e pseudocrítica

Em última análise, são as relações econômicas que decidem o destino do projeto de produtos. As teorias do design servem apenas como revestimento falso, como encenação de determinação neutra e racional dos atributos que configuram o produto. Para Selle, o funcionalismo é um malabarismo teórico, uma manobra pseudocrítica, uma tática avançada de encenação. Louis Sullivan, Adolf Loos, Vladimir Tatlin, e posteriormente as ideias consolidadas na Bauhaus e na escola de Ulm, todos estes, para Selle, contribuíram para uma concepção essencialista do desenho industrial. Dos anos 60 em diante, esta concepção funcionalista, que se reconhece como síntese de toda esta tradição, passa a predominar na indústria.

Cita então uma entrevista com Werner Nehls, onde ele revela o caráter pós-histórico⁹ do funcionalismo:

“Todos os funcionalistas apresentaram a ideologia como algo pretérito e superado. Supõem uma concepção absolutamente falsa de ideologia. O que necessitamos não é nada mais que uma nova ideologia para um novo desenho do meio ambiente.” (Nehls, apud Selle op. cit., p. 167)

Em coerência com a concepção de ideologia que coloca em jogo anteriormente, Selle recusa a necessidade de se estabelecer uma nova, de matriz ecológica:

9 Nehls refere-se a uma tese da pós-história inaugurada por Marx, em “O 18 de Brumário de Luís Bonaparte”. Para uma discussão atualizada sobre este tema na ideologia capitalista, e suas repercussões afloradas durante a crise de 2008, recomenda-se “Primeiro como tragédia depois como farsa”, de Slavoj Žižek; e para entender seus desdobramentos no campo do projeto, “A crise do design”, de Giulio Carlo Argan, ambos presentes na bibliografia.

“Esta nova ideologia conhecemos muito bem. Sua expressão é a “soft-line” do corpo diferenciado da mercadoria, o atrativo dos objetos de consumo. [...]

Em seu conteúdo, esse conceito realmente significa o oposto do funcionalismo e — como tantas outras ideologias — também contém alguma verdade. [...]

[No entanto, o desenho funcional dos produtos] só pode ser eficaz se baseado em uma tomada de consciência dos usuários que todavia não existe. Nesta medida, a utopia também incentiva o funcionalismo, enquanto projeção de uma fantasia figurativa e de uma imaginação sociológica como a que se manifestou concretamente em Loos, Tatlin e Hannes Meyer, cujo caráter aparentemente paradoxal deve-se somente às suas formas estritamente racionais.” (op. cit.)

A boa forma, que esteve originalmente ligada de maneira indissociável ao funcionalismo, no início dos anos 70 foi se desenvolvendo em amplo campo autônomo, tornando-se argumento de venda. Por isso, a forma funcionalista não deve ser entendida simplesmente como transcrição literal e direta do valor de uso da mercadoria, como se defende; mas sim como representação da mercadoria em sua totalidade, e principalmente na sua significação particularmente elitista. Analisando seu desenvolvimento histórico, “funcionalismo e design podem se considerar em sentido estrito e concreto como tradicionalmente idênticos” (op. cit. p. 168).

A crítica superficial que se tem feito ao funcionalismo se concentra em apontar sua insuficiência comunicativa, entendendo a mediação semiótica como função complementar num produto, de importância tão grande quanto as de uso. Sugere o desenvolvimento de um hiperfuncionalismo, que levaria em conta não apenas as funções de uso, como também as projeções de sentido tratadas de maneira extremamente ferramental, fisiológica¹⁰. Assim como o funcionalismo tradicional, considera como extremamente danosos os desvios de razão figurativa (a excessiva ornamentação). Também ocupa-se de acusar o funcionalismo tradicional de desconsiderar necessidades individuais dos usuários, ao defender o modelo standard.

10 Pretende-se, até o desenvolvimento final deste trabalho, demonstrar que este referido hiperfuncionalismo (que no momento da escrita de Selle encontrava-se em estado embrionário) se constituiu historicamente como enunciado dominante na prática do desenho industrial contemporâneo.

Selle refere-se à oposição entre funcionalismo e “emocionalismo” que predomina no campo da crítica projetual, assim como descrita por Klaus Horn. Mas defende que, além desta oposição entre função técnica e função psíquica, uma possível dialética do design deveria incluir também a oposição fundamental da mercadoria: entre o valor de uso e o valor de troca. O que se resolveria a partir desta dialética horniana não seria de modo algum uma nova síntese da abstração técnico-racional com a emoção humana; seria, inevitavelmente — e a semelhança com o discurso atual, neoliberal, hegemônico no design não é acidental — a tomada dos desejos dos usuários como domínio utópico, sem levar em conta que tais desejos não tem origem autônoma: na maioria das vezes são determinados pela vontade do grande capital.

“A interferência na esfera privada se faz cada vez mais notável, a aparente felicidade na alienação fica cada dia mais promissora, e a atitude de expectativa ligada à ela se converte, como sempre sucedeu com o consumo, em norma e coerção.” (op. cit., p. 171)

Não por acaso, este funcionalismo emocional se aproxima estranhamente da estética da mercadoria, tanto no desenho volátil quanto na própria ética — no tornar-se jogo de sedução, objeto de desejo. Neste quadro, é fácil reconhecer que o desenho industrial cumpre sua vil utopia de concretizar os desejos fabricados dos usuários — o funcionalismo emocional se revela, então, como funcionalismo do valor de troca da mercadoria.

“As necessidades sociais e individuais não são cumpridas, e em vez disso se utiliza a indulgência das massas, estruturando artificial e artisticamente o mundo dos objetos, como se a sua alienação tivesse sido suprimida.” (op. cit., p. 172)

Design e Ciência

No desenvolvimento histórico do funcionalismo racional enquanto teoria de projeto, encontramos a HfG-Ulm consolidando uma concepção que a Bauhaus já indiciava, a de submeter os processos de projeto à uma metodologia de caráter científico. Esta consolidação veio da opinião de que as soluções adequadas requeriam uma prévia

elaboração sistemática, e de que, num contexto industrial de tecnologias cada vez mais sofisticadas, o designer não poderia se colocar como consumidor ocasional de ciência, e sim tornar-se ele mesmo um cientista — a prática de projeto deveria ser uma prática metodológica¹¹. Esta concepção utópica (aqui se usa a palavra utopia com o mesmo significado defendido por Selle) não resistiu às pressões do poder da indústria: a grande separação entre a pesquisa tecnológica e a área do projeto, nas empresas, tornou os designers-cientistas desnecessários.

“A atividade racional-funcional é, por sua própria estrutura, o exercício do controle. Daí que, sob esse critério, a “racionalização” das relações vitais seja equivalente à institucionalização de um poder político: a razão técnica de um sistema social de atividade racional-funcional não se dá conta de seu conteúdo político.” (Habermas, apud Selle. op. cit., p. 184-185)

À ciência se atribui uma qualidade de não ideológica, que, quando se reflete na configuração dos produtos — em meio à uma ideologia da função social da atividade projetiva, e sob o contexto industrial capitalista — manifesta um perigo ainda mais intenso: o de fundamentar e revestir sob o manto da objetividade uma prática que tem profundos efeitos sociais, mas que obedece à ordem do mercado e às determinações da indústria. Afirmar isso não significa negar a posterior propensão do design a desenvolver seu discurso emancipatório. Pelo contrário, a exemplo de Gui Bonsiepe, muitos designers-cientistas atribuem a si missão redentora. No entanto, tal movimento de cientificação tenta livrar-se de prévias concepções sob as quais o design tem necessariamente um caráter contextual, contingente. Tenta afirmar-se como resolvido, pronto, pós-ideológico, completo — como se toda a história do desenho industrial se constituísse em tentativas mal direcionadas de alcançar o que foi finalmente alcançado: a dialética funcionalista, objetiva, e sua missão emancipadora.

11 Num momento de consolidação do campo do design, podemos identificar neste movimento a vontade de se apropriar da plena credibilidade da qual já gozava a atividade científica na época. Uma problematização da vontade de verdade científica e da sua constituição a partir de um lugar de poder encontra-se nos textos de Nietzsche e Foucault presentes na bibliografia. Uma das características da tentativa de constituir o design como prática científica é a organização de suas práticas em categorias quase cladísticas, movimento que Selle já aponta criticamente na obra de Bonsiepe (op. cit. p. 186).

“A inocente esperança que se depositou nas possibilidades científicas de solução de problemas sócio-figurativos, visando a elaboração de alguns fundamentos teóricos para o planejamento, tem se mostrado falsa. [...] Existem modelos e normas sociais de problemática objetividade histórica que podem predeterminar as concepções científicas, de modo que as soluções por elas elaboradas podem ser “corretas” sob um ponto de vista metodológico e comportar, ainda assim, consequências sociais negativas.” (op. cit., p. 185)

Em suma, para Selle, a própria ideia de projeto (relacionada ou não com a produção capitalista) enquanto atividade de efeito social direto contém em si um índice que viola a ideia de livre-arbítrio em seu sentido mais radical¹². Ainda assim, não sucumbe a um pessimismo sem retorno, propondo a possibilidade da realização de uma utopia concreta do design — em que ele permanece vinculado a processos racionais de planejamento, mas que estes sejam submetidos a constantes validações sociológicas. No entanto, não indica meios de realizar tal controle sem constituí-lo como novo aparelho de repressão.

Semiótica e design

A semiótica que se aplicou até então na prática do design é uma semiótica que não se envolve com seus efeitos sociais, limita-se a uma finalidade de eficácia comunicativa para o uso ou para a manipulação de desejos. Tornou-se indispensável numa sociedade onde as mercadorias figuram disputando alguma parcela de atenção.

“Em um meio ambiente artificial que quase adquiriu um caráter impenetrável, a tarefa do desenho consiste precisamente em possibilitar aos usuários a “compreensão” do significado dos objetos e dos sistemas.” (op. cit., p. 187)

12 Esta é uma concepção que se aproxima muito da ideia de programação que Argan opõe a um projeto idealizado em “A Crise do Design”.

A figura de um “meio ambiente artificial”, uma vida urbana mediada por aparatos técnicos projetados, ergueu uma barreira técnica que dificulta a compreensão dos objetos em seu funcionamento. Neste contexto, a semiótica aparece como maneira privilegiada de orientar os usuários para certos significados. Já em Hartmut Seeger, reconhece-se que a forma austera funcionalista quase renuncia aos significados que referenciam-se a coisas externas ao objeto. Espera-se uma utilidade semântica, uma comunicação de utilidades complementares, mas a renúncia funcionalista tenta nulificar estas utilidades; nessa tentativa exercita-se, na verdade, uma “semântica negativa”, porque, para a semiótica, não existe objeto isento de significado; não existe objeto que não é, ao mesmo tempo, signo.

Em consequência disso, Selle afirma que a semiótica aplicada atua na relação capitalista como esquema de enganação, dando insumos ao fetiche da mercadoria, e se opondo a uma significação transparente dos objetos em seu contexto sócio-econômico. Defende que este movimento acontece de forma consciente, porque caso os produtos comunicassem seus contextos com transparência, as incoerências da forma mercadoria seriam reveladas imediatamente, causando o desmoronamento das relações de poder atuais.

“Este acordo com a demanda inconsciente de significados complementares nos objetos constitui precisamente a antítese da teoria de compreensibilidade e transparência das relações entre o homem e os objetos. Pois é evidente que, enquanto mercadorias, esses objetos devem resistir à nitidez destas relações.” (op. cit., p. 188)

O autor refere-se a uma distorção intencional na leitura e consumo dos significados dos objetos. Para ele, a ferramenta semiótica não exerce necessariamente uma função de dominação, mas seu poder tem sido apropriado com este fim pela produção capitalista. Pode-se conceder um prêmio de boa forma à uma bomba atômica, por exemplo, por sua perfeição sintática e adequação semântica; e é por isso que defende que a dimensão pragmática da semiótica, historicamente esquecida, deve passar a ser privilegiada sob um regime científico, a fim de revelar em totalidade as relações que se dão entre produto e usuário.

“Uma pragmática de caráter científico deveria estimular, como diz [Georg] Klaus, uma análise sociológica, uma análise psicológica do comportamento, uma análise psicológico-linguística e, enfim, uma análise histórico-materialista.” (op. cit., p. 189)

Mesmo depois de denunciar o caráter deslocado da ciência no projeto, Selle parece reservar sua crítica apenas para quando ela aparece como norte metodológico. Dentro do contexto comunicacional, acredita que a ciência — em especial suas vertentes sociais — é capaz de revelar as sutilezas humanas mais profundamente escondidas pelo poder hegemônico. Daqui em diante exercita um discurso pragmático-positivista, defendendo que devemos perseguir a possibilidade de destruir os mecanismos de dominação para constituir uma nova cultura material, isenta das falhas do capitalismo industrial; e que tal transformação deve se dar através do desenho:

“A utopia social do desenho tem que advogar pela liquidação das normas falseadas de comunicação e criar, através do design, as premissas de uma comunicação livre dos imperativos do poder. Nesta medida deve buscar todas as possibilidades de romper a norma da conformidade com a mercadoria que falseia estes significados.” (op. cit., p. 190)

Design e comunicação de massas

“Sem dúvida, a comunicação que se estabelece na atualidade através da forma do produto e do meio ambiente constitui uma comunicação de massas. A questão é saber se, sob esta premissa, a utopia de uma comunicação e uma interação social livres dos imperativos do poder é uma concepção que transcende as possibilidades gerais de realização do design e o que hoje em dia se pode compreender sob esta palavra; neste caso seria necessário uma nova definição do conceito de design, ou pelo menos de seus objetivos e estratégias.” (op. cit., p. 191)

Mais uma vez, Selle transparece sua tendência de estabelecer conceitos universais, politicamente neutros e atualmente esquecidos a partir da constatação de suas versões degradadas correntes na atualidade. O design é um deles — em sua leitura, a maneira completamente perversa em que tem sido praticado não é nunca um indício de sua natureza inevitavelmente perversa; mas sim um vício atual, contingente e eliminável de uma prática originalmente pura. Nesta situação, o problema se resolveria com a simples readequação do termo ao seu sentido original. Assim, não abandona

radicalmente a ideia de um ethos emancipador da prática projetual, apenas atesta a distância que a época atual está dele.

Para entender se a prática atual do desenho industrial deve ser reformulada neste quadro, propõe um modelo analítico baseado no princípio cibernético dos “*feedback control systems*”¹³. Com isso, tenta julgar se o modelo da comunicação de massas realmente impediu o desenvolvimento de uma possível utopia do design, ou se no próprio núcleo deste modelo destacam-se aspectos estratégicos da dominação. Então, depois de extensa listagem de ressalvas contra o aspecto especulativo desse movimento, desenha uma série de diagramas mostrando o relacionamento entre indústria e mercado consumidor, relacionado à cultura e à mídia de massas, como um modelo de circuito: fechado, com suas partes inter-relacionadas em fluxos de troca *lavoisiana* de recursos.

“Este modelo ilustra a estreita relação que existe entre os interesses econômicos da produção e suas ideologias, revelando até que ponto se regulam quase “mutuamente” ou se corroboram no seio de um sistema estável de fluxos e refluxos informativos que tende à autorregulação frente aos desvios ou possíveis perturbações.” (op. cit., p. 197)

O equilíbrio é o estado natural do sistema cibernético. Cabe entender, em cada aplicação que se faz desse modelo, o que significa o equilíbrio; e Selle não deixa isso claro para a sua tese. Ao colocar o processo nesses termos, dá a entender uma plena inevitabilidade estrutural do sistema que está descrevendo, mesmo levando em conta todas as ressalvas sobre a imprecisão de seus termos. Afirma o lugar privilegiado dos produtores industriais como os únicos possíveis enunciadores do design, relegando ao consumidor apenas um feedback pontual e superficial sobre os produtos. Reconhece uma limitada extensão do papel formador de subjetividades da publicidade e da mídia de massa.

13 A cibernética foi um movimento desenvolvido nos EUA dos anos 50, a partir da apropriação da teoria do controle de sistemas elétricos no recém-nascido ramo da ecologia. De maneira simplificada, pressupõe uma análise de sistemas complexos reconhecendo-os no conceito do “*feedback control system*”, que prevê a interação mútua entre vários atores a partir da troca, entre eles, de recursos atomizados. A cibernética foi aplicada (frequentemente com resultados sociais controversos) em diversos campos além da ecologia, entre eles a teoria econômica, a psicologia social e a psicologia comportamental. Para um olhar crítico da circulação do discurso da cibernética e seus efeitos, recomenda-se o documentário “*All Watched Over by Machines of Loving Grace*”, presente na bibliografia.

É necessário o compartilhamento de uma alguma ideologia entre emissor e receptor da publicidade para ter a certeza da previsibilidade das reações sobre as mensagens. Há uma “certeza de controle” — um movimento indutivo que sugere que a atuação do marketing, do design e da publicidade será frequentemente previsível em seus efeitos. Levando em conta esta dependência ideológica, o autor conclui que a transformação desta realidade é impossível através do desenho industrial, deve ser feita a partir de uma atuação política.

Politização e ressocialização do design

No atual paradigma de produção, Selle conclui que qualquer utopia social é impossível de realizar-se através do design. Neste sentido, é essencial uma politização da teoria do design para exercer certa pressão política no setor produtivo; pressão exercida através dos métodos tradicionais da política, e não do desenho. Esta é a única maneira verdadeira de realizar a utopia de um meio ambiente “mais humano” — reverter os paradigmas industriais em vez de atuar no interior deles. A tentativa de responsabilizar o projetista pela sua atuação é ideológica, e, caso se coloque dentro desta sociedade de consumo, não poderá ter sucesso. Acreditar na possibilidade constitui o êxito fundamental do desenho capitalista: de constituir a sensação de fim das ideologias, fim da história como já notada por Marx. Converte-se o homem em objeto:

“O desenho industrial se introduz nas moradias, reveste todos os seus cantos com outras formas de vida através de uma retórica trivial e envolve setores cada vez mais amplos da sociedade, com a única promessa de proporcionar felicidade ao proprietário das mercadorias, sem nenhuma referência ao disfuncional, ao espontâneo, enfim, ao que transgride o estabelecido. E apesar de tudo se opõe ao kitsch, às formas pontiagudas e ao mofo repressivo, o que obtém o aplauso de todos aqueles que, indispostos a transformações mais profundas, se apressam a celebrar qualquer tipo de embelezamento.” (op. cit., p. 201)

Para o autor, o design que se insere no contexto dominante só pode reproduzir a dominação. Esta afirmação é acobertada por uma falsa consciência: projetistas que acreditam ser possível conduzir sua utopia de mudança social paulatinamente, trabalhando

nos interstícios do modelo capitalista sem opor-se a ele de maneira clara. Em vez de assumir a seriedade revolucionária da necessidade de transformação, preferem confiar nas já descreditadas leis de mercado somadas a uma conscientização dos consumidores atuando como indivíduos. Afirmam esta possibilidade apoiados na suposição de que, caso um certo produto industrial seja social e ambientalmente correto e os consumidores fossem capazes de reconhecer nele estes atributos, tomariam racionalmente a decisão de exercer seu poder de livre escolha o privilegiando no mercado, mesmo se seu preço final for maior; e que a eventual série de escolhas individuais se somariam para formar, na coletividade do consumo, um mercado auto-regulado alinhado com as necessidades ambientais. Esquecem-se (e não cabe julgarmos a intencionalidade deste esquecimento) que os mecanismos de formação de opinião pública (a “indústria cultural” e a publicidade midiática), aos quais seria necessariamente submetido este movimento de conscientização, são profundamente tendenciosos, em grande medida controlados pelo mesmo poder hegemônico que decide a produção.

Selle cita Buckminster Fuller e Gui Bonsiepe como exemplos desta mentalidade: ao defenderem um “desenho preventivo”, abrem espaço para uma ecologia social, um *social engineering*. Reconhece aí a natureza de controle social que assume o projeto quando envolvido com estas utopias de transformação gradual. A paralisia teórica que este pragmatismo estrito exerce acaba por consolidá-lo mais fortemente como não-ideológico no imaginário social: ainda que não tenha comprovado sua eficácia em casos concretos, assume que qualquer medida de transformação deve ser aprovada pelo crivo da prática. Centralizar a possibilidade de melhoria social na prática individualizada de cada designer — nos seus próprios julgamentos éticos — acaba por neutralizar qualquer tentativa de crítica mais profunda, reservando à ela (especialmente quando assume suas responsabilidades políticas de forma radical) um lugar de desconfiança ideológica. Enquanto isso exercita um discurso em que tal prática conformista constitui a única maneira possível de avançar em nosso estado civilizatório.

Design and Crime

Numa leitura contemporânea do fenômeno, informada pelos pensadores pós-modernos, Foster considera o design como ferramenta ubíqua da indústria: o saber-poder do capitalismo avançado, necessariamente subordinado ao marketing. Seu título parafraseia o clássico texto de Adolf Loos, *“Ornament and Crime”* — falando a partir do lugar da crítica de arte, assim como seu antecessor, não pretende defender alguma espécie de “essência” perdida da arte ou da cultura; mas sim criticar a utilização indiscriminada do design em qualquer situação, estabelecer um “espaço de manobra”¹⁴ na cultura para que práticas diversas possam tomar forma.

“Ao longo do livro eu tento relacionar formas culturais e discursivas com forças sociais e tecnológicas, e periodizá-las de uma maneira que aponte para diferenças políticas atuais. Este é meu objetivo principal: apontar possibilidades críticas no presente, e promover “a predileção irrefreável por alternativas.”¹⁵ (Foster, 2008. p. XV)

Aponta para a crescente importância e centralidade do design, juntamente com a arquitetura, e para como ambos afirmam sua necessidade ubíqua em todas as formas de construção. Nesta concepção, é imprescindível entendê-los atualmente como prática e discurso de poder, notavelmente imbricados com o mercado capitalista. Principalmente o design, em sua pretensa abrangência universal, coloca-se como intermediário necessário em qualquer situação comunicativa ou de consumo; e em consequência ocupa todo o espaço possível de criação submetido à uma ideologia única do projeto no contexto industrial capitalista.

Na constituição de uma sociedade de consumo, o sujeito construído da hipótese pós-moderna tem se tornado cada vez mais um sujeito projetado pelo design na ideologia do consumerismo. Os desdobramentos dessa transformação são tão abrangentes quanto

14 No original, *“running-room”*. A exemplo da obra anterior, esta também sofre da inexistência de traduções para o português. Da mesma maneira, todas as citações diretas aqui serão traduções feitas pelo autor a partir do texto original em inglês.

15 Esta é uma paráfrase do pequeno trecho de Edward Said que aparece como epígrafe para a obra: “O que é a consciência crítica senão uma predileção irrefreável por alternativas?”

a pretensão de universalidade dos seus interlocutores — em primeiro lugar, a constituição de identidades mediadas pelas marcas publicitárias, num movimento de oposição entre a forma *sampling* e a forma *branding*, sobre as quais vamos falar mais detalhadamente em seguida. A agregação de todo esse poder subjetivador nas práticas projetuais apenas soma mais força ao poder industrial, ao qual este é submetido.

Hierarquização e des-hierarquização da cultura

“Oposições entre alto e baixo, elite e popular, modernista e massificado, tem há muito estruturado debates sobre a cultura moderna. Elas se tornaram uma segunda natureza para nós, tanto se quisermos manter as velhas hierarquias, criticá-las, ou de alguma forma destruí-las.” (op. cit. p.3)

A classe burguesa do século XX (maior responsável, historicamente, pela ideologia neoliberal que vivemos hoje), em especial nas colônias, formou-se no seio de uma profunda vontade de diferenciação¹⁶. A divisão em classes sociais era essencial para o burguês aparecer como figura social de importância na sociedade, e o espírito individualista e competitivo herdado da ética protestante fez dessa diferenciação um objetivo não só coletivo (enquanto classe), como também individual. O burguês definia sua posição social através daquilo que consumia, desde os primeiros automóveis e produtos industriais até a educação superior e a cultura. Foster propõe uma releitura da obra de John Seabrook, que descreve o período entre o auge da distinção entre a cultura *Lowbrow*, *Middlebrow* e *Highbrow*, nos EUA do final do século 20, e o seu declínio em favor de uma cultura *Nobrow*¹⁷, uma cultura de massas onde o gosto ou a competência estética já não são tão importantes quanto a popularidade.

16 Para uma descrição histórica mais abrangente desta tendência, recomenda-se o texto de Hobsbawm presente na bibliografia.

17 As palavras *lowbrow*, *middlebrow* e *highbrow* são usadas no inglês para diferenciar três instâncias de cultura hierarquizadas de acordo com o gosto das classes sociais. Etimologicamente, os termos têm origem na pseudociência da frenologia, que afirmava ser possível estimar a capacidade cognitiva de um indivíduo através de diversas medidas de seu crânio. A palavra *nobrow* é usada originalmente por Seabrook para designar a queda de tal esquema hierárquico.

“Esta é a proposta de Nobrow: The Culture of Marketing, The Marketing of Culture de John Seabrook, um crítico de arte do *The New Yorker*, que revê a história recente desta revista, de origem middlebrow, como o estudo de caso primário de sua tese pós-moderna.” (op. cit. p.3)

Para Seabrook, assim como para Foster, esta hierarquização da cultura está inteiramente conectada com as ideias de classes sociais, no contexto histórico da vontade burguesa de se constituir enquanto figura social. Analisa-se o caso da revista para descrever este movimento de superação da qualificação cultural em favor de uma subjetividade constituída no exercício de escolha das mercadorias da Megaloja: não se valoriza mais a cultura em termos de sua qualidade estética, mas sim de sua posição em “*The Buzz*”, a parada de sucesso, o lugar onde as coisas mais queridas, mais vendidas e mais reproduzidas encontram seu espaço de sucesso momentâneo. Esta posição não necessariamente está ligada às qualidades inerentes àquele produto cultural, mas sim à interação entre os excessos da mídia de massas e os desejos individuais: dissolve-se a cultura clássica em favor do apoderamento da cultura comercial.

Deposta a qualidade, a percepção identitária assume a posição de único critério comparativo coletivo capaz de submeter os produtos da indústria cultural à algum julgamento. Seabrook afirma isso para defender a cultura nobrow como sublimação da dominação capitalista, como se o desnivelamento da cultura fosse a única face da luta de classes. Para ele, as identidades se formam em uma lógica de acumulação; cada indivíduo seleciona aquilo que lhe interessa em algum produto, considerando-se completo pela interseção das significações que o uso das marcas lhe atribui. Esta é a mecânica do que chama de *Sampling* de identidades, um processo que, como descrito, tem influência decisiva da liberdade de consumo dentro da ideologia do livre-mercado.

Foster denuncia, ao levar em conta a posição de vítimas de pesada influência em que os consumidores se encontram na atual retórica publicitária, que tal movimento não é tão diferente do que se tem chamado hoje em dia de *branding*. Ambas as palavras se colocam como formas de constituição de subjetividades através do consumo, mas, enquanto o termo *sampling* pressupõe que tais identidades são formadas a partir do inalienável livre-arbítrio dos usuários — que as escolhas de consumo são fruto direto de uma autonomia fundamental presente no indivíduo livre — *branding*, na concepção do autor, refere-se a um movimento de cuidadoso planejamento dos detalhes de um recorte de identidade que a empresa deseja imprimir em seu consumidor, um movimento onde

cada aspecto da marca que se reflete no usuário como elemento identitário é manipulado intencionalmente, resultando numa influência precisa dos desígnios das corporações sobre as identidades correntes.

Esta oposição entre as duas hipóteses da constituição de identidades no capitalismo pós-industrial reflete-se também na origem dos termos. *Branding*, do inglês, levando em conta seu desenvolvimento a partir do verbo “*to brand*” (marcar), tem origem na prática de marcação de gado na pecuária americana. Este dado já é significativo de como a palavra não considera nenhuma participação ativa do consumidor. Em seu uso mais contemporâneo, foi adotada pelos próprios publicitários para designar o projeto das marcas de consumo, para que passassem a transmitir significados de qualidade e confiança. Já a palavra *sampling*, também do inglês, foi emprestada do processo de produção musical inventado com o *hip-hop*, a partir do “*sample*” (amostra) como um recorte descontextualizado que forma, em conjunto com outros *samples*, uma composição totalmente nova que pode não guardar semelhanças com seus elementos de origem. Usando esta última, Seabrook dá a entender uma espécie protagonismo do consumidor neste processo: a colagem customizada de uma miríade de recortes identitários já é, nesta concepção, uma entidade totalmente nova e autêntica. A crítica de Foster se coloca exatamente nesta oposição: se os consumidores acreditam que estão no exercício de sua livre escolha, enquanto os empresários investem fortunas para controlá-los nestas decisões, qual é a diferença para os indivíduos entre protagonizar suas decisões ou ser conduzidos à elas? Atinge-se uma encruzilhada que levanta questões sobre a própria possibilidade do controle neste nível, porque no limite (e de maneira talvez até um pouco encenada), em cada ato individualizado de compra o consumidor ainda pode negar-se a participar deste jogo. No entanto, enquanto a maior parte da massa consumidora, mesmo conhecendo as práticas da publicidade, ignora a eficácia quase técnica delas, os empresários têm plena consciência de que seus clientes acreditam viver no paraíso da infinita liberdade — e usam esta crença em seu favor, tanto sedutivamente como também como justificativa-limite para qualquer prática abusiva. Se ainda desejamos atribuir a alguém o emblema do controle nesta situação, cabe atribuí-lo ao jogador que está planejando mais jogadas à frente?

[...] quão novo é tudo isso? Há um abalo sísmico fundamental na relação entre cultura e marketing, uma fusão das duas, ou é a Megaloja apenas outra versão da “indústria cultural” criticada há muito por Max Horkheimer e Theodor Adorno?” (op. cit. p.11)

Para Foster, recorrer à retórica do *nobrow* não realiza mais do que reproduzir uma nova crença de fim-da-história, em versão cultural. Quando a cultura clássica se funde à contra-cultura tornando-se uma aberração liberal obediente às leis de mercado, podemos mesmo afirmar que estamos livres das imposições de uma norma programática do gosto, que atingimos uma fase realmente libertária? Fazer tal afirmação é uma perversão, quando não uma ingenuidade. Na melhor das hipóteses, esta ilusão da suspensão de classes sociais torna-se a mercadoria mais desejada da Megaloja.

Design Total

“A virada de um século evoca outros, e o ano 2000 não foi exceção. Nos últimos anos, o Estilo 1900 ou Art Nouveau retornou com vingança às exposições e livros acadêmicos. Tudo isso parece muito antigo e distante, quando este movimento pan-europeu prometeu um Gesamtkunstwerk, ou “trabalho total” das artes e ofícios, em que tudo, da arquitetura aos cinzeiros, era submetido a um tipo floreado de decoração, em que o designer se esforçava para imprimir sua subjetividade em todas as espécies de objetos através de um idioma de linha vitalista — como se habitar a coisa dessa maneira artificial fosse resistir ao avanço da reificação industrial de alguma maneira.” (op. cit. p.13)

A retomada do Art Nouveau enquanto estilo não foi destituída de todo o oportunismo possível — retomou-se não só o gosto pela decoração em linhas sutilmente revolutas, mas também o desejo de encarnar nos objetos porções sublimadas de si enquanto elementos de personalidade; movimento que os publicitários souberam aproveitar dentro de um mercado envolto em mistificações de liberdade. Foster retoma em Loos a crítica a esta apropriação:

“Adolf Loos, arquiteto vienense de fachadas austeras, foi o grande crítico do hibridismo estético do Art Nouveau. No seu meio, ele foi para a arquitetura aquilo que Schönberg foi para a música, Wittgenstein para a filosofia, ou Karl Kraus para o jornalismo — o flagelo de tudo que é impuro e supérfluo em sua própria disciplina. Neste sentido, “Ornament and Crime” (1908) foi sua mais forte polêmica, porque

nele associa o designer Art Nouveau a uma criança sujando paredes e ao povo indonésio tatuando a pele. Para Loos, o desenho ornamental do Art Nouveau é erótico e degenerado, uma inversão do caminho apropriado da civilização em sublimar, distinguir e purificar: daí sua fórmula notável — “a evolução da cultura é sinônimo da remoção do ornamento dos objetos utilitários” — e sua infame associação entre “ornamento e crime”. Este provérbio anti-decorativo é o mantra modernista se é que houve um, e é pela propriedade puritana inscrita em tais palavras que pós-modernistas têm condenado modernistas como Loos em seu tempo.” (op. cit. p.14)

A semelhança entre o título clássico do arquiteto do começo do século XX e o atual livro em análise não é acidental — Foster deseja reviver a polêmica gerada no anterior como base para uma crítica contemporânea da retomada do *Art Nouveau*. No entanto, seu foco crítico principal não é a degeneração da cultura pelo ornamento, mas sim a encenação de atributos subjetivos através da forma do objeto projetado; e para isso recupera um texto ainda mais antigo:

“Loos começou sua batalha contra o Art Nouveau uma década antes de “Ornamento e Crime”. Um ataque pontual vem em 1900, sob a forma de uma sátira alegórica sobre “um pobre homenzinho rico” que contrata um designer Art Nouveau para colocar Arte em toda e cada coisa. [...]

Esta Gesamtkunstwerk [obra de arte total] faz mais que combinar arquitetura, arte e técnica — ela funde sujeito e objeto: “a individualidade do proprietário estava expressa em cada ornamento, cada forma, cada prego.” Para o designer Art Nouveau isso é perfeição: “Você está completo!” Ele exulta ao proprietário.” (op. cit. p.14-15)

A vontade de exprimir subjetividade nos objetos, na opinião do autor, embaça os limites da antiga distinção iluminista entre sujeito e objeto. O designer define e articula a arte em toda a materialidade da vida do homenzinho rico, e a completude da obra também o completa. A anedota narra que tal completude lhe nega os devires, os desejos, as contingências; lhe fixa, com a rigidez própria daquilo que é objeto, a predicados que o designer leu em sua personalidade — neste jogo de inversão, resta somente o cargo de sujeito

ao artista. Descreve que tal completude inaugura uma profunda angústia, “Isso é o que significa aprender a caminhar pela vida carregando o próprio cadáver” (Loos apud. Foster, 2008). O homem completo é um homem morto, esgotado de qualquer potencialidade; no texto de Loos, essa morte em vida é o destino da burguesia culturalmente inapta que tenta comprar a própria erudição.

Na retomada atual desta vontade de representações pessoais nos objetos, encontramos sob o domínio do comercial o estético e o utilitário. Novamente, o designer é celebrado como o herói que alinhará os traços subjetivos do burguês aos fundamentos eternos das artes. Sob a jurisdição do mercado, estende sua envergadura sobre os mais extensos aspectos da vida e, em sua função de definir os parâmetros das migalhas identitárias que se oferece, de fato desenha subjetividades. O sujeito formatado pela norma e trato institucional, como o sujeito moderno descrito na sociologia contemporânea, torna-se um sujeito projetado pela interferência e método do design.

Foster ainda evoca um terceiro, Karl Kraus, em sua leitura de Loos:

“Em uma declaração tipicamente concisa de 1912, Kraus chamaria essa falta de distinção, que impede toda vida e luta futuras, uma falta de “espaço de manobra”:

Adolf Loos e eu — ele literalmente e eu linguisticamente — não fizemos mais do que mostrar que há uma distinção entre uma urna e um penico, e que é essa distinção, acima de todas, que provém à cultura algum espaço de manobra [Spielraum]. Os outros, os positivos [por exemplo, aqueles que falham em fazer essa distinção], são divididos entre aqueles que usam a urna como penico e aqueles que usam o penico como urna.” (op. cit. p.15-16)

Aqui, aqueles que usam a urna como penico são os designers da tradição *Art Nouveau*, na tentativa de injetar arte em qualquer objeto útil. Seu erro é simétrico ao dos modernistas funcionalistas, que tendem a elevar o penico à uma categoria artística. Ambos, na tentativa de reconectar o binômio arte e vida, acabam por esgotar as possibilidades ainda não pensadas, reservar a todas as coisas um lugar já certo numa categoria única e universalizada. Falham em perceber que as distinções objetivas são necessárias para manter este “espaço de manobra” na cultura, necessárias para um tipo liberal de subjetividade. Nesta concepção não se coloca em jogo, de nenhuma maneira,

a defesa de alguma visão essencialista da arte ou do design, mas sim de um campo de diferenças propostas e espaços provisionais.

A tensão que historicamente existiu entre essas duas formas de totalização hoje encontra-se diluída. A utopia de reconexão entre arte e vida, responsável por cindir estes dois momentos do movimento moderno, realizou-se em forma de distopia: sob os preceitos do espetáculo da indústria cultural, e não sob os desejos libertários das vanguardas. O design do nosso tempo assume como forma técnica primária dessa reconciliação, e o branding é sua ferramenta mais avançada — em escala massiva, opera esta fantasia de adicionar “personalidades” à mercadoria para criar nela pequenas versões de seus proprietários.

“Com o crescimento da competição, seduções especiais tinham de ser desenvolvidas, e a embalagem ficou quase tão importante quanto o produto. (A subjetivização da mercadoria já é aparente no design aerodinâmico e foi ficando cada vez mais surreal depois; e de fato o Surrealismo foi rapidamente apropriado pela publicidade.) Nosso tempo é testemunha de um salto qualitativo nessa história: com a “especialização flexível” da produção pós-fordista, mercadorias podem ser continuamente manipuladas e mercados constantemente subdivididos, para que um produto possa ser de quantidade massiva, ainda que pareça atual, pessoal, e preciso em endereço. O desejo não é só registrado nos produtos hoje, é especificado ali: uma auto-afirmação de “ei, isso sou eu!” saúda o consumidor em catálogos e on-line. Esse eterno perfilamento da mercadoria, do mini-eu, é um fator que empurra a inflação do design.” (op. cit. p.19-20)

A colocação de Foster sobre a “inflação do design” explicita a maneira que o autor considera a prática projetual — em certa medida oposta à concepção essencialista que os modernistas usam para tentar defini-la enquanto conjunto de ações práticas. Para ele, design é concebido como valor, como discurso dentro de um enunciado; que pode ser inflacionado e deflacionado, valorizado e desvalorizado.

“O design contemporâneo é parte de uma grande revanche do capitalismo contra o pós-modernismo — uma recuperação de seus

cruzamentos entre artes e disciplinas, uma rotinização de suas transgressões. Autonomia, ou até semi-autonomia, pode ser uma ilusão, ou melhor, uma ficção.” (op. cit. p.25)

No contexto do design enquanto ferramenta de dominação, coloca-se em jogo a atuação de certos “designers críticos” contemporâneos como espetacularização, mercantilização dos *social studies*. Apoiados numa leitura enganada dos autores pós-estruturalistas como Deleuze e Foucault, designers como Bruce Mau, Rem Koolhaas e outros tendem a rotinizar e vender uma versão positiva da crítica que foi colocada. Entendem posturas críticas como se fossem manuais de estilo (leram “A Sociedade do Espetáculo” como se fosse “A Arte da Guerra”), transformando a denúncia dos mecanismos sociais de controle em metodologia de projeto. O capitalismo finalmente se apropria do pós-moderno, e com grande lucro usa más interpretações de suas ideias no mercado que tem se tornado a mídia de massas. Mau se aventurou com muito sucesso na atividade editorial: seus livros-objetos, aparentemente críticos do regime das marcas, tornaram-se grandes “*coffee-table books*” contribuindo para a espetacularização da parcela crítica do pós-modernismo, além de servirem como ótima propaganda de seu estúdio.

“Sobre um “programa de identidade” para uma rede de livrarias de Toronto, Mau descreve um “ambiente de vendas ... onde a identidade das marcas, sistemas de sinalização, interiores e arquitetura seriam totalmente integrados.” E de seu suporte gráfico para a nova biblioteca pública de Seattle, desenhado por Koolhaas, afirma: “A proposição central envolve dissolver as barreiras entre arquitetura e informação, entre o real e o virtual.” Essa integração, essa dissolução, é uma desterritorialização da imagem e do espaço que depende da digitalização da fotografia, de seu afrouxamento em relação a velhos marcos referenciais[...] Como Deleuze e Guattari, além de Marx, nos ensinaram há muito tempo, essa desterritorialização é o caminho do capital.” (op. cit. p.24)

Em um tempo em que se confunde crítica política com proposta de transformação, é do designer o lugar na cultura onde os discursos são produzidos (ou transformados, a partir de referências anteriores) para circular como mercadorias.

Frank Gehry, Rem Koolhaas

A posição atual de prestígio que tem gozado o arquiteto canadense Frank Gehry, quando confrontada com sua atuação, exemplifica a posição do autor a respeito do design enquanto poder, e a crítica que faz ao arquiteto delinea seu entendimento sobre a prática do designer. Para Foster, não é justificada toda a popularidade e credibilidade de Gehry — ele identifica em sua obra um declínio: aquilo que no começo era uma notável inventividade material-formal, de emblema vernacular, tornou-se gradualmente uma estética gestual, espetacular, inchada e inconsequentemente pop. Nos círculos de Gehry, entende-se o arquiteto como um indivíduo dotado de uma gestualidade genial, escultórica, expressada pelas linhas do desenho; valoriza-se o arquiteto como escultor, e não, em uma concepção modernista histórica, como racionalizador dos espaços habitáveis.

“O que está em jogo aqui é a diferença entre um uso vernacular de alambrado numa casa, ou de papelão numa cadeira, e o uso pop de binóculos gigantes como entrada, ou de um avião caça fixado a uma fachada (como no seu Aerospace Hall, 1982-84, em Los Angeles). Igualmente em jogo está a diferença entre um repensamento da forma e espaço, que pode ou não ser escultórico (aqui Gehry é influenciado por Richard Serra), e um uso simbólico de uma imagem readymade ou mercadoria (aqui denovo é influenciado por Oldenburg). A primeira opção pode colocar o design de elite em contato com a cultura comum, e renovar formas arquitetônicas insossas com expressões sociais frescas. A segunda tende a ingratar a arquitetura, no modelo da propaganda, para um público projetado como consumidores de massa.” (op. cit. p.32)

Para Foster, a postura conciliatória de Gehry entre o estruturalismo moderno e a simbologia pós-moderna juntamente com sua expressão pop enraizada no marketing o transformam de arquiteto em designer. Aqui, o que nos interessa especialmente é o critério utilizado para essa diferenciação — o designer não é o arquiteto (ou projetista racional) de coisas que não edifícios, como os teóricos de raiz modernista tendem a generalizar. É, no contexto contemporâneo, o agente intermediador entre o modernismo mais duro e as vicissitudes de que se acusa o pensamento pós-moderno, que leva sob a axila a cartilha neoliberal e as ferramentas mercadológicas. Enquanto, para Foster, é da

arquitetura o domínio moderno do projeto racional (inclusive no sentido público), o design é senhor das manipulações de desejos no mercado neoliberal, das formações identitárias individualistas a partir da colagem de marcas. Se a obra de Gehry é a realização de um sentido do espetáculo no capitalismo avançado, o autor acredita que ele é muito mais designer do que arquiteto.

Da mesma maneira, o aclamado Rem Koolhaas assume uma postura que pretende estrategicamente conciliar, no urbanismo, a balbúrdia hedonista de Las Vegas (considerada pelo autor como a concretização do pós-modernismo) com a solidez resolvida da utopia corbusiana. Propõe uma terceira opção, apoiada no imperativo do design total como plena conjugação entre arte, arquitetura e desenho industrial. Uma de suas palavras de ordem é *Bigness* (grandeza) que intenciona, através de projetos megalomaniacos de urbanismo, dar um sentido à permanência das estruturas e edifícios — na prática, apenas serve para aproveitar-se da herança das vanguardas modernistas que estabelecem uma tábula rasa da cultura, subjugando os espaços públicos aos interesses das grandes empresas. Nesse sentido se justifica a construção de grandes *shopping-centers*, alegando que o período de compras é o único lazer efetivo que restou possível para a população transformada em consumidores de massa. A arquitetura, com suas fachadas sinuosas e interiores amplos, tornou-se produto da distopia de Debord, espetáculo de consumo.

“Por vezes, Koolhaas parece apontar para uma versão pós-fordista do “fordismo de esquerda” uma vez defendido por Gramsci, Benjamin e muitos outros, como estratégia de último recurso que olha através e além deste modo de produção. Não é provável que seja nada mais bem-sucedida que esta posição original. Do modo que está, Koolhaas às vezes parece transformar uma crítica deleuziana do capitalismo esquizofrênico em um tipo positivo de programa cultural; e nisso ele não está sozinho.” (op. cit. p.151)

Os elogios a ambos os arquitetos se apoiam sobre a qualidade libertária de sua gestualidade descomprometida. No entanto, tal concepção é enganada; a liberdade de sua expressão acontece em troca da inibição de todos os outros (aqueles que não são arquitetos geniais), os quais não se pode dizer que têm o mesmo talento único:

“Então o que é essa visão de liberdade e expressão? É perverso de minha parte considerá-la perversa, ou mesmo opressiva? No sentido de Gehry como Nosso Grande Artista Vivo, é opressivo porque, como Freud indicou há muito, o artista é a única figura social permitida a ser livremente expressiva em primeiro lugar, o único eximido de muitas das renúncias institucionais que o resto de nós sofre ao decorrer do tempo. Portanto sua livre expressão implica em nossa imposta inibição, o que é também dizer que sua liberdade é em grande parte uma franquia na qual ele representa liberdade mais do que realmente a vive.” (op. cit. p.32)

Faz parte do designer contemporâneo essa prática mistificada, apoiada na exagerada e arbitrária expressividade do escultor brilhante? Em geral, as escolas atuais de desenho industrial negam qualquer legitimidade nesse tipo de discurso, acusando designers que o operam abertamente de charlatanismo. No entanto, a fim de entender a prática atual como ferramenta discursiva, devemos refazer essa pergunta fora da vontade de alcançar algum sentido metafísico do design; contextualizá-la, para então tentar fazê-la valer para as relações atuais de produção e consumo. Devemos perguntar: em sua prática projetual e comercial, em sua sobrevivência no mercado, o designer encena sua própria competência a partir de suas qualidades como escultor das formas e das funções? Na maioria dos casos não podemos afirmar que não, por mais que queiramos defender a recuperação de um ethos correto da prática projetual; e justamente tais casos são os mais significativos nas relações econômicas atuais — por estarem em maior evidência midiática, são eles que formam no julgamento público a imagem do designer.

Arquivos e o sentido da história

A partir daqui, o texto começa a focar-se no problema da arquivística e os desdobramentos da diversidade de práticas artísticas inauguradas desde as vanguardas. Muito de sua análise não nos interessa diretamente, e por isso será descartada neste momento. Nos focaremos nos desdobramentos de tais ideias para a formação do conceito de história da arte que se coloca em jogo na contemporaneidade, e suas relações com uma espécie de hipótese de fim-da-história que se forma no seio da prática projetual neoliberal; ou mesmo no seio do discurso ético reproduzido nas academias de matriz funcionalista,

que versa sobre uma atuação política pontual e gradativa, acreditando ser isso suficiente para operar um sentido de transformação global.

A discussão de Foster sobre arquivística propõe uma concepção foucaultiana do arquivo — não como pilha inerte de documentos enquanto instantâneos retratando diretamente momentos históricos; mas sim como um sistema de governo de discursos, articulando as narrativas passadas com as presentes, em mútua interferência. Aponta para o museu como coordenador e revisor destas narrativas, e não como entidade politicamente neutra de acumulação de registros. Sob este ponto de vista, analisa as transformações ocorridas na arquivística e museologia ao longo de séculos de discussão sobre a atividade, começando por uma ideias de tradições entre Baudelaire e Manet — onde o museu era a arquitetura de uma instituição da preservação e exibição da memória, muito importante para a manutenção das técnicas artísticas através das gerações. Passa pela concepção de Adorno do museu de Valéry-Proust, onde a exibição institucionalizada era tanto o túmulo que enterrava a originalidade necessariamente momentânea da obra de arte, quanto o templo do qual emanava a aura espiritual que revestia a obra em seu valor coletivo.

Ambos os modelos apontam para uma reanimação cíclica do objeto artístico, uma dialética da reificação de Lukács em esquema sistematizado. Elege-se alguns objetos que pretensamente possuem valor intrínseco para uma coletividade, a ponto de justificar sua guarda e manutenção indefinidamente:

“No seu grande ensaio “Reificação e Consciência de Classe” (1922) Lukács insinua que a reanimação espiritual do tipo aclamado por Baudelaire e Proust é uma compensação idealista da reificação capitalista; em efeito, reificação e reanimação constituem uma das “antinomias do pensamento burguês” que ele detalha ali.” (op. cit. p.72)

No entanto, como podemos dizer que tal movimento constitui uma compensação, de cunho necessariamente contrário à reificação, quando no museu são os objetos de arte que assumem lugar de personagens na narrativa histórica da cultura? Foster vai além:

“Essa antinomia também permeia “a história da arte como disciplina humanística”, e esta é minha principal implicação aqui: que a história da arte é nascida de uma crise — sempre assumida tacitamente, às vezes pronunciada dramaticamente —

de fragmentação e reificação da tradição, a qual a disciplina é comprometida em remediar através de um projeto redentor de remontagem e reanimação. Isso não é dizer, como Karl Kraus uma vez disse da psicanálise, que a história da arte é a doença da qual pensa ser a cura. As crises de memória às quais a disciplina responde são frequentemente reais o suficiente; mas precisamente por serem atuais, a história da arte não pode resolvê-las, apenas deslocá-las, suspendê-las, ou então repetidamente abordá-las.” (op. cit.)

Design, cultura e sociedade

Gui Bonsiepe é um designer formado pela escola de Ulm que teve grande parte de sua produção em projeto e teoria realizada na América latina. Sua retórica emancipatória, num modelo desenvolvimentista de busca da autonomia frente ao contexto do conflito geopolítico internacional, é de suave aceitação para os povos de nações do terceiro mundo, e sua atuação tem sido desde então nestes países. De maneira notadamente simplificadora, delega ao design toda a responsabilidade de operacionalizar esta emancipação através do projeto de produto “politicamente consciente”. Afirmava veementemente a necessidade de se estabelecer uma cultura projetual de autodeterminação nas periferias, mas tal crença esconde uma armadilha: render-se às paixões e programas datados do modernismo radical; à, enfim, sua finalidade metafísica como modelo essencial de emancipação a ser aplicado indiscriminadamente. No fundo, só deseja a reprodução, nessas periferias, do projeto moderno, como se toda a envergadura de sua crise tivesse sido causada apenas por pequenos erros de execução, e não pelas profundas incoerências internas que o pós-modernismo fez questão de apontar. Seria implantar no “novo mundo” uma segunda instância do que foi a Europa com um século de defasagem, dirigindo-se pontualmente a cada problema específico que condenaram à falha o mundo moderno; mas mantendo sua crença no desenvolvimento tecnológico de berço nacionalista, na indústria como máquina de produção de bem-estar social, e no design como atividade essencialmente redentora.

Design no limite: fundamentos epistemológicos e contra-crítica contemporânea

Uma de suas primeiras bandeiras na obra é um olhar sobre aquele tipo de design comprometido com o mercado e o denominado *status quo*; ao contrário de Foster, que entende como design aquilo que se autodenomina design na sociedade atual, e de certa maneira numa mesma tendência que Selle, Bonsiepe tenta, de maneira puritana, recuperar um sentido pretensamente anterior, essencial e universalmente correto da prática que tem sido degradado com estas manifestações *despolitizadas*:

“Inicialmente, design associava-se às atividades projetuais. Contudo, a partir da década de 1990, foi perdendo seu significado original e adquirindo outras conotações, como o divertido (fun design), caro,

superficial, extravagante, efêmero, caprichoso e emotivo. Associou-se a moda, festas e eventos midiáticos. Perdeu rigor e transformou-se em termo curinga, não contribuindo para consolidar a profissão dos projetistas de produtos e programadores visuais.” (Bonsiepe, 2011. p. 13)

A transformação que se deu nos significados da palavra desde a formulação moderna da prática não é difícil de notar; de fato, design tornou-se, de forma positiva ou negativa, sinônimo de uma espécie de espetáculo industrial gerador de desejo. A divergência aqui entre Bonsiepe e Foster, por exemplo, é entre como cada um define sua postura em relação à isso. Enquanto um assume o lugar privilegiado que a palavra *design* tem alcançado no capitalismo pós-industrial para então movimentar sua crítica dentro dessas estruturas de poder, o outro tenta nostalgicamente retomar um sentido já ultrapassado, já em desuso da palavra. Contrapõe uma essência perdida do termo, norteadora da prática e (por mais incoerente que possa parecer) politicamente progressista com uma degradação contemporânea afirmadora de aspectos contingentes e fluidos, agenciada por interesses dominantes. Hal Foster, talvez por estar analisando o fenômeno como observador externo, não se rende a certos romantismos; tende a articular uma concepção do design fora de essencialismos, apoiada em suas contingências sócio-culturais, enquanto Bonsiepe se mostra intensamente influenciado por narrativas utópicas do design que se mantiveram em curso a partir de seu desenvolvimento no seio dos movimentos de vanguarda e que, salvo raríssimas exceções, nunca alcançaram plena realização social. Por isso, o principal ponto de divergência entre estes dois pensamentos reside em sua realização social: um deles considera o design sob o ponto de vista de suas reais manifestações sócio-culturais, o outro amarra-se às suas irrealizadas utopias, suas possibilidades românticas de transformação do *status-quo*, ainda que não demonstradas satisfatoriamente.

Mais adiante afirma que o pensamento racional aplicado aos objetos de uso nunca teve espaço institucional nas universidades, os próprios fóruns da razão:

“Raimonda Riccini constatou o desprezo pelo estudo dos artefatos materiais e semióticos desde a cultura clássica grego-romana até o período medieval, quando foram criadas as primeiras universidades ocidentais. Essa tradição não favoreceu o domínio do projeto em

nenhuma carreira profissional ou em disciplinas acadêmicas.

É claro que, com a expansão das ciências e, sobretudo, com a industrialização, já não era possível fechar os olhos para o mundo da tecnologia e dos artefatos técnicos, cuja presença se faz sentir cada vez mais na vida cotidiana. Contudo, o ensino do projeto nunca atingiu padrões igualáveis aos do ensino de ciências. Esse fato explica a dificuldade de incorporar a formação da competência projetual nas estruturas acadêmicas, onde as tradições e critérios de excelência científica diferem fundamentalmente das tradições e critérios de excelência das disciplinas projetuais.” (op. cit. p. 18-19)

Aqui o autor apresenta uma concepção de projeto tão idealizada que parece admitir sua existência até independentemente do homem. Quando acredita em tamanha transcendentalidade estrutural do projeto, não é incompreensível que se espante ao não encontrar a ideias moderna de projeto na vivência de homens em lugares e contextos históricos completamente distintos dos seus, a ponto de desconfiar de uma ativa barreira cultural impedindo tal desenvolvimento. Faz sentido tentar procurar uma ideias de projeto primordialmente moderna em povos e sociedades mais antigos que a própria modernidade? Em outras palavras, se o design é uma invenção moderna, devemos nos espantar ao não encontrá-lo atuando em culturas mais antigas que a revolução industrial? De maneira nenhuma, e se tal pesquisadora encontra “indícios” de uma ignorância formal nos homens da antiguidade é apenas porque formulou seus questionamentos apoiada em critérios erroneamente entendidos como universais. Quando, em seguida, afirma que não havia pensamento racional na definição dos artefatos materiais antes da constituição do design, parece esquecer-se que a racionalidade não depende do projeto (e sim o contrário), além de ignorar diversas práticas antigas que facilmente desarmariam esta afirmação.

Como se pode dizer, por exemplo, que a produção de artefatos técnicos era completamente desconectada da ciência quando, ainda no século XVII, Galileu montava o telescópio que corroborava suas teorias físicas sobre a ótica ao mesmo tempo que abria novas possibilidades de observação astronômica? Ou quando, ainda mais antigamente, astrólogos árabes desenvolviam gradualmente suas observações juntamente com astrolábios cada vez mais sofisticados? O século XIX não foi menos repleto de exemplos que contrariam tal crença corporativista: mesmo não tendo acesso às teorias modernistas de projeto, a ciência da época era intimamente ligada com a produção material (e inclusive

industrial) dos aparatos técnicos que forneciam as bases para a experimentação, o que contribuiu decisivamente para a invenção da maioria dos aparelhos elétricos que utilizamos até hoje, desde lâmpadas incandescentes até motores elétricos e telecomunicações. Da mesma maneira, a afirmação de que a cultura material antiga e medieval não levava em conta aspectos do uso não sobreviveria ao menor escrutínio histórico: basta consultar as arqueologias das armas de guerra, das armas de caça e das ferramentas de trabalho. Estes artefatos não eram conformados por acaso, sua forma era desenvolvida durante gerações para melhor exercer sua função; e antes que nos levemos, por pura empolgação e sentimento de privilégio histórico, a entender a produção de todos esses objetos como versão primitiva do próprio espírito do design, tomemos todo o cuidado de não exercer mais um movimento de reconhecimento de qualquer alteridade dentro de nossas recentes estruturas teóricas do projeto.

Todo este comentário a respeito de uma concepção histórica parece uma digressão despropositada, um detalhe insignificante em toda a constituição do design; no entanto é fundamental para entender a maneira como o discurso corrente nas escolas sul-americanas de projeto justifica sua posição de poder e sua espécie de “destino manifesto” de desenvolvimento das periferias. Em consonância com isso, Bonsiepe também toca o tema da democracia como um verbete que sofreu o infortúnio de ser degradado:

“O conceito de democracia sofreu lamentável desgaste nos últimos anos, o que aconselha a usá-lo com cautela. Se olharmos o atual cenário internacional, constatamos que, em nome da democracia se cometem invasões colonialistas, matanças, bombardeios, genocídios, limpezas étnicas, torturas e quebras das leis de convivência internacional, quase impunemente. [...] Essas operações nada têm a ver com a democracia ou a defesa da democracia, já que elas corroem o conteúdo substancial da democracia, podendo ser onerosas para as futuras gerações.” (op. cit. p. 20)

Em seguida, novamente demonstra sua tendência quase inevitável de definir conceitos em medidas essenciais, universalizantes; ao mesmo tempo em que critica, irresponsavelmente, toda a corrente pós-moderna de pensamento, a partir de apenas um autor:

“Faço minha adesão a um conceito substancial e menos formal de democracia no sentido de redução da heteronomia, entendida como subordinação a uma ordem imposta por agentes externos. Não é segredo que essa interpretação se insere na tradição da filosofia iluminista, tão criticada por autores como Jean-François Lyotard, que pregam — não se sabe exatamente se com satisfação ou resignação — o fim das Grandes Narrativas.

Não concordo com essa corrente de pensamento, como tampouco concordo com a corrente pós-modernista em todas as suas variantes. Sem um elemento utópico, não será possível construir um mundo diferente e restaria apenas um desejo piedoso e etéreo sem maiores consequências. Sem esse elemento utópico, ainda que residual, não será possível qualquer redução da heteronomia. Por isso a renúncia ao projeto da filosofia iluminista me parece uma atitude conformista, para não dizer conservadora. É uma atitude de capitulação a qual nenhum designer deveria resignar-se.” (op. cit. p. 20-21)

Neste trecho, Bonsiepe parece manifestar a ingenuidade de quem foi vítima da retórica do designer contemporâneo ao qual Foster se refere — aquele que, a partir de uma leitura enganada dos autores pós-estruturalistas, transforma a posição crítica deles em metodologia de projeto. Alarmado com a atuação prática destes designers do grande capital, Bonsiepe não considera a possibilidade de má interpretação dos textos que a justificam. Frente à feroz crítica dos costumes, agarra-se à uma posição moralista como se fosse politicamente neutra. No entanto, como pode ser possível que a renúncia ao projeto iluminista seja conservadora, se tal projeto têm regido as estruturas de poder desde sua concepção¹⁸? Como pode ser transformadora a posição de manter-se alinhado à uma visão de mundo que não sofreu mais que momentânea suspensão desde sua consolidação (juntamente com o poder burguês), em meados do século XVIII?

18 Para uma introdução sobre a sustentação das estruturas de poder através dos discursos da ciência e das disciplinas acadêmicas, podemos indicar Foucault em “A Ordem dos Discursos”, citado na bibliografia.

O design em seu potencial emancipatório

Para Bonsiepe, o design é essencialmente a expressão de um espírito redentor do pensamento iluminista, um espírito acima de tudo humanista, que ele também passa a definir ontologicamente ao lançar arbitrariamente certas considerações:

“O humanismo projetual seria o exercício das capacidades projetuais para interpretar as necessidades de grupos sociais e elaborar propostas viáveis, emancipatórias, em forma de artefatos instrumentais e artefatos semióticos. Por que emancipatórias? Porque humanismo implica a redução da dominação e, no caso do design, atenção também aos excluídos, aos discriminados, como se diz eufemisticamente no jargão economista, “os economicamente menos favorecidos”, ou seja, a maioria da população deste planeta.

Essa afirmação não deve ser interpretada como expressão de um idealismo ingênuo e fora da realidade.” (op. cit. p.21)

Alcançamos aqui um ponto-chave onde a utopia bonsiepista afirma sua teleologia emancipatória. Em suma, acredita-se que emancipar significa diretamente produzir autonomia, o que nos leva à pergunta: como pode ser possível atuar numa comunidade, numa nação (uma coletividade em geral), e como agente externo gerar uma autêntica autonomia? Que tipo de autonomia é essa da qual a mera existência depende da atuação destes emancipadores? Como se pode dizer que, graças à atuação correta de alguns bem-intencionados, aquele povo tornou-se livre e autônomo? O movimento da colonização é criticado no texto, em sua constituição histórica já ultrapassada; no entanto, a proposta que se coloca como ideal não é mais que a reprodução da mesma vontade colonizadora, operando sobre os discursos, sobre as subjetividades. Em efeito, visa produzir nas periferias um tipo levemente diferente de desenvolvimentismo daquele que hoje envelhece apresentando sua face crônica de inadequação no primeiro mundo — apoiado num incentivo estatal em vez de um mercado neoliberal; mas ainda assim, não menos instrumentalizado pela indústria:

“Refiro-me a ideia de que a industrialização — além de aumentar o PIB — é um meio indispensável para democratizar o consumo e permitir, a um amplo setor da população, o acesso a um universo de

produtos técnicos para melhorar a vida cotidiana em seus diferentes domínios: tarefas domésticas, saúde, educação, lazer, esportes, transportes, para mencionar apenas alguns.” (op. cit. p. 23)

A crença no poder democratizador da indústria — ainda que limitado em sua atuação apenas no domínio da cultura material — é peça-chave nesta visão de emancipação, e se relaciona com a aceitação dos imperativos de ordem econômica sem problematizá-los (haja visto sua preocupação com, por exemplo, aumentar o PIB das nações subdesenvolvidas). Deve-se destacar a separação, aqui, entre o que é da ordem econômica e o que é do capitalismo contemporâneo; Bonsiepe não compactua com o neoliberalismo privatizante — é, de fato, forte crítico dele, como se pode notar em vários trechos — no entanto, não se compromete em estender tal crítica aos imperativos do crescimento econômico apoiado na industrialização, para o qual o bem-estar material das populações sempre aparece como justificativa.

No seio de uma responsabilidade civilizatória da indústria, o design entra como ator principal. Defende-se uma responsabilidade primordial do designer em sua atividade projetual — supõe-se que a configuração dos produtos da indústria tem sempre um efeito direto nos mecanismos de dominação. Ainda assim, Bonsiepe não acredita que se deve esperar do designer uma atuação sempre crítica.

“Considero a criação de uma consciência crítica um passo indispensável para uma prática projetual crítica. Mas deve-se levar em consideração que a transição de uma crítica que se detém no discurso a uma prática projetual é determinada por contingências que arrebatam os puristas. Certo, para mudar situações sociais injustas podem-se apresentar exigências radicais que são tão radicais que deixam tudo igual. Tenho pouca estima pelo radicalismo verbal e da gesticulação maximalista, assim como pela instalação conformista no juste milieu. [...] Quero advertir sobre um risco: quem se atribui o direito de se apresentar com exigências normativas corre o risco de cair no papel do Grão-Inquisidor — e dessa figura definitivamente não necessitamos.” (op. cit. p. 27)

A atitude messiânica, ainda que explicitamente negada, corre no subterrâneo deste discurso, e torna-se evidente ao analisarmos a superficial concepção de *alteridade* que coloca em jogo:

“Palavra que significa colocar-se no lugar do outro na relação interpessoal, com respeito e consideração, valorização, etc. É um princípio filosófico que significa trocar seu próprio ponto de vista pelo do outro. [...]”

A alteridade pressupõe a disposição de respeitar outras culturas projetuais com seus valores inerentes, e não vê-las com o olhar de exploradores em busca da próxima moda de curta duração. Essa virtude pressupõe a disposição de resistir a qualquer visão messiânica etnocentrista.” (op. cit. p. 38)

Em suma, acredita que respeitar um imperativo da alteridade significa reconhecer¹⁹ em suas próprias categorias o semblante do Outro como ontologicamente igual. Reproduz assim uma interface problemática de ação, que não admite a intransigência da diferença e — sua proposta universalizante tem toda essa envergadura — acaba por encontrar em cada instância do homem uma versão degradada de si, uma versão em falta. Entende seu próprio projeto iluminista como superior, evoluído; e disso depende toda a sua convicção emancipatória. Em efeito, pretende criar em quaisquer comunidades alternas alunos de suas próprias utopias humanísticas, transformando mesmo as mais ásperas alteridades em manifestações de traços supérfluos, em contingências identitárias. Nulifica toda a potência da diferença, toda a imprevisível fertilidade dos devires, ao tratá-las, no fundo, como meros problemas imagéticos; como marcas (quase) publicitárias através das quais esses povos afirmarão suas leves, inertes e superficiais diferenças; e através das quais nós, ocidentais de ascendência europeia, os reconheceremos, equipando-nos com uma espécie descomprometida de respeito contemplativo frente às suas indumentárias coloridas, canções primitivas e sílabas impronunciáveis. O sucesso deste empreendimento emancipatório será constatado quando todo esse exotismo carnavalesco coexistir pacificamente com o modo de produção industrial-desenvolvimentista e com o modelo político da república.

19 Aqui, usa-se a palavra reconhecimento dentro da concepção de Nietzsche, como movimento forçado, frequente nas ciências, de encaixe de fenômenos em categorias que evidentemente não lhes servem.

Observamos a aplicação destes princípios no momento em que o autor discute o caso das comunidades de artesãos, comentando e categorizando (aparentemente sem emitir juízo de valor) as formas possíveis de interação entre elas e o designer:

“O uso de recursos locais (motivos gráficos, combinações cromáticas, materiais e processos de produção intensivos em mão de obra) em relação ao design e criação da identidade pode ser visto, de maneira exemplar, em países periféricos. Em grande parte, essas atividades pertencem ao setor informal da economia e geralmente aplicam processos simples e não intensivos de capital. O tema do artesanato e design pode ser estudado pelas seguintes posturas, que podem aparecer em forma pura ou misturada: [...] 6. Enfoque promotor de inovação. Advoga a autonomia dos artesãos para melhorar suas condições de subsistência, muitas vezes precárias. Nesse caso, a participação ativa dos produtores é requerida.” (op. cit. p. 62-64)²⁰

Teoria do design: uma “reserva de mercado”?

A tendência universalizante presente na obra como um todo é exercida em máxima desenvoltura quando o autor se empenha em comentar a relação entre teoria e prática no pensamento projetual. Alterna entre ataques e elogios à teoria crítica, e, por não fazer o mesmo com sua contrapartida, parece defendê-la com mais convicção. Identifica um certo preconceito, por parte das “áreas do pensamento puramente teórico” (leia-se ciências humanas, ou ainda leituras marxistas) que, ao abordar a temática do design, identificam-na logo com uma materialidade que há de ser, de antemão, nefasta. Acusa esses chamados “pensadores idiossincráticos” de não ter conhecimento técnico prático de projeto, de nunca ter projetado de fato; e para Bonsiepe isso é suficiente para desqualificar completamente seus argumentos.

20 No trecho reproduzido, foram retirados os “enfoques” anteriores — aos quais, um a um, o autor atribui um sentido negativo — para incluirmos apenas o último, que parece ser indicado propositivamente como modelo ideal.

“Outros profissionais com qualificação meramente acadêmica, mas sem habilidade para o projeto, ganharam relevância, respaldados por categorias e critérios tradicionais. O design transformou-se em campo de ação para qualificações acadêmicas não ligadas ao domínio do projeto, despertando ambições hegemônicas próprias e interesses canônicos próprios. Elas ganharam uma influência crescente sobre a política do design e o discurso projetual com o argumento de que o design é importante demais para ficar só na mão dos designers.[...] A teoria só pode avançar quando superar o status de uma ocupação ocasional e for aceita como disciplina autônoma nas instituições de ensino superior.” (op. cit. p. 179-180)

Em um primeiro momento, não admite que olhares críticos se coloquem sobre sua disciplina vindos de outras áreas, nem quando problematizam o design enquanto fenômeno sociológico. Defende uma primazia da prática sobre a teoria, utilizando-se de velhas categorias do pensar como atividade passiva e do agir como única possibilidade de transformação, para então advogar uma existência marginal da teoria, um lugar onde deve sempre resignar-se de posturas verdadeiramente críticas, um domínio onde apenas opera validando as práticas enquanto alinhadas ou não com certos preceitos sociais. Reserva aos designers a única possibilidade legítima de discorrer sobre a teoria do design.

“A teoria, às vezes, é interpretada como nostalgia pela intervenção projetual na realidade. Ao fazer isso, precisa evitar o perigo da atitude de superioridade, aproximando-se da humildade da prática profissional. Deve-se abordar essa prática reconhecendo-se e admitindo-se que prática não se resume a um acesso meramente discursivo. Um único design implementado na realidade — uma página bem diagramada de um livro, uma metáfora de navegação inteligente, uma alça precisamente colocada num instrumento de medicina — apresenta sua força declarativa, em virtude da praticidade, superando inúmeros derivados verbais.” (op. cit. p. 182)

Em sua concepção, a prática é o domínio da própria realidade objetiva, o que relega à teoria, se considerarmos como de oposição esta relação (da mesma maneira que

é levada a cabo pelo autor), um lugar de fantasia ou especulação. No entanto, depois de defender uma postura quase alienante em marginalizar a teoria, a recupera com uma certa atitude conciliatória:

“Não se justificam a indiferença e a aversão pela teoria, porque ela permite formular perguntas hermenêuticas sobre o sentido e os limites do design, e, portanto, explorar as suas possibilidades. Logo, deve-se advogar por uma relação mútua e produtiva, em vez de insuflar o conflito. Em favor da teoria, fala-se que existe uma tradição do olhar não despótico que percebe lacunas, descobre complexidades e reflete contradições em vez de fugir da problemática e iludir-se com a ideia de que se vive no melhor dos mundos.” (op. cit. p. 183)

Assim, reserva à teoria um caráter estritamente afirmativo, hermenêutico e analítico, na intenção de esquivar-se definitivamente do perigo de vir a ser vitimado por uma atuação negativa, crítica e problematizadora. Vê como temas privilegiados da investigação teórica a metodologia de projeto (segundo ele, tema “decisivo para libertar o processo de projeto do pensamento corrente de dependente da subjetividade”, em mais uma tentativa de consolidar o design enquanto atividade científica) e a semiótica (ao mesmo tempo que para justificar uma espécie de “funcionalismo comunicativo”, também para elaborar as fundações epistemológicas do design); não acredita ser necessária — mas sim até problemática — uma atuação da teoria em sentido de reavaliar o sentido histórico e o lugar social do design, parecendo não vislumbrar outras desconfianças além das provocadas pelo *lifestyle design* e outras decrepitações, já citadas, daquele sentido original que defende para o design. Em outras palavras, acredita que a única coisa pode legitimamente levantar desconfiança sobre a correção de um projeto de design é o eventual desvio que o distanciaria do ideal que ele mesmo afirma. Exercita, efetivamente, a convicção há muito criticada por Selle, de que não cabe nenhuma crítica estrutural do design — que só há espaço na crítica do design para a avaliação de mercadorias.

“Formulam-se ainda hoje perguntas sobre o sentido do design? Podem ser formuladas e compreendidas ainda hoje perguntas sobre sua relevância social? Surgem dúvidas se olharmos para as consequências do habitus autorreferencial do design dos anos 1980 e para o desvio

do eixo projetual em direção ao lifestyle design. O que se pode fazer? Dever-se-ia reivindicar o domínio do design como categoria central da modernidade. Encontramo-nos ainda na pré-história do design, apesar da imensa exploração midiática dessa palavra. Uma teoria da cultura e um debate que não incluam o design como uma faceta essencial da prática humana na sociedade sofrem com uma visão limitada. Falta ainda uma reinterpretação da cultura a partir da perspectiva do projeto.” (op. cit. p. 196-197)

Bonsiepe articula grande parte de seu discurso em apelos morais, a partir de definições universalizantes que lhe são convenientes. Não se encoraja a enfrentar os argumentos sutis — embora extremamente sólidos — contra a razão iluminista que o pensamento pós-estruturalista colocou; prefere encerrar-se em brandir palavras de ordem que emprestam sua força da orientação moral positiva com a qual o discurso hegemônico as imbui. Enquanto se coloca, quase em tom quixotesco, como defensor de um sentido literal, essencial e perfeito do design e da vida, Bonsiepe acha conveniente considerar qualquer desvio de seu modo de pensar como patológico, desumanizante, controverso, danoso, conservador, errado, mal-intencionado, ingênuo, torto, ilusório, dominador, algoz ou simplesmente pervertido. Vê em si um sentido histórico muito próximo daquele que atribuíam a si as vanguardas: revelador de uma verdade há muito guardada em segredo pela corrupção dos valores; o problema é que defende os mesmos ideais dessas vanguardas que estão para completar um século — e por isso não podemos entendê-lo como um revolucionário, mas sim o oposto: como um perfeito reacionário no sentido mais estrito da palavra (fora de seu contexto político da oposição entre liberais e comunistas), visto que se coloca em uma posição onde reage aos argumentos sérios e profundos que foram colocados contra esta ordem antiga, e o faz usando armas morais e retóricas.

Segundo movimento: leituras do tema ético no design em seus praticantes

“Naquele tempo falou-se muito das Vindicações: livros de apologia e profecia, que justificavam para sempre os atos de cada homem do universo e guardavam arcanos prodigiosos para seu futuro.”

(BORGES, Jorge Luis. A Biblioteca de Babel.)

Uma re-introdução: fundamentos e fundadores do atual discurso do design no Brasil

Não seria possível relatar alguns dos aspectos mais sutis da busca ética que empreende o design sem antes recordar as opiniões e as certezas correntes no discurso que o envolve no Brasil. Isso significa evidenciar as coisas que são ditas, em diferentes círculos sociais, a respeito do que faz e para quem serve um designer, sem relacioná-las imediatamente a juízos de verdadeiro ou falso. Apenas registrá-las como instantâneo de uma espécie de campo semântico, onde se consolidam potências e corpos; palavras não como vetores de conceitos imutáveis, mas como fundações que possibilitam estruturas de poder. Tentaremos aqui situar cada proposição como vértice de disputa de uma significação, um entendimento médio a respeito de um tema. Para navegar tais narrativas despidas das paixões mais profundas, de maneira nenhuma deve-se entender este movimento a partir de um receiturário idealista, relacionando uma suposta falência do estado atual das coisas com a necessidade da busca de um proposto modelo desejável — repete-se: não há nenhuma vocação propositiva aqui, apenas crítica.

Num exercício que pode parecer desnecessário para um especialista, neste capítulo tentaremos sintetizar as transformações que operaram a consolidação do projeto como profissão específica; desde o cenário europeu da revolução industrial até os reflexos colonialistas que trouxeram para a América Latina não só um espírito específico do projeto como também a palavra *design*. Não é somente para nivelar um eventual leigo às discussões posteriores, no entanto, que o faremos; mais importante será pontuar alguns engatamentos com raízes mais antigas do pensamento ocidental que vieram à reboque, além de evidenciar a área do desenho como território em disputa de significação. Como ponto de chegada deste movimento estão os enunciados de teóricos contemporâneos do desenho industrial que trabalham a questão do desenvolvimento no hemisfério sul, em especial os do já mencionado Gui Bonsiepe.

Mesmo sob o exame mais superficial, nota-se que o lugar social, o papel e a natureza do design é um problema que não reúne hoje qualquer consenso. É notável e largamente conhecido o profundo abismo, no Brasil de hoje, entre duas principais maneiras de pensar e debater o design: uma típica de quem está envolvido com projeto, outra manifestada por não-especialistas. Não constituem frentes homogêneas de maneira nenhuma, mas representam uma certa polarização em termos gerais, a partir de onde se iniciam os debates e as suposições. Essas duas frentes, curiosamente, não se encontram

em lugares simétricos: o conhecimento de projeto acumulado dentro das universidades constitui uma disciplina²¹, um corpo sistemático de afirmações tidas como verdadeiras e mantidas sob o zelo de especialistas (o que quer dizer que, em geral, o que torna designer um designer é entender, aceitar e, principalmente, reproduzir estas afirmações); enquanto, pelo outro lado, o que se sabe sobre design fora desses limites não é sistemático, mas tem muito mais ampla circulação, até porque é reproduzido e reafirmado por grandes veículos midiáticos.

É também curiosa a maneira como estes pólos discursivos se relacionam em um jogo de poder. Os especialistas do projeto conhecem bem o lugar social onde os leigos situam a sua prática, a maneira mais difundida pela qual se entende a palavra *design*. E, principalmente porque esta visão popular é incompatível com as proposições que condicionam seu pertencimento ao corpo disciplinar do projeto, a condenam como um erro, fruto de ignorância elementar a respeito de todas as coisas primárias do que constitui a origem, a prática e a finalidade do design. Daí poderíamos especular que este corpo disciplinar do design exerce alguma autoridade sobre o que é considerado verdadeiro nesse tema. No entanto, diferente das disciplinas mais antigas e mais fechadas, como as ciências clássicas, o design não é constituído somente por afirmações sobre uma verdade natural, mas também por uma prática profissional encarnada em um serviço capitalizado, quase sempre contratado por não-designers; e por isso raramente aos designers é permitido o privilégio de decidir o que de fato é praticado como design. Estamos falando de publicitários, industriais, jornalistas, editores, administradores; toda uma sorte de clientes que não raro compartilham com a população em geral a visão sobre este serviço que seus próprios contratados consideram errada ou até nefasta.

Nesta situação, mais do que nos perguntarmos “o que é design?”, como se criou tradição em perguntar, defende-se por melhor alternativa perguntar, de maneira dupla: “o que é design, na visão de quem não é designer?” e “o que é design, na visão de quem é designer?”. Aproximando-nos de uma resposta satisfatória para cada, e levando em conta a relação de ambas e a dinâmica discursiva apresentada, seremos capazes de descrever com suficiente cuidado o campo discursivo em questão. E, espera-se, intuir uma imagem do conflito que não esteja alinhada sob nenhum dos dois estandartes.

Então, o que constitui a ideia de design que o brasileiro carrega, em geral? De fato, o simbolismo que assombra a palavra design, com toda percepção de petulante importância

21 Esta afirmação parte do entendimento do design como disciplina, na concepção de Foucault do termo, apresentada em *A Ordem do Discurso*.

estimulada por sua sonoridade gringa, não parece fazer parte da vida diária. Mais do que isso, está associada a uma ideia de luxo e gosto pelo consumo. Design é coisa inacessível, cara, que somente os mais ricos podem consumir ou mesmo apreciar. É fazer com que coisas simples se revistam de materiais aveludados, coloridos, emborrachados; ou ainda fazer com que coisas simples se pareçam com outras coisas, mais complexas — por exemplo, uma luminária instalada na cabeça de um cavalo esculpido em plástico. Design é a ocupação de jovens homossexuais eurófilos, mas também pode ser o principal atributo do sapato mais caro da loja: “este produto tem muito design!”

Desenvolvem-se sobre essas primeiras impressões algumas leituras um pouco mais refinadas, principalmente entre a classe que contrata o serviço, apoiadas num pragmatismo econômico de mercado. Nelas, o design é uma ferramenta capaz de produzir desejo no consumidor e assim aumentar o valor percebido na mercadoria. O designer é um profissional versado em bom-gosto e talentoso em produzir elaboradas fantasias relacionadas à imagem do produto. Sua atuação é superficial, fútil — restringe-se a produzir uma beleza vulgar, universalmente reconhecível, aplicada harmonicamente sobre o corpo funcional de um objeto ou de uma mensagem; uma gracinha, um capricho. Sendo assim, não é uma prática essencial, mas sim um termômetro do avanço de determinado mercado: afirma-se que temos um mercado bastante robusto e desenvolvido quando os consumidores estão dispostos a aceitar maiores preços em troca do prazer supérfluo do design.

Naturalmente, um discurso pelo qual a academia não nutre nenhum apreço. Considera-o não somente enganado como também prejudicial em muitos níveis, e por isso grande parte dos primeiros anos das graduações em design é dedicada a negá-lo. No interior da instituição há uma percepção de que só podem ser consideradas em si verdadeiras proposições sobre a natureza do projeto que se encaixam num sistema disciplinar consolidado. Aqui, design é um método de abordar o problema do projeto, nascido com a necessidade industrial de padronização dos objetos: deve ser simples, deve ser fácil, deve permitir que o objeto cumpra sua função sem nenhuma distração ou dificuldade, deve ser evidente para qualquer pessoa, deve ser universal e barato; e, mais recentemente, deve ser ecologicamente inerte. Fazer design significa garantir que as coisas que saem das máquinas aos milhares por minuto cumpram esses requisitos. Quando se permite maior abrangência conceitual, aplica-se design não apenas nas miríades uniformes concebidas na indústria, mas também em objetos de série limitada ou únicos — o importante é que sempre se cumpram os requisitos. Ou ainda, mais recentemente,

permite-se que algumas ideias generalizadas do design alcancem outros domínios: não se limitam mais apenas a coisas de suporte físico e de uso principalmente funcional, mas também a coisas como ambientes, decoração, moda; ou ainda às coisas denominadas *imateriais*: interação, experiência, serviços. O que todas essas frentes têm em comum é uma orientação sob uma ideia bastante forte de projeto, sob um equilíbrio tensionado entre os imperativos do controle e da criação.

Ou seja, sugerimos aqui que, na polifonia de definições prescritivas (nem sempre harmônicas) que tradicionalmente se produz academicamente no campo do design, em muitas de suas formas e modalidades, *projeto* figura proeminentemente como palavra chave — e, ainda, que este *projeto* constitui uma modalidade de pensamento fundada num binômio talvez inconciliável: controle e criação. Na prática, o design moderno permite essa conciliação valendo-se de uma interpretação relativizada de criação. Logo retomaremos este assunto; por agora nos basta a afirmação de que, na visão do especialista sintetizada para a maior brevidade, design significa projeto. Evidentemente, as formas de pensar o projeto e o design na academia assumem variadas formas e maiores sutilezas. Aqui sinalizamos apenas algumas das proposições mais habituais como representativas de um universo mais complexo; nossa intenção é apenas situar os argumentos mais correntes para entendê-los em relação à totalidade. É comum, ao defender ideias a partir de dentro de suas próprias convivências, entender que um certo conjunto de elementos teóricos — fundações de um ideal de prática difundido — são perenes, fixos e eternos. Este quase nunca é o caso, e certamente não é o caso do campo do design. Por isso, tentaremos aqui elaborar um debate não prescritivo a respeito da ideia de projeto: um debate histórico, reconhecendo a radical contingência destas ideias, a fim de escapar de tais amarras conceituais de forma mais fluida.

A palavra *projeto* pode assumir em geral duas diferentes significações. Pode designar a maneira de pensar caracterizada pela composição de elementos especulativos para constituir um produto específico (utilizando aqui a palavra produto não como objeto de uso mas, de maneira mais geral, como resultado de um processo), justificando assim as derivações *projetar* e *projetista*, entre outras. Mas pode também designar um documento ou registro que contém as descrições mais detalhadas possíveis deste produto, um documento que antecede a realização dele, e que serve como manual para guiar uma encarnação física — uma situação em que a palavra assume uma categoria mais mundana e passa a admitir o artigo indefinido que lhe reduz a instância do fazer projetual: *um projeto*, em meio a muitos possíveis. O designer projeta e produz projetos.

No entanto, projetar não é exclusividade do designer. De fato, constitui parte considerável das atividades de diversos outros profissionais — arquitetos projetam edifícios; engenheiros projetam máquinas, pontes, veículos, sistemas de desempenho; legisladores projetam códigos de conduta; urbanistas cidades; cientistas projetam experimentos e pesquisas; administradores se encarregam de gerir projetos. O problema aumenta em confusão e complexidade quando investigamos tal promiscuidade categórica em outros idiomas: no inglês, por exemplo, que admite a variação “*to design*” como verbo (algo como o ato de fazer design), não é incomum ler trechos como “*the architects designed the windows to be as wide as possible* (os arquitetos fizeram um design das janelas para que fossem tão largas quanto possível)”. Sugerindo que, além do domínio do projeto não ser exclusivo do designer, também não é exclusivo do designer o domínio do design. Se desejamos conceber uma identidade do design a partir da prática profissional, o que vem a ser então o elemento diferenciador, enquanto modalidade de projeto, que torna o design uma profissão em si? Se arquitetos são arquitetos porque a coisa que projetam é o edifício habitável, se engenheiros são engenheiros porque a coisa que projetam é a ponte; enfim, se grande parte do problema da definição de outras profissões se resolve pela identificação do objeto de seus projetos, qual é o objeto de projeto do design? Qual é a coisa que o design projeta?

Tudo. Defende-se, ainda nesta visão acadêmica do campo do design enquanto profissão, que o designer é treinado para projetar qualquer coisa — um grande generalista. Ora, podemos argumentar que não é possível: o designer não está preparado para projetar edifícios ou pontes que se garantam sólidos; em geral não é capaz de projetar máquinas em seus detalhes funcionais; automóveis, ainda que participe do desenvolvimento formal de suas carapaças e superfícies de interface (ou até na sua usabilidade de modo geral), ignora propositalmente os sistemas internos que o fazem mover-se. Lhe falta toda espécie de conhecimento para isso, em especial um tipo de conhecimento específico em pontes, em máquinas ou em automóveis. De fato, muitas das coisas projetáveis necessitam de uma dedicação específica para que os projetos venham a ter um mínimo de sucesso; nestes casos o designer pode ter uma atuação até significativa, mas em geral não dominará a competência necessária para calibrar elementos técnicos. Nos outros casos, de objetos mais simples, é habitual ver o designer assumir total controle sobre o projeto: coisas como luminárias, aparelhos de chá, capas de discos, sapatos, embalagens de alimentos, livros, tesouras são, frequentemente, do domínio projetual do design. Tradicionalmente, os objetos de projeto do design são artefatos de uso cotidiano, em variados níveis de complexidade, mas que, em geral, não requerem grande especialização para idealizar.

A gênese do design, enquanto prática, é frequentemente associada ao contexto da revolução industrial, quando o mundo ocidental passou por uma transformação no paradigma de produção: de uma tradição artesanal baseada nas corporações de ofício para uma prática fabril, dependente das máquinas, seriada e de grande volume. Esta transformação provocou inúmeras turbulências na Europa do século XVIII; entre elas, havia o fato de que o artífice responsável pela produção dos objetos estava deixando de ter controle sobre as características de seus produtos; estava sendo gradualmente separado do domínio técnico da totalidade desta produção à medida em que se dividia o trabalho em infinitesimais operações. A linha de produção era uma exigência da máquina: só era possível tamanho aumento na produtividade se cada produto que saísse da fábrica fosse exatamente igual o anterior e o próximo; e porque o trabalho da máquina era cíclico e repetitivo, o trabalho do homem na fábrica (nas atividades em que ainda não havia tecnologia suficiente para a automatização) também deveria ser cíclico e repetitivo; caso contrário seria trabalho incompatível com a mecanização. Dentro da tradição marxista há grande atenção para este fenômeno: aponta-se aí o surgimento da classe proletária, formada pelos trabalhadores espoliados do conhecimento atrelado ao próprio trabalho — alienados. Em nossa análise, no entanto, é mais importante entender que neste momento nasce, do mesmo ovo de onde nasce o trabalhador alienado, outra figura social: o homem de projeto, o designer.

O produto da indústria, para ser multiplicado milhares de vezes, deve ser sempre o mesmo; sem alterações ou diferenças. Isso não acontecia na produção artesanal: um sapateiro não repetia o mesmo sapato centenas de vezes durante sua vida produtiva; cada sapato era feito ao mesmo tempo em que era idealizado. O artesão só viria a saber exatamente como viria a ser o objeto pronto pouco antes de terminá-lo. Aquilo que hoje chamamos de decisões de projeto eram tomadas à medida em que se encontravam contratempos e oportunidades durante a produção, e cada novo produto, apesar de repetir uma ideia básica de como deve ser um sapato, exigia uma certa flexibilidade do produtor — ou seja, aquele desenho imaginado pelo artesão mudava a cada nova iteração do produto. Na produção em série, no entanto, não cabe nenhuma flexibilidade, porque qualquer ajuste multiplicado pelo volume de produção ficaria dispendioso demais para valer a pena. A mecanização, em efeito, separou do trabalho produtivo o trabalho de projeto: todas as características do produto deveriam estar decididas, em grande detalhe, antes do início de sua produção. Então, julgou-se oportuno colocar nesta função profissionais que já estavam habituados a decidir características das coisas antes de existirem (a, efetivamente, projetar):

os primeiros desenhistas industriais foram arquitetos. A necessidade de se conformar o produto *standard* tirou do trabalhador produtivo a prática de definir as configurações da coisa que está produzindo na fábrica, efetivamente separando-o de qualquer possibilidade de controle sobre o processo de manufatura — toda esta responsabilidade de controle então concentrou-se na figura, agora necessária, do desenhista industrial.

Entender a transformação histórica que se passou na organização do trabalho dentro das fábricas passa por perceber os conflitos sociais inaugurados naquele momento: o advento da máquina fabril não só empoderou uma ascendente burguesia européia (que tornava-se detentora dos meios de produção), como gestou a figura antes inexistente do designer, um funcionário da indústria cuja atividade passava a ser, exclusivamente, a de configurar os atributos das coisas que saíam das máquinas. Em consequência, o artesão destituído de controle sobre aquilo que produz passa a ser apenas um trabalhador alienado, a *commodity* do mercado de trabalho; entre ele e o patrão, na hierarquia das classes sociais, agora estava o neonato desenhista industrial.

Esta afinidade do pensamento projetivo com a ideia de controle não é somente uma contingência histórica dentro do contexto do design, mas também uma orientação filosófico-política. Isso implica em dizer que o projeto é mais antigo que o design; tendo surgido como face prática do conhecimento renascentista. A cartilha cartesiana não se realizaria por completo quando o mundo objetivo estivesse totalmente codificado em linguagem matemática — ainda assim lhe faltaria seu propósito último: a capacidade técnica de manejar estes fenômenos descritos. O controle aí aparece não só como finalidade de todo o esforço de conhecer, mas também como validação de todo esse conhecimento. Se o ideal renascentista tinha a intenção de afirmar o homem como sujeito do mundo, a capacidade técnica de encenar os fenômenos naturais era uma necessidade conclusiva; afinal, com que credibilidade poderia alegar saber da intimidade das coisas naturais um que não é capaz de prever suas interações futuras e sujeitá-las sob seu próprio desígnio? A invenção do projeto, como o conhecemos em sua encarnação moderna, preencheu esta finalidade; a partir dele foram possíveis as máquinas que colocaram a natureza sob o jogo econômico.

Da mesma maneira que a ideia de projeto empresta da ciência o imperativo de controle, retoma das artes o devir da criação. O campo artístico é onde tradicionalmente se discute a figura do criador, ora celebrado como articulador genial de formas e significações, ora imaginado como espécie particularmente obsessiva de solitário. Aqui, tentamos recuperar a ideia de criação ancorada no devir deleuziano, para dizer que não

há possibilidade real de conciliação produtiva entre esta e controle. Aquele que cria, trabalhando por absoluta necessidade, é aquele que revela em diferentes suportes faces de distintos *devires* — desvios. Corpos desviantes, formas, saberes desviantes. Em certo sentido, o ato de criação é um que oferece vislumbres do impensável, imagens fugazes de algo que, por mero acaso, simplesmente não veio a ser. Algo que não era sequer imaginável um minuto antes de sua aparição, e, exatamente por sua condição de desviante, não pôde ser capturado em um esquema prévio de desígnios. A obra de arte, o objeto da criação, é exatamente o que não estava antes enredado em planos, o que não pôde ser objeto de controle.

Não obstante um projeto, enquanto documento, afirma em toda sua extensão a possibilidade de controle, porque descreve objetivamente alguma coisa a ser realizada; e, similarmente, também afirma a possibilidade da criação, porque esta coisa projetada só existirá a partir daquele momento. Esta dupla identidade, ainda que paradoxal, é fundadora da modalidade de pensamento do tipo programático, sintetizador e generalista que torna possível o *projetar*, e todo projeto testemunha ambos os conceitos. Não por acaso identifica-se frequentemente a prática do design como algo entre a ciência a arte — de ambos empresta intuições fundantes, a ponto de constituir relação de profunda interpenetração. Como é possível, então, que esta interpenetração seja afirmada quando se trata de par tão fundamentalmente incompatível?

A primeira e mais tentadora hipótese é a de que não há, de fato, criação em projeto; que esta vocação auto-proclamada não passa de esquema de fraude. Mas pelo contrário, da mesma maneira que pode haver uma ideia em cinema — como defendido por Deleuze em *O Ato de Criação* — ou uma ideia em filosofia, pode também haver algo como *uma ideia em design*; uma ideia que somente revela-se realmente nova quando realizada neste suporte. No entanto, ainda que afirmemos esta possibilidade, não podemos nos certificar que criação acontece em cada projeto; mais acertado é entender que sim, a criação figura como finalidade teleológica no *modus operandi* do projeto; e que ocasionalmente (raramente) ela pode mesmo ser alcançada. Mas quando isso acontece não é, de nenhuma maneira, por consequência do ímpeto de controle ou mesmo informado por ele, porque não há nada que lhe possa informar. Assim se desenrola o paradoxo deste improvável matrimônio: empenha-se o designer em capturar algo que, ao mesmo tempo que lhe serve, nunca antes foi capturado — empenha-se em *criar* para atender uma necessidade. Ainda que

suas tentativas retornem frequentemente resultados pertinentes, raramente surtem algum efeito no etéreo corpo da arte, que quando lampeja é somente por seu próprio capricho. Controle e criação assim, casados sob o sacramento do projeto, nunca estarão presentes na mesma ocasião.

Dentro dessa delimitação conceitual constituiu-se historicamente a noção mais profunda de projeto, que fundamenta a teoria e informa a prática do design desde suas origens. Durante a experiência da Bauhaus, na Alemanha dos anos 30, era clara a aproximação das duas frentes numa primeira consolidação institucional do design erigida sob a bandeira do projeto. Ali já corria uma orientação ética bastante ampla, orientada pela possibilidade produtiva da indústria:

[O escopo específico da Bauhaus] era concretizar uma arquitetura moderna que, como a natureza humana, abrangesse a vida em sua totalidade. Seu trabalho se concentrava principalmente naquilo que hoje se tornou uma tarefa de necessidade imperativa, ou seja, impedir a escravização do homem pela máquina, preservando da anarquia mecânica o produto de massa e o lar, insuflando-lhes novamente sentido prático e vida. (Gropius, 2004, p. 30)

Após seu fechamento devido à segunda guerra mundial, os alemães testemunharam ainda a reedição destes ideais — a hfg-Ulm foi uma escola que, criticando o enfoque demasiado artístico da sua predecessora, defendeu uma prática do design mais próxima de um pensamento mecânico, interessada em constituir uma espécie de ciência do design:

Essa instituição, nos anos 50 e 60, teve uma contribuição essencial para uma definição do campo de ação e do currículo das carreiras projetuais de desenho industrial, programação visual e Arquitetura pré-fabricada ou industrializada. Continuou criticamente a herança da Bauhaus de Dessau, dando ênfase a uma aproximação, às vezes dolorosa e conflitiva, entre as disciplinas técnico-científicas e as atividades projetuais. (Bonsiepe, 1983, p. 195)

Desta linhagem formou-se o design brasileiro: durante das décadas 60 e 70 começaram a ser fundadas as escolas brasileiras de design mais tradicionais, tomando como exemplo curricular e político estas pioneiras europeias. Ainda nesta época, nomes como Victor Margolin, Tomás Maldonado e Gui Bonsiepe assentavam uma versão latino-americana da teoria do desenho, informados também pelo que estava sendo produzido na América do Norte por Papanek, Packard e outros.

É justo afirmar que uma intenção humanista sempre correu explícita neste histórico. Toda a narrativa de inclusão civilizatória está presente desde as experiências alemãs primordiais em duas frentes principais. Uma delas, bastante influenciada pelo movimento construtivista soviético, sugeria que a arte (num sentido quase técnico, talvez um pouco distante do que acaba de ser discutido aqui) tinha uma obrigação educadora, de oferecer subsídios elementares para que todas as pessoas, inclusive as de classes sociais mais baixas, pudessem usufruir de um tipo de conhecimento próprio, que seria de vital importância. A segunda frente, descendente de uma linhagem antiga dos mais otimistas comentadores da indústria, defendia que uma sociedade mais igualitária poderia ser atingida através de uma distribuição mais ampla dos confortos da cultura material. Neste ponto o desenho industrial aparecia como ferramenta privilegiada, porque uma correta configuração dos atributos físicos das mercadorias as tornaria mais acessíveis e mais adequadas a cumprir suas funções de uso com clareza e objetividade. A tese é que o design é a profissão mais qualificada para remediar as injustiças econômicas do capitalismo; que é obrigação do designer projetar com um objetivo claro de atuar sobre a sociedade. Na corrente que circulou mais amplamente, no entanto, não havia qualquer vislumbre de reforma radical do capitalismo — algo como *a revolução* defendida pela marxismo crítico da mesma época, a esta altura tomada já totalmente em sentido utópico — a atuação crítica do designer limitaria-se a regular detalhes incrementalmente, paulatinamente; correndo por dentro do industrialismo financeiro sem questioná-lo estruturalmente.

Toda esta missão humanista do design já é tida com grande importância em sua linha europeia, mas aumenta muito em urgência quando pensada no contexto do terceiro mundo, como Bonsiepe anunciava já em 1979:

A realidade do “Submundo Perplexo” — como se têm sido chamados esses países periféricos — pode, sob inúmeros aspectos, ser qualificada de alarmante e até catastrófica. [...] Essa realidade, porém, não nos

deve conduzir a um catastrofismo simplista. As profissões projetuais seriam as últimas às quais se permitiria uma atitude derrotista, uma atitude de não participação. Serão necessários todos os instrumentos da inteligência projetual para fazer frente a esta situação de extrema emergência; o desenho industrial, como atividade tecnológica, deve contribuir para superá-la com respostas concretas. (Bonsiepe, 1983, p. 2)

Em tom convocatório, exercita plenamente uma visão de ethos emancipador do design. Justifica este ônus através de uma certa vocação às ditas *respostas concretas*, e à uma espécie de atitude intrínseca de *não-conformação* que deve correr na profissão. Defende que tal atitude transformadora deve partir exclusivamente dos povos oprimidos, sem qualquer interferência de práticas consolidadas no primeiro mundo; ainda assim, não abandona a centralidade do pensamento projetivo nesta empreita, nem a necessidade de industrialização — ambas ideias originadas e plenamente difundidas nas metrópoles. No hemisfério pobre, defende a prática de um tipo de indústria com boa consciência, uma versão do paradigma de produção europeu renovada pelos ânimos de uma espécie humanista de design.

Apresenta-se assim a delineação de um tipo de pensamento bastante difundido e praticado nas academias de design brasileiras, profundamente influenciadas por tais formulações. Pretende-se ter, até aqui, estabelecido com razoável clareza que durante todo esse histórico houve a defesa de um *ethos* do desenho que raramente se manifestou fora de um quadro emancipador, e que esta defesa continua viva e presente, envolvendo a prática e teoria do design brasileiro ainda hoje.

Em tempo, cabe algum comentário sobre o que vem a ser entendido como *emancipação* neste trabalho. Nota-se aqui sua identidade com as palavras *redenção* e *salvação*, trazidas da tradição judaico-cristã; *esclarecimento*, do discurso humanista; e com a mais recente *conscientização*, de ares progressistas, democratas. Entre estas, *emancipação* aparece como mais próxima das ideias pós-coloniais, ainda que apresente uma raiz mais antiga ligada ao cristianismo, além de pertencer também ao vocabulário jurídico. Todas estas palavras apresentam vínculo central com uma ideia de *libertação*: o cristão liberta-se de uma vida terrena finda, repleta de sofrimento, para alcançar uma nova vida de gozo eterno; o homem esclarecido é aquele libertado de uma ignorância primordial, capaz agora de acessar o mundo de maneira menos apaixonada, mais

racional. As colônias emancipadas, independentes, são as que libertaram-se de um modo de vida subserviente, dependente de suas metrópoles. Sob o jugo da lei, o homem emancipado é aquele capaz de ser responsabilizado e penalizado — exatamente porque, dentro de uma perspectiva de maioria, passa a ser considerado sujeito pleno, protagonista de suas próprias ações — algo talvez mais claramente explanado pela vernacular colocação “*já sabe bem o que faz*”.

Pode-se argumentar que este exercício provém de excessivo gosto por identidades lexicais, coisa que pouco pode informar a respeito da realidade destes conceitos. No entanto, dentro de um quadro de análise de discursos, não se deve entender dessa maneira. Mais do que uma ferramenta retórica, olhar com alguma atenção para as semelhanças históricas desses conceitos pode trazer dados mais profundos a respeito das relações de poder que se estabeleceram ao redor deles. Abrir essas possibilidades de significação tem a função de entender o que têm em comum; é justamente neste ponto de contato que pretende-se consolidar o entendimento de emancipação que usaremos aqui. E, de fato, todos estes conceitos evocados parecem apontar para uma ideia de processo, de um movimento partindo de uma situação prévia em direção a uma situação posterior — uma direção profundamente desejável, encharcada de carga positiva pelo próprio uso da palavra. Raras são as ocasiões em que esta significação é invertida ou mesmo neutralizada: redimir, salvar, esclarecer, conscientizar ou libertar nunca são pensados como efeitos a serem evitados. Evocar algum desses conceitos tem quase sempre a intenção de aproximar-se de algum sentido de correção quase teológico.

Por isso, suspender a histórica desejabilidade de emancipar é uma das propostas deste trabalho — nalgum ponto, entre o título e a conclusão, instigar no leitor a dúvida a respeito deste consenso quase universal sobre a benevolência de semelhantes missões. Todavia, sem deixar de observar o recorte do campo do desenho: trata-se de processo de transformação (a partir de uma situação indesejável para uma desejável) levado a cabo pela figura do designer como operador ou regente, utilizando o design como ferramenta. Não deixa de ser movimento, pois acontece como fenômeno no tempo; e não será tomado como um acontecimento ideal, realizável ou não, que tem sido esquecido cada vez mais profundamente devido a versões degradadas colocadas em prática irresponsavelmente. Quer dizer, não se defende que os acontecimentos aqui descritos *falharam em emancipar*, simplesmente porque isso implica em admitir essa emancipação como possibilidade latente e inalcançada. Em vez disso, pretende-se

entender todo este enredamento como um pivô narrativo, uma modalidade discursiva teleológica que pretende alcançar um objetivo de libertação, de amadurecimento espiritual ou de superação de condições espúrias. Ignora-se aqui a questão bastante enigmática de considerar se tais processos realmente constroem alguma mudança íntima e decisiva nos indivíduos que deles são alvo — visto o título, tratamos dos ditos que circulam sob este nome, não mais que isso.

Considerações metodológicas

Dentro da proposta de vasculhar as afirmações correntes no campo do design sobre o tema, e como segundo movimento em direção a uma análise mais completa do quadro discursivo, entrevistas foram tomadas. A extensão do espaço amostral é bastante pequena, e isso se deve a dois fatores — em primeiro lugar, os requisitos exigidos para o perfil do entrevistado limitaram bastante o universo de escolhas possíveis. Em segundo lugar, optou-se por um enfoque em que os temas são tratados em maior profundidade do que extensão; isso é possibilitado pela cuidadosa seleção dos entrevistados, e colabora com a maneira como se pretendia elaborar os comentários a respeito do que é dito. A intenção é a de permitir a eles considerações mais sutis do que, por exemplo, a mera opinião a respeito de algumas proposições, codificada em níveis de intensidade ou em uma série limitada de alternativas — neste trabalho, a sutileza das coisas e de suas implicações é tomada como de grande importância. A opção pela entrevista, no entanto, enfraquece a possibilidade de afirmar com alguma exatidão quão ampla é a circulação destas afirmações (para este propósito serviria melhor uma amostra extensa e um enfoque quantitativo), no entanto, entende-se como muito mais importante para este tipo de trabalho a minúcia de trabalhar cada tema com a atenção que merece, quase conformando um formato de diálogo; e pontuar em cada fala seus enredamentos, suas recorrências, suas dobras.

Quatro depoimentos foram produzidos com quatro pessoas. Em comum entre elas há a participação intensa em projetos ou organizações com características bastante semelhantes e bem específicas. De fato, estes entrevistados foram encontrados a partir da identificação destas organizações: Revale, Colabora e Design Possível. As três se apresentam como manifestações do design em benefício social, a partir do entendimento que há contribuições importantes dos designers no desenvolvimento de relações econômicas mais justas. Além disso, as três iniciativas muito se assemelham em forma de atuação: a partir da identificação de grupos de excluídos, trabalham no sentido da formação de arranjos produtivos com a intenção de superar dificuldades de inserção em mercados, estigmas sociais associados à pobreza, ou até debilidades psicológicas da ordem da auto-estima e identidade de grupo. Entende-se que esta receita é a mais diretamente relacionada à ideia de *emancipação pelo design* que circula no meio acadêmico brasileiro (ainda que esta definição permita uma flexibilidade capaz de reconhecer-se em diversas modalidades de atuação), e por isso a tomamos como exemplar neste estudo. Em efeito, assegura-se aqui, neste segundo movimento, não mais que a leitura de concepções situadas no fazer

prático deste tipo de design, em complementação ao movimento anterior, ancorado em leituras formais de teóricos e concepções mais generalizadas.

Camilla Annaruma é uma das entrevistadas. Aluna de graduação em design na fauusp, Camilla participou da formação e de muitas das atividades do Colabora, grupo gestado espontaneamente dentro da instituição com a intenção de atuar em uma série de projetos emancipadores. A conversa tratou especificamente da experiência com o já concluído projeto entrelaços, o primeiro do coletivo, que trabalhava com mães de pacientes de distrofia muscular, capacitando-as na confecção de bolsas com o objetivo de geração de renda. Já Rafael Gatti atuou como articulador do projeto Revale, também já finalizado, pensado no interior de outra de suas iniciativas, o laboratório design simples. Este projeto congregou a colaboração de alguns de seus colegas, enquanto aluno de design na mesma instituição, para desenvolver uma linha de móveis feitos a partir de madeira de reuso que seriam produzidos numa cooperativa pré-existente. Erica Ribeiro e Ivo Pons participam do Design Possível, uma rede colaborativa bastante longeva que tem trabalhado sistematicamente na consolidação de projetos com perfil emancipador, auxiliando grupos na consolidação de diversos tipos de arranjos produtivos.

Cada participante foi entrevistado individualmente e, com uma exceção, presencialmente. Um guia de entrevista, que pode ser consultado no volume anexo deste trabalho, foi elaborado para nortear estas entrevistas. Em geral, os entrevistados eram informados sobre este trabalho, sobre suas motivações e intenções, e depois orientados a responder às perguntas com razoável extensão. Às suas respostas eram adicionadas réplicas conforme o entrevistador julgava necessário, a fim de seguir uma conversa em tom informal e bastante fluido. Havia seis perguntas de caráter bastante geral e abrangente, divididas em duas frentes: uma delas lidava com a opinião pessoal do entrevistado a respeito do tema do design enquanto ferramenta de emancipação, e a outra lidava com aspectos mais factuais de cada projeto citado. As conversas foram registradas em gravações de áudio que estão presentes nos anexos deste trabalho em formato digital. Também estão presentes transcrições integrais de cada conversa, que foram produzidas pelo autor com o cuidado de mantê-las o mais fiel possível ao que foi dito; por esta razão, alguns erros gramaticais foram mantidos; ainda que sejam inevitáveis certas mudanças a fim de adequar as palavras a uma encarnação escrita, mesmo que na modalidade mais informal. Os trechos dessas conversas que aparecerem citados aqui no volume principal estarão alterados para atender a uma norma escrita mais rígida, etapa necessária para que o trabalho mantenha uma linguagem minimamente consistente em sua totalidade. Todo

o cuidado foi observado para manter o sentido original das falas em cada revisão, mas caso algum trecho instigue dúvida, a intenção é que haja a possibilidade de consultar de forma mais direta o enunciado original do entrevistado.

A única entrevista que não ocorreu presencialmente foi com Rafael Gatti, devido a indisponibilidade do entrevistado. Esta aconteceu via troca de e-mails, tentando manter a característica de certa fluidez, e permitindo réplicas. Evidentemente, a forma escrita em que ocorreu a própria troca de mensagens pesou muito no sentido de aumentar a formalidade e o cuidado nas respostas, o que é inevitável. Por isso, esta aparecerá nos apêndices sem qualquer alteração, e da mesma maneira será citada.

Nestas entrevistas, alguns tópicos foram inquiridos diretamente, outros surgiram espontaneamente a partir dos entrevistados, e outros ainda foram sugeridos pelo entrevistador durante a conversa. Muitos deles foram recorrentes em todas as entrevistas, e por isso optou-se pela edição em ordem de temas, diferente de como foram analisados os autores na primeira parte do trabalho. Não é parte do escopo esgotar completamente todos os assuntos citados em cada entrevista, apenas os que encontram possibilidade de apreciação neste trabalho. Aqui aparecerão citados os entrevistados em constante câmbio, a depender do tema discutido em cada momento. Pretende-se formar uma articulação crítica a partir do debate das ideias em curso, identificando quando há pontos de convergência e de divergência em cada enunciado, para tentar entender de que maneira circulam estas narrativas. Assim espera-se obter, entre os pontos de flexão destas falas, um instantâneo dos discursos correntes a respeito do design enquanto caminho de emancipação. A redação final seguirá entrecortada por citações diretas das entrevistas; nos interstícios entre comparações, análises e eventuais incursões mais teóricas pretende-se elaborar uma frente crítica possível.

Análise de entrevistas

Contribuindo para estabelecer a ocorrência e abrangência da intenção emancipadora no discurso do design atual, a pergunta que abre o debate não poderia ser mais direta do que “Você acredita que a prática do design pode operar transformação social?”. Naturalmente, esperava-se que a expressão *transformação social* fosse entendida em seu significado mais corrente e específico (diferente de como já foi brevemente problematizada anteriormente), como melhoria das condições sócio-financeiras de populações desfavorecidas. À parte de certas ressalvas mais adiante detalhadas, todas as respostas foram de concordância — indicando que, de fato, há certa regularidade na crença do potencial emancipador do design:

Sim, eu acredito. Eu acho que o design tem, como muitas outras profissões (talvez todas), uma responsabilidade social muito grande. E eu acredito que projetos de design podem influenciar muito diretamente em transformações sociais. (Camilla Annaruma)

Não há surpresa nesta posição, afinal, foram entrevistadas apenas pessoas com atuação em projetos nessa frente discursiva. No entanto, houve também a recorrência de outra expressão usual: *responsabilidade social*, que qualifica tal empreendimento ético quase como obrigação. Esta opinião aparece frequentemente nos depoimentos, e muitas vezes extravasa o campo específico do desenho. Camilla parece atribuir tal responsabilidade à todas as profissões (indicando nesta ocasião uma delimitação do campo do design mais estritamente profissional); e posteriormente ao homem enquanto sujeito ético. Mais adiante, após breve interpelação do entrevistador, desenvolve este pensamento, ao emitir opinião a respeito da denominação “design social”:

Eu uso aspas porque, em minha opinião, todo design deveria ser social. É uma característica intrínseca do design. Não faz sentido o designer ter a intenção de destruir nada, claro que não. Você espera que dentro de qualquer profissão se almeje o bem, se almeje facilitar coisas, solucionar coisas. Por isso eu acredito que todo design é social. Às vezes temos que usar essa nomenclatura para as pessoas se situarem, para saberem do que estamos falando: do designer de fato engajado, de fato determinado nesse sentido. Do design do bem. (Camilla Annaruma)

Nota-se nesta fala uma particularidade que não se repete em outras entrevistas. Confortavelmente, Camilla manifesta uma aproximação quase teológica do tema, ao evocar a categoria do *bem* em sentido genérico. Os outros relatos são muito mais cuidadosos com este tipo de conceito, evitando aproximar-se demais de uma linha discursiva que arrisca ligação tão direta à um regime moral. Neles, parece correr implícita a ideia de que tal abordagem acaba por constituir panoramas demasiadamente simplistas, que pouco mais realizam do que a formação de uma imagem benevolente de seus precursores.

Erica, por sua vez, distancia-se de uma visão de quase-obrigatoriedade da atuação ética, avaliando esta atitude pelo critério do desejo de cada profissional. Mas não deixa de relacioná-la a qualquer atividade humana. Ao responder a primeira pergunta, explica:

Essa é uma pergunta que não tem uma resposta muito clara para mim. Porque, de certa forma, qualquer atividade profissional pode operar uma transformação social, se ela quiser. (Erica Ribeiro)

Mesmo quando não se coloca estas boas práticas sob uma regência do dever, nota-se um atravessamento do discurso pelo reconhecimento de sua insuficiência no campo. Para os entrevistados, há uma extensa falta de preocupação com qualquer dimensão ética do desenho tanto no mercado de serviços quanto na própria formação acadêmica — hipótese contrária à já apresentada aqui, onde defendemos a larga circulação destes ideais na academia, coisa que não se reflete em dito mercado. Erica prossegue sua resposta dando indícios desta insuficiência:

Eu acho que o design tem o potencial de gerar mudanças e transformações para a sociedade mas eu ainda sinto uma falta de clareza dos profissionais — e da própria formação — para que isso realmente aconteça. Acaba acontecendo muito mais por desejo pessoal (e aí a pessoa vai cavando e patinando) do que por uma conduta profissional mesmo, da área. (Erica Ribeiro)

A tese é a de que existe um certo ônus ético distribuído entre as atividades humanas em geral. Este ônus não é exclusivo do design, mas recai sobre ele de maneira especial por dois motivos principais: porque dispõe de ferramentas adequadas (por vezes

consideradas exclusivas) para a mudança do jogo — retomaremos esta ideia mais adiante — e porque se encontra numa posição estratégica para esta realização, uma posição basilar dentro de uma estrutura de produção cujas perversidades são a origem de grande parte do sofrimento de populações marginais. Este segundo motivo é explicitado por Erica quando continua sua fala:

O design, na minha opinião, é uma profissão um tanto complicada porque lida com um saber que está diretamente relacionado ao consumo, à produção, à economia. Eu acho que ela tem uma importância política muito grande nesse sentido, porque a gente gera objetos de desejo, a gente gera produção material. A gente diz para as pessoas o que é legal e o que não é legal agora. (Erica Ribeiro)

Ivo, a seu modo, coloca em jogo ideias semelhantes. Ao dar sua resposta, repercute a noção de que uma atuação ética é dever de toda profissão e também expressa preocupação quanto à estreita circulação de uma orientação socialmente responsável no campo do design.

Eu acho que sim, de uma maneira geral toda prática deveria suscitar uma reflexão e uma transformação social. Apesar disso nem sempre acontecer. No caso do design, eu acho que sofremos de alguns ranços de formação e da própria cultura do design brasileiro, e sinto que estamos ainda nos encontrando. Qual é nosso papel na sociedade? Por períodos somos mais comerciais; às vezes mais engajados... Às vezes as pessoas tentam ser mais políticas, às vezes mais articuladoras... (Ivo Pons)

Até aqui, nenhuma voz apareceu largamente dissonante. A potência emancipadora do design é confirmada em todas as falas, e Rafael não foge à regra. Sua ressalva, como veremos adiante, não deve ser entendida como menor propensão à esta potência mas, em vez disso, como recomendação de um tipo de projeto que vem a ser o único dela imbuído:

Penso que a prática pela prática, apenas, sem uma visão transformadora, não gera a mudança. Pelo contrário, resulta em repetição. Produzimos

“mais do mesmo”, sem questionar o sentido das coisas. Contribuímos para a manutenção da situação vigente. Já a prática envolvida por uma visão, esta sim tem potencial propulsor. (Rafael Gatti)

Não se trata de desobrigar o designer (ou ainda qualquer profissional) desta responsabilidade, como também não se trata de afirmar a esterilidade da prática. Trata-se de trazer ao debate um terceiro componente, um componente essencial para atingir tais resultados: uma visão. Sigamos a leitura para entender melhor a que o entrevistado se refere:

O caso da empresa Apple é um exemplo bastante popular e foge do estigma assistencialista. Observamos nela uma prática visionária do design, que buscou tornar a tecnologia da computação proporcional, útil e amigável para o usuário comum. Este, ao incorporar o computador pessoal em seu cotidiano, viu sua autonomia rapidamente se elevar. Hoje somos impactados, diariamente, por esta visão de Steve Jobs, que sem a operacionalização prática, permaneceria apenas uma visão. Entendo que a prática vinculada a uma visão iluminada que encontrou seu momento, será capaz de transformar nossa sociedade. (Rafael Gatti)

Guardemos aqui nota a respeito da ocorrência da palavra *assistencialista*, pois logo a traremos de volta ao debate. Por agora, discute-se a ocorrência da citada *visão*, porque há algumas considerações a serem feitas a respeito. Em primeiro plano, nota-se a figura central de um autor: Steve Jobs é o homem visionário que foi capaz de fecundar uma prática com uma espécie de embrião emancipador. Não se relativiza a prática, de nenhuma maneira — sem ela não teria encontrado solo este embrião — mas ainda menos se relativiza a singularidade do autor: sua atuação é iluminada, pertinente, sincrônica. Nenhum outro indivíduo poderia ter gestado a transformação que este gestou. Inquirido mais profundamente a respeito desta visão — se provém de alguma espécie de habilidade congênita ou treinável, ou ainda se possui maior identidade com o campo do design do que com outros — prossegue:

Ao meu ver, uma habilidade e uma característica ao mesmo tempo, porém não saberia dizer se isto realmente pode ser treinado, nem mesmo se tem a ver com a personalidade da pessoa. Quanto à relação de identidade, concordo com ela. Creio que a visão transformadora encontra muito espaço no design. [...] Há aquela frase emblemática de Gui Bonsiepe: “A resignação não é uma atitude do design”. (Rafael Gatti)

Manifesta assim a crença de que o próprio design possui certas características desejáveis, que o fazem mais adequado a solucionar problemas desta ordem. Este enunciado encontra ressonância nos demais depoimentos e, como exemplificado pelo trecho citado, de Bonsiepe, também encontra fundo em autores consagrados. É de frequente circulação a atribuição de certas virtudes específicas ao próprio fazer do design; virtudes como uma visão singular, uma especial propensão à inovação e ao “*pensar fora da caixa*”; ou ainda uma essência fortemente multidisciplinar. Todas as entrevistas parecem fazer reverência à figura de um designer virtuoso, que acumula em si muitas dessas qualidades e as utiliza na consolidação de práticas emancipadoras. Ivo, à sua maneira, comenta:

Acho que [o design] é uma profissão pouco consolidada, que passa por mudanças constantes e rompe paradigmas. Se você for comparar com outras profissões, ele está menos preso dentro da caixa, ele é forçado a se articular com outros atores. Por isso ele tem uma [menor] rigidez que o leva a não ter um campo tão específico — e talvez eu esteja olhando por nossa ótica aqui — o leva a ser essa coisa um pouco mais amorfa. Eu digo isso porque o que fazemos aqui, no Design Possível, me dá a impressão de que temos um desejo de fronteira. Sempre estar à margem daquilo que é o pensamento em design. E algumas vezes ultrapassando isso e ouvindo até dos nossos pares ou dos nossos colegas que isso não é design. Sempre tentando encontrar qual é o limite. (Ivo Pons)

Assim, reconhece que grande parte da comunidade do design não se interessa por uma atuação ética; que há um certo conservadorismo que considera o design como um campo muito mais restrito. Dentro desse quadro, no entanto, coloca em jogo uma atuação mais limítrofe — lida aqui como *atuação virtuosa*, frequente alvo de forças conservadoras

— praticada pela equipe do design possível. Ainda que não entenda tal propensão como exclusiva ou especial do design, parece defender que nele encontra espaço ideal, devido à juventude do campo. O designer virtuoso redefine os limites do campo cotidianamente, fazendo de sua atuação sempre um desafio ao cânone mais estrito. Dessa maneira contribui para que os limites do campo nunca se cristalizem de maneira definitiva.

Erica entende esta propensão de outra maneira. Inquirida se é do designer alguma responsabilidade específica nesta frente de atuação, explica:

Sim, eu acho que é. Se ele vai conseguir eu não sei, mas acho que é. O que eu vejo como uma grande dificuldade para conseguir essas mudanças é que muitas vezes o profissional pensa de uma maneira muito grande. Fala: “ah, eu vou mudar o mundo” — não. O próprio Papanek já falava isso: você tem que fazer a mudança que está ao alcance de sua mão, operar na escala humana. (Erica Ribeiro)

Manifesta um entendimento mais singelo do que vem a ser uma atuação transformadora. Não imputa ao designer a necessidade de exercitar uma visão singular, ou radicalmente inovadora. Em sua opinião, uma atuação positiva é aquela que opera pequenas mudanças em cada pequena oportunidade; uma atuação técnica, não excessivamente inspirada. Se o designer é o profissional que configura os produtos da indústria, então cada uma de suas pequenas decisões de projeto são multiplicadas inúmeras vezes, e cada parâmetro acaba tendo um peso aumentado quando produzido. Erica defende aquela espécie de atuação incremental, paulatina; não tão agudamente contestadora, mas uma que considera efetiva; talvez a única possibilidade dentro do capitalismo. Sigamos:

O profissional não precisa abrir uma ONG ou trabalhar com comunidades para fazer um design social. Não precisa. No dia-a-dia do trabalho dele, na agência dele, divulgando os clientes dele, já pode fazer. Vai desde escolher uma fotografia que contemple o percentual étnico-racial da nossa sociedade; até não fazer propagandas ou divulgações que coloquem a mulher em situação de desrespeito ou de desvantagem — é o que mais temos na publicidade brasileira. Gerar produtos que não causem qualquer tipo de transtorno físico ou fisiológico nas pessoas. O que eu, como designer gráfica, posso

fazer para diminuir o meu impacto ambiental como profissional? Eu não vou usar papel couché, ponto. [...] O quanto de papel eu consigo reduzir em um plano de mídia que ainda tenha impacto de divulgação? É questão técnica, é da profissão no seu dia-a-dia. Eu não preciso fazer doação para uma cooperativa de catadores para me redimir do milhão de quilos de papel couché que eu botei no mundo no ano. [...] Eu não preciso ser voluntário de uma ONG nos finais de semana para poder me redimir da minha culpa profissional. (Erica Ribeiro)

Passa então a criticar uma atitude de compensação bastante comum na sociedade contemporânea, exemplificada a nível internacional pelo polêmico acordo dos créditos de carbono. Trata-se de uma concepção advinda talvez de uma leitura excessivamente financista da filantropia: a ideia de que não constitui grande problema que sua atividade externalize danos irreversíveis, porque desde que paralelamente haja a produção de benesses em *igual quantidade*, haverá uma percepção de equilíbrio, de *soma zero*. Esta mecânica depende do entendimento dos efeitos sociais de uma prática profissional como grandezas passíveis de medição.

Erica problematiza este pensamento em termos específicos: o acúmulo de práticas danosas gera uma culpa (cabe notar aqui a orientação teológica ou jurídica da palavra, que identifica-se com uma já comentada inclinação da própria ideia de *emancipação* à estes mundos) associada ao indivíduo, que deve ser expiada ou penalizada; um *saldo negativo* que deve ser quitado através de atitudes benéficas em igual ou superior intensidade. Só então poderá haver *redenção*, poderá o infrator livrar-se da culpa associada a práticas viciosas, redimir-se. Para a entrevistada, não há interesse ou oportunidade neste modo de interferência. Afinal, o que vem a ser a concepção neoliberal de filantropia se não um empreendimento de expiação da culpa individual de seu autor, associado à articulação de uma biografia benevolente?

É o crédito de carbono. Sabe o crédito de carbono? “Estou jogando esse monte de tinta de jeans aqui nesse manancial, mas ao mesmo tempo eu compro árvores para replantar ali na esquina.” Crédito de carbono. (Erica Ribeiro)

Essa preocupação ressoa o fenômeno recente em que corporações vêm assumindo para si uma proclamada *responsabilidade sócio-ambiental*. Trata-se de atividades de benefício ambiental e social que sempre vêm envolvidas em enormes estruturas de comunicação. Não é necessário profundo exame para suspeitar que este esforço, frequentemente dispendioso, apenas encaixa-se numa mentalidade empresarial se oferece possibilidades de aumento de lucro; e no momento atual de imagens inflacionadas, consolidar no cliente a crença de que há uma vigorosa compaixão no interior de sua organização é evidentemente um bom negócio. Não por acaso, os recursos para este tipo de atividade são alocados a partir de verbas dos departamentos de marketing, e as quantias gastas com a divulgação destas atividades são muitas vezes maiores do que as gastas com a própria ação filantrópica (Binda, 2015). Ainda, quando contrastamos tal auto-proclamada vocação missionária com os discursos liberais proferidos pelos mesmos gerentes de comunicação, revela-se um movimento deveras perverso: criticam-se os programas sociais estatais, principalmente os de transferência direta de renda, como mal-uso do dinheiro público, em favor de um ideal de Estado mínimo; ao mesmo tempo em que imputam a si a responsabilidade de diminuir injustiças — em efeito, garantindo que só as injustiças que lhes convém exterminar serão exterminadas.

Esta é uma das formas reconhecidas pelos depoentes como viciosas ou ineficientes. Curiosamente, também é recorrente em suas falas uma reservada aversão a modelos diretos de transferência de renda. Aproximando-se do proverbial imperativo “ensinar a pescar em vez de dar o peixe”, tendem a qualificar tais esforços como *assistencialistas* — retomemos então o debate sobre esta palavra, já notada anteriormente na fala de Rafael, e que reaparece na fala de Camilla:

Pelo menos eu tenho fortemente essa visão — não de ajudar num sentido assistencialista, não acredito muito nisso. Mas eu acredito em fazer o bem, fazer a coisa da maneira correta. Gerar coisas boas através da sua atividade. (Camilla Annarumma)

Aqui cabe uma breve contextualização a respeito dos ânimos políticos no Brasil no momento da tomada das entrevistas. Elas aconteceram às vésperas de uma eleição na qual um governo de esquerda prestes a completar 12 anos e enfrentando crise de popularidade viria a se reeleger. A campanha fora marcada, à parte de escândalos de corrupção, pelo debate em torno de um longo e amplo programa de transferência de renda: o bolsa-

família. Críticos repetiam que tal modelo não gera desenvolvimento porque indivíduos miseráveis raramente detêm o bom arbítrio necessário para despender de maneira próspera ou mesmo responsável; e também que, em geral, não se trata de uma recompensa baseada em mérito. Neste cenário político, é de se esperar que algumas falas acabem se distanciando de assertivas que podem as colocar no foco de tão insistente crítica.

Sendo este o caso ou não, de qualquer maneira a negação de um chamado assistencialismo é posição recorrente nas entrevistas. Opõem-se a ele práticas que visam desenvolver nos indivíduos ferramentas mais frutíferas de auto-sustentação (tanto no sentido econômico quanto no sentido humano) — que visam emancipá-los. Entende-se a oferta de renda sem contrapartida como uma atitude mantenedora de dependências, porque não fornece bases para a reprodução destes benefícios.

Por isso grande parte da atuação destes projetos se dá apoiada na consolidação dos chamados *arranjos produtivos*, grupos de pessoas que produzem toda uma variedade de produtos para gerar renda. Erica contribui à nossa discussão mostrando de que maneira se espera que o design seja capaz de incrementar o potencial de geração de renda de atividades artesanais ou semi-artesanais:

Uma contribuição que eu percebo que o design traz, nesse contexto de geração de renda, é de ser uma profissão que está diretamente envolvida com o mercado. Assumimos estar numa economia capitalista — não é o ideal, está gerando muito transtorno, mas é o que está aí. Esses grupos têm essa emergência, essa necessidade de gerar renda. Como eu vou gerar renda dentro de uma economia de mercado capitalista se eu não entendo como que é a dinâmica desse mercado?

Acho que uma das contribuições principais que o design traz para esses grupos é de mostrar a eles como esse mercado se organiza. (Erica Ribeiro)

Trata-se de se apropriar da maneira como o design tem sido entendido e praticado dentro de um mercado capitalista: como conhecedor das vicissitudes sazonais do desejo do consumidor (e muitas vezes como produtor delas), o designer é capaz de projetar objetos que atendam a fugazes anseios estilísticos e que, conseqüentemente, alcancem intenso sucesso de vendas. Defende-se que esta vocação deve sim ser utilizada para dar melhores ferramentas comerciais a grupos marginais; para que o objetivo da geração de renda seja cumprido facilmente.

Ivo reconhece a necessidade de renda, ainda que a coloque em papel secundário:

Não é o resultado final que traz emancipação; se fosse, a gente daria dinheiro para as pessoas e elas ficariam bem. Isso não acontece, se você dá dinheiro às pessoas você as retira, no melhor dos casos, da situação limítrofe, que é de pobreza extrema ou algo assim. Mas é artificial. Porque você não construiu com ela um processo que seja uma porta de saída. Você deve calçar as pessoas com recurso ou com infraestrutura, num momento de necessidade? Eu acredito que sim. Essa é a minha visão de intervenção do Estado para garantir que as pessoas tenham uma condição mínima. Mas eu acho que isso daí não deve vir sozinho. Você calça essa pessoa — pode ser um bolsa-família, pode ser um sistema de assistência social, o que quer que seja — e se não der a ele (a gente está descobrindo isso no Brasil só agora) um caminho, uma porta de saída desse processo, ele vai ficar ali preso com você para sempre. Então você tem que trazer uma cultura de emancipação para essa pessoa. Você tem que conseguir construir com ela uma trajetória (que não é uma trajetória fácil) para ela entender esse processo, para entender quais são os caminhos e as articulações que ela precisa fazer pra conseguir sair dali. (Ivo Pons)

Não se trata de condenar práticas de transferência direta de renda — Ivo as defende como atitude emergencial e paliativa; necessária, mas insuficiente e distante do ideal. Acredita ser muito mais produtiva uma prática de geração de renda atrelada ao trabalho. Reconhece, no entanto, que mesmo essa prática não está livre de seus vícios, descrevendo um episódio que ilustra os efeitos insalubres da disposição de recursos desalinhada com uma citada *cultura de emancipação*:

Tem um caso que, em meu ponto de vista, foi um divisor de águas. Quando em um dos grupos que a gente atende uma das mães que trabalhava há bastante tempo conosco juntou dinheiro (não só por nossa causa) e mandou a filha para a Disney. Isso foi uma ruptura com aquilo que tínhamos como ideal, e, ao mesmo tempo, não podíamos falar “não faça isso”. Se você quer proporcionar esse sonho para a sua filha...

Então, há uma série de outras questões ligadas ao trabalho, à cultura e a como você percebe essas coisas; qual é o valor que isso deve ter; que é pouco discutido no design. (Ivo Pons)

O momento narrado evidencia um grande desconforto: uma das participantes de um grupo produtivo por eles consolidado usou parte da renda conquistada em sua atividade gerida pelos designers num gasto percebido como infrutífero, fútil. A razão disso tornar-se desconfortável, no contexto da atuação do design possível, pode nos informar algo mais sutil a respeito de qual é o resultado esperado em seus empreendimentos éticos, porque este evento indigesto mostra que renda não é a única chave do conceito de emancipação neste paradigma.

Qual é, então, o objetivo destes movimentos? Se não basta a aquisição de renda e a inclusão num mercado consumidor, o que vem a ser a *emancipação* almejada? Para entender melhor que tipo de transformação é esta, cada entrevistado foi indagado a comentar com mais detalhes sobre que qualidade decisiva é adquirida neste processo. Ou seja, se este movimento consolida-se como processo de transformação, qual é a principal diferença entre o indivíduo antes e depois de ser emancipado? Múltiplas hipóteses foram articuladas.

[No projeto entrelaços], tínhamos uma expectativa de que a renda traria essa percepção de auto-estima. Temos essa ideia muito arraigada na cabeça: se elas estão fazendo dinheiro, se estão comprando as próprias coisas, isso é super legal. Mas não — uma coisa aparentemente não está atrelada à outra. Talvez [fosse diferente], se elas estivessem produzindo mais continuamente e obtendo maior renda. Porque até agora elas fizeram apenas parte de um lote de bolsas, e ainda não receberam todo o dinheiro. Neste momento, estão esperando receber pagamento.

Vimos a diferença na questão da auto-estima, que mudou completamente durante o processo; e isso não está, necessariamente, atrelado à renda. Pode ser que isso mude, e passe a fazer bastante diferença depois que receberem este primeiro pagamento. Não sei. Mas definitivamente a gente pôde acompanhar nelas uma mudança. No começo elas eram muito tristes. As meninas que acompanhavam o projeto punham-se a chorar sempre que voltavam das oficinas, porque as mães lhes contavam as

tragédias de suas vidas. Isso foi claramente mudando ao longo do tempo. A gente estava com muito medo de que fosse uma coisa muito triste. Elas eram muito positivas mas ao mesmo tempo era uma realidade muito triste. A situação era muito complicada mas elas lidavam bem com ela. Aí, ao longo do tempo elas começaram a ver o lado bom e olhavam mais para si; era um pouco menos falar do filho e um pouco mais falar: “Olha o que eu fiz essa semana, olha como minha bolsa ficou linda! Olha só o que eu aprendi! Essa cor combina com essa, não é? Eu aprendi com vocês, me lembro que vocês falaram isso das cores...”

Era como uma mudança de ares. (Camilla Annarumma)

Evidentemente, há uma especificidade no projeto entrelaços que o torna um pouco diferente dos outros projetos aqui descritos. Este grupo fora consolidado com mães de crianças portadoras de distrofia muscular, e a possibilidade bastante presente de óbitos contribuía para o adensamento de um ambiente de sofrimento. Camilla nota, no entanto, que mesmo sob tão pesados ares o espectro emocional era marcado por tons de esperança, de que aguardavam uma boa notícia que colocaria fim àquela situação. Ainda assim, suas conversas sempre gravitavam ao redor da enfermidade de seus filhos, o que não contribuía para dissipar a nuvem de negatividade.

Camilla defende, então, que a interferência dos designers do Colabora contribuiu para deslocar o objeto daquelas conversas para os próprios interlocutores. As mães passaram a ter mais assuntos sobre si mesmas: sobre o que faziam, sobre o que aprendiam. Passaram a ter uma percepção de si menos centralizada na figura do filho — mudança identificada como um aumento de auto-estima. Tal aumento já era esperado, mas tendo a renda como vetor: os designers acreditavam que aconteceria como consequência de um melhor e mais independente poder de compra; todavia aconteceu como consequência mais direta daquele trabalho. Então, mesmo não havendo tão grande aumento no nível de renda, consolidou-se a percepção de que o objetivo do projeto foi alcançado: as mulheres agora estavam mais *felizes*. Em uma situação de grande estresse psíquico, a ideia de emancipação colocada em movimento pelo Colabora é uma quase terapêutica, porque nela os designers se encarregam de sanar debilidades psicológicas.

Dois fatores aparecem como essenciais para o sucesso nesta regeneração: o protagonismo do trabalho, em sentido abstrato; e a constituição de uma forte identidade de grupo. Ivo também tem considerações a respeito do trabalho, abstraído de seu contexto econômico de produção de valor, como realizador de alguma possibilidade de emancipação:

A gente trabalha sempre com excluídos: rede de saúde mental e economia solidária, egressos do sistema prisional, gente em situação de vulnerabilidade social, jovens em situação de risco... É sempre um público de extrema necessidade. Muitos deles possuem condições para saciar as necessidades básicas, e ainda assim retornam ao trabalho. Pensando num presidiário, por exemplo — tudo bem, talvez ele tenha essa condição de que trabalhar traz uma redução de pena — mas é muito mais do que isso. Se você pensa em alguém da rede de saúde mental e economia solidária, normalmente eles já são beneficiados com alguma bolsa, e ainda assim estão procurando se inserir pelo trabalho.

Então, o trabalho (produzir, comercializar, ver as coisas que você faz sendo utilizadas por outras pessoas) tem um objetivo, um direcionamento, que é muito maior do que simplesmente trazer lucro, ou resultado, ou vender. (Ivo Pons)

Segundo o relato, mesmo quando o trabalho não é necessário para gerar uma renda mínima de subsistência, estes grupos marginalizados desejam praticá-lo. Num horizonte social onde a função humana de produção assume posto de componente principal da formação identitária, o destino de *não trabalhar* pesa decisivamente para marcá-los como excluídos; portanto dar-lhes trabalho e ocupação, dar-lhes perspectiva de renda e possibilidade de consumo significa, num nível mais profundo, dar sentido e utilidade às suas existências alternas num quadro coletivo um pouco mais amplo que aquele de sua comunidade original.

Todavia, não defende que o consumo de produtos da indústria seja a única maneira pela qual o trabalho pode se tornar uma possibilidade de empoderamento. Não é o consumo que os tornará mais livres e autônomos, mas sim uma espécie de inclusão em um modo de vida urbano que engloba este mesmo consumo como parte do jogo. Relativizando sua defesa do trabalho como meio de empoderamento, Ivo aprofunda esta discussão conceitual com notas autobiográficas:

Eu acho que há um processo em curso nesse momento, socialmente, de re-contextualização de algumas verdades que temos. Uma delas é o trabalho. A verdade é que já não precisaríamos trabalhar. Se a

gente fosse pensar em saciar necessidades — se desprendendo um pouco dessa máquina consumidora capitalista — se a gente pensasse em saciar as necessidades da humanidade, talvez o trabalho não fosse necessário. Não da maneira como a gente pensa normalmente. Mas ele tem um outro contexto em que talvez seja ainda mais importante, trazendo um tipo de realização e satisfação que é mais potente do que os desejos primários. Na pirâmide de Maslow ele está em outro patamar: em nossa opinião o trabalho traz realização.

Às vezes eu me faço o seguinte questionamento: se de repente entrasse um milhão de reais na minha conta, como seria o dia seguinte? Seria um dia como qualquer outro. Porque não é ter mais dinheiro que me faria uma pessoa descolada daquilo que eu acredito. Eu já alcancei esse patamar [de estabilidade financeira]. Talvez pudesse passar a doar ou implementar ações que hoje eu não tenho condições de fazer, estruturar coisas que hoje eu não tenho condições de estruturar; mas eu continuaria vindo de bicicleta, eu continuaria trabalhando junto ao terceiro setor que me alimenta. Dificilmente eu sairia da área de educação e de pesquisa.

Tem algumas coisas que se conquista que trazem algum significado para a vida — cada um as descobre num momento — que acho que não têm relação com saciar necessidades econômicas, mas sim com o bem-estar que trazem. Se fizermos um paralelo desse questionamento de um milhão de reais, a mesma realidade acontece, em outra proporção, com gente que está excluída. (Ivo Pons)

Dessa maneira, o entrevistado coloca em movimento uma crítica do trabalho que reserva-se de o comprometer em totalidade. A tese é que a centralidade do imperativo do trabalho nestes processos de emancipação se deve a uma consequência bastante intangível dele, que Ivo batiza de *realização*. Entende-se por termo tão genérico a presença de uma profunda satisfação com a própria vida e obra, atrelada a um sentimento de pertencimento a uma comunidade maior; aqui o sentir-se útil ou mesmo necessário (como também a estabilidade financeira do indivíduo) é extremamente importante, mas não suficiente; trata-se, em realidade, de objetivo muito maior e mais sublime que estes. Realizar-se, neste sentido, é a consequência de um processo que não se

reserva apenas para estas camadas de excluídos; mas, talvez mais surpreendentemente, também aparece em falta na vida de pessoas que desde sempre participam do circuito de consumo hegemônico. Quer dizer, um bem-empregado, produtivo e útil, pode figurar como vítima de profundo ressentimento a respeito da própria ocupação (ainda que esta lhe garanta o conforto de não ter de se preocupar tão cotidianamente com seu pão) simplesmente porque não encontra prazer nela ou porque não acredita em sua virtude.

A vida do indivíduo realizado, segundo Pons, é uma que não se redefiniria completamente uma vez que a necessidade da proveniência material deixasse de ser preocupação urgente e diária. E, assim como o homem nascido na posição de maior conforto do cenário capitalista deve insuflar-se pela virtude da realização; também o homem alterno e excluído o deve, à sua imagem e semelhança — todavia em escala mais humilde, evidentemente. Esta simetria, esta re-encenação do desenvolvimento de uma virtude — primeiramente encenada no indivíduo ocidental descendente de toda linhagem humanista, recentemente atormentado pelas incoerências do trabalho e vida urbana; e, a partir dela, repetida nas mais variadas formas de subjetividade marginal sob formato de inclusão — deve ser notada. Retomaremos esta discussão adiante com inflexão crítica.

Assim se consolida uma parcela do que se considera emancipação nestas frentes discursivas. Outras hipóteses foram ensaiadas para responder à questão do que vem a ser a própria essência dela; se a prática de alguma modalidade de conscientização, ou algum ônus público do conhecimento em extravasar os muros da universidade. Mas há uma ideia central que atravessa, implicitamente ou explicitamente, cada entrevista tomada. Uma ideia já previamente colocada em evidência por Bonsiepe em sua obra:

Analisando o caso Apple [...], onde houve uma transformação social via popularização dos computadores pessoais, fica evidente o aspecto central da autonomia. Este tema é caro ao design, sendo recorrente em diversos outros momentos onde o design possuiu papel transformador relevante. Creio que esta seja uma forte bandeira política onde o design se insere. Oferecer autonomia às pessoas é uma forma de descentralizar o poder, de torná-las mais livres. E isto gera desdobramentos positivos na vida prática, cultura, social, financeira, intelectual, política etc.
(Rafael Gatti)

Trata-se de retumbante reclame por *autonomia*, aqui pensada como qualidade operável em indivíduos nos quais falta. Qualidade que frequentemente está sob encargo do designer, ora por dever moral e ora por capacidade excepcional. Para Bonsiepe, emancipação significa diretamente uma elevação da dita autonomia, que está tão ligada à uma ideia de liberdade quanto à uma ideia de amadurecimento intelectual — no fundo, a um estado em que o indivíduo passa a reproduzir estruturas de pensamento e trabalho já consagradas pelo pensamento humanista, sem que seja necessária intensa supervisão.

É importante entender que, em geral, estes enunciados apresentam tal autonomia a partir de sua falta. Delineiam um personagem alterno — alvo de seus empreendimentos redentores — pela sua posição marginal em relação ao circuito global de produção; e, entendendo sua radical diferença a partir dos conflitos nutridos pela manutenção da miséria e pela imensa desigualdade social, configuram a imagem dessa diferença como um aprisionamento, como grilhões figurativos que os impedem de adentrar os espaços privilegiados do mundo globalizado. Isso explica a intensa aproximação deste imperativo de aumento de autonomia com a ideia de libertação. E, porque estas proposições sempre partem dos mesmos espaços de privilégio, cabe a desconfiança de que toda esta leitura-construção do personagem em falta de autonomia não passa de afirmação da desejabilidade de ditos espaços; e é nesta formulação que se manifesta a crença na possibilidade e necessidade da geração de autonomia.

Entretanto, a intensidade do significado da palavra sugere, antes disso, um outro entendimento menos relativizado; e aqui repetimos a diatribe que já foi anunciada neste trabalho em sua primeira parte. A própria ideia de geração de autonomia constitui patente paradoxo, porque uma verdadeira autonomia, em sua idealização mais fundamental, não vem como dádiva civilizatória oferecida por um terceiro, e sim como movimento interno. Em outras palavras, como é possível que esta liberdade, esta autonomia, tenha sido operada por atores de fora? Como podemos chamar de autônomos indivíduos de quem a própria autonomia dependeu da atuação acertada de grupos de intervenção?

Esta interpelação foi apresentada a cada entrevistado em momento oportuno. Erica, em resposta, põe em contraste esta ideia de geração de autonomia com outra um pouco mais sutil, de *construção de autonomia*:

A construção da autonomia é uma coisa super delicada. Porque não existe uma receita de bolo. Não vou conseguir falar: “olha, faça isso de determinada maneira que você vai conseguir ser autônomo”. É uma construção, que acontece junto com cada grupo. Alguns grupos conseguem isso mais rápido, outros conseguem mais devagar. Outros talvez não consigam. Essa é uma discussão que a gente têm bastante na rede de saúde mental, porque até que ponto aquelas pessoas que estão ali, que vivem aqueles transtornos psíquicos, vão conseguir ser autônomas? O que é a autonomia para elas? Então, até o conceito de autonomia pode mudar a depender de com quem você está lidando.
(Erica Ribeiro)

Fica claro um movimento de relativização, algo que também se demonstra na escolha da palavra *construção*. Aqui a autonomia assume contornos mais simples e cotidianos, e admite diferentes níveis: conseguir alimentar-se sem assistência, por exemplo, pode ser uma conquista dessa ordem para uma pessoa com transtornos motores; num nível muito mais baixo do que, talvez, ser capaz de gerir o próprio negócio. É uma abordagem diferente de considerar a autonomia como uma conquista humana num sentido profundo — como é considerada, talvez, a *realização* citada por Ivo. Todavia, mesmo oferecendo uma perspectiva um pouco mais modesta sobre o objetivos destas transformações, Erica nega a possibilidade de uma metodologia clara — a citada receita de bolo — que obtenha tais objetivos consistentemente. A depender das características do grupo-alvo desta construção de autonomia, a maneira de conduzir o trabalho é diferente, e também espera-se *níveis de autonomia* mais altos ou mais baixos como resultado.

Se você ensina a pessoa... Ou melhor, se você colabora com uma troca de conhecimentos — isso é muito importante, essa troca de conhecimentos. Porque se você acredita que o designer só vai ensinar, não está correto. Então, quando se tem trânsito de informação, troca de conhecimento, há possibilidade de uma maior autonomia dos dois lados. É você mostrar como que o negócio funciona, é ensinar, mostrar os processos; e construir processos novos em conjunto, também.
Não adianta acreditar que determinado grupo é autônomo se toda vez que ele precisa se reorganizar ele bate em sua porta e pergunta: “e aí,

como faço agora? Estou precisando me organizar aqui”. Então, quando ele não depende mais desse seu conhecimento específico é porque já está entrando num processo de autonomia mais completa. (Erica Ribeiro)

Sob a explícita defesa de tal autonomia como resultado de intercâmbio de ideias — em que ambos os atores são em mesma medida receptores e emissores de saberes — extravasa inoportunamente, como que por fissuras da própria fala, a percepção de que esta troca não se dá entre iguais. Ao designer, neste processo, se deposita solenemente a tarefa de instruir; este é seu propósito e lugar de atuação. E, quando se admite a direção inversa de transferência de conhecimentos, esta parece não se dar tanto por talento ou disposição do Outro em ensinar, mas por especial capacidade do instrutor em ouvir, assimilar e perceber o valor de eventuais saberes ali residentes que podem ser úteis naquela situação. Afinal, “é você mostrar como que o negócio funciona, é ensinar, mostrar os processos” e, quando pertinente, “construir processos novos em conjunto, também”.

Como termômetro desta construção de autonomia, Erica considera completo o processo no momento em que aquele grupo formado não retorna a eles necessitando de ajuda para se reorganizar — ou seja, no momento em que o grupo deixa de ser dependente destes designers que lhes encaminharam neste processo. Entende-se, com isso, que haverá quebra de dependências, porque sai de cena o emancipador para que aquele grupo siga em sua atividade por suas próprias pernas. No entanto, passa por baixo a hipótese bastante plausível de que, se não estão mais buscando naquela fonte o conhecimento específico que lhes foi oferecido é somente porque já o internalizaram e passaram a reproduzi-lo, e não porque deixaram de necessitá-lo para manter sua nova condição. Apenas deixaram de necessitar do intermediário que lhes possibilitava acessar este conhecimento — tornaram-se, eles mesmos, usuários diretos deste conjunto específico de ferramentas. Houve, ao final, pouco mais que a pedagogia de um *modo de vida*.

Semelhante noção é manifestada por Ivo:

Acho que há uma transferência de cultura, há uma convivência e uma transformação das pessoas que acaba passando por baixo, que pouca gente discute. Que, em minha opinião, hoje é tão importante quanto, ou até mais importante que essa parte objetiva, esses resultados e métricas que a gente tem que alcançar. Então incluir e dar autonomia, em última instância, é também fazer com que essas pessoas tenham

condição de pensar por elas mesmas. Empoderá-las com um tipo de conhecimento que não é um conhecimento técnico só do fazer, mas é um refletir também a respeito do que está fazendo, pra que esse processo seja um processo contínuo. (Ivo Pons)

Novamente, o que se coloca em jogo é uma troca, uma transferência de cultura. Neste trecho, Ivo não se preocupa em afirmar um intercâmbio nivelado, uma interação a nível de diálogo que opera transformação em ambos interlocutores — esta preocupação é inconstante, não está sempre presente nestes enunciados. Aqui, reserva-se com maior clareza os papéis do transformado e do transformador, do emancipado e do emancipador; porque não há significativa reversão de sentido, nesta transferência, capaz de confundir os personagens do jogo. Então, cabe entendermos o que vem a ser efetivamente transferido, já que não apenas um treinamento produtivo — o que vai *passando por baixo* e que possibilita tão anunciada mudança. Há referências aos termos *incluir* e *autonomia*, que já foram discutidos aqui; mas o que exige mais de nossa atenção analítica é o *pensar por si mesmo*. Perguntemos não *o que vem a ser isso* — já que o domínio do pensamento no Outro não é diretamente acessível — mas que efeitos se dão e que atitudes se espera de um sujeito que passa a ser capaz de pensar por si mesmo, segundo essa leitura. Nesta questão, Rafael tem algo a nos informar:

Creio que o mais importante legado de nossa parceria foi a afirmação de uma cultura de projeto, que antes não havia pois os produtos eram pensados de maneira artesanal. De imediato pudemos verificar como isto contribuiu para a melhora do desempenho daquela cooperativa, tanto em termos econômicos quanto em termos de moral e estima. (Rafael Gatti)

Assim identifica com um pouco mais de clareza o que há de emancipador nestas atividades — em sua opinião, o que passa a existir no repertório de vivências destes grupos é uma mentalidade específica, uma lente pela qual passam a ser lidas as experiências e elaboradas as frentes de atuação — passa a existir ali uma *cultura de projeto*, coisa que antes não havia. E aqui, a palavra projeto não representa coisa distante daquele regime de pensamento já discutido — corpo moderno da necessidade cartesiana de controle, aliado a um forte imperativo de criação. É, de fato, o mesmo *projeto* herdado

historicamente de toda a tradição racionalista e industrial, e posteriormente consolidado nas escolas alemãs; o projeto que informa o programa didático das faculdades de desenho mais tradicionais do Brasil. Quer dizer, por herança, estes designers consideram como emancipados justamente os indivíduos que passam a reproduzir os enunciados que eles próprios aprenderam na universidade: os do regime de projeto.

Na prática, isso tem ressonância na maneira como esses grupos se organizam e produzem, e essa nova organização produtiva é o atributo elegido como testemunho da emancipação deles. Porque, caso bem-sucedida essa intervenção, para que encontrem o desejado espaço nos mercados, devem passar a operar sob a organização social da empresa (sob a forma de cooperativa ou outras modalidades). Devem passar a produzir, artesanalmente ou não, com uma orientação comercial e sob as diretrizes de um projeto — ou seja, assumem por completo um modo de produção ocidental, o que define em grande medida um *modo de vida*. O que resta de suas identidades alternas, na maioria das vezes, são apenas algumas características materiais-estéticas de seus produtos e parcela de uma versão romantizada de narrativa atrelada à um argumento de vendas — porque no mercado o que circula é “a mesa de centro de madeira de reuso produzida por *catadores*”, “a bolsa costurada à mão por um grupo de *mães de deficientes*”, ou ainda “o alforje de bicicletas produzido a partir do reuso de banners publicitários por *moradoras de comunidade carente*”.

Afinal, o que significa “pensar por si mesmo” se não “pensar como eu penso”? Regra geral, aplica-se esse veredito a quem acaba desenvolvendo a capacidade de enxergar a própria situação e caminhos futuros através do uso de um conjunto de ferramentas intelectuais já estabelecido. Sob esse ponto de vista, essas práticas emancipadoras não consolidam resultados muito mais potentes do que pedagogias em formas ocidentais de pensamento. Não se trata de estimular diferenças, fazer prosperar outras modalidades de pensamento e vida, alteridades, devires. Em lugar disso, trata-se de submeter formas alternas a uma *metanarrativa*, ao jogo já consolidado do regime produção-consumo de objetos de uso que é, não por acaso, o domínio histórico do design. Tudo isso como tentativa de sanar injustiças sócio-econômicas que são, não raro, consequências diretas desse mesmo regime.

Operam, em suma, efeito de *colonização*. E aqui usamos conceito de colonização mais abrangente que o histórico, materialista e econômico. Não o exercício violento do domínio de uma nação sobre um território e sua ocupação, mas uma *colonização discursiva*: em movimento semelhante ao das *missões jesuíticas* (mas evidentemente reservando a

devida distância), trata-se de identificar no Outro uma versão inacabada de si, porque sua presença alterna só se explica, em sua ótica, pela falta de alguma porção mais refinada de cultura. E, a partir dessa leitura, trabalhar para desenvolver nele uma versão de tal cultura livre dos vícios mais pronunciados — o que era, no exemplo histórico, a catequese de um cristianismo que evitava a corrupção e o mercantilismo da metrópole, aqui equivale à pedagogia de um produtivismo regido sob forma de empresa que se acanha do próprio lucro. Em vista desse paralelo, fica clara a falta de vocação e sensibilidade do pensamento de raiz europeia em lidar com a diferença — a imagem alterna é para seus parâmetros tão abominável que lhe aparenta atitude de grande benevolência revesti-la de espelho.

Conclusão

Por amostragem, investigamos parte do discurso ético do design em dois níveis — o primeiro representado por escritos de diversas linhas da literatura especializada, e o segundo representado por falas de designers atuantes em um tipo específico de projetos. Identificamos nessa leitura a delimitação de uma narrativa ética que afirma a necessidade de emancipação em grupos identificados como excluídos. Parte do que nos atentamos durante essa investigação tenta dar conta de como são conformados tais grupos enquanto personagens externos à um contexto social marcado pelo modo ocidental de pensamento e vida, centralizado no esforço produtivo materializado em objetos de uso. Ou seja, apresentamos a hipótese que a possibilidade de afirmar certos grupos e indivíduos como excluídos depende fundamentalmente de identificar este corpo moderno dos mercados como modalidade preferível de vida; a ponto de entender, quase que naturalmente, a não-participação como *exclusão* num sentido profundo, humanístico. Na hierarquização de narrativas, no submeter de toda possibilidade alterna a apenas uma forma, identificamos a plena vigência de uma *metanarrativa* — a eleição do *pathos* moderno como espécie de cosmologia neutra, sob a qual todas as outras formas de vida vem a ser medidas, explicadas e submetidas.

Nessa situação, para permitir uma leitura potente e verdadeiramente crítica, é necessário pensar a descentralização da cultura de raiz européia de uma maneira bastante radical — a partir de uma consideração da plena contingência de suas fundações, e isso significa entender que o que alega não contém nenhuma verdade em si, essencial e profunda. Com isso, espera-se ser possível suspender a certeza de deseabilidade de uma série de movimentos emancipadores.

Porque apenas dentro desse quadro discursivo pode se consolidar com larga circulação as narrativas que discutimos aqui: a partir do reconhecimento do *alterno* como indivíduo em falta, proliferam as tentativas de completá-lo, de trazê-lo ao cenário principal para que atue coerentemente com os objetivos e propósitos deste modelo. Apresentamos leitura de como esse imperativo consolida uma orientação ética dentro do campo do *design*, historicamente relacionado com a indústria e os mercados. Nela, é de responsabilidade dos designers operar uma transformação que intenta incluir, emancipar, gerar autonomia.

Defendemos aqui que *gerar autonomia*, no fazer desses movimentos, significa pouco mais que uma pedagogia em um quadro de pensamento orientado pelo *projeto*

enquanto modalidade discursiva, como exemplificado por alegações como “a criação de uma cultura de projeto” ou “transferência de uma cultura de emancipação”. *Projeto*, nessa análise entendido sob um ponto de vista genealógico — para evitar uma discussão prescritiva que frequentemente aparece nesse tema — é um desdobramento prático, historicamente delimitado, do mandamento cartesiano de controle sobre a natureza, aliado a uma vontade de criação emprestada da *práxis* artística. A identidade dos designers brasileiros de hoje com toda essa linhagem de pensamento não é acidental; está encadeada e registrada, de autor em autor, em movimento construtivo, hereditário e coerente.

A partir da consolidação da ideologia da indústria como máquina de produção e democratização de confortos materiais (momento contemporâneo à gênese do desenho industrial como profissão), passando pela consolidação institucional do design no entreguerras e posteriormente no pós-guerra, culminando com a atenção ao terceiro mundo despendida por teóricos como Papanek, Maldonado e Bonsiepe — informadores principais da construção do programa teórico-político das escolas de desenho brasileiras, armadas sob a estrutura da cátedra arquitetônica. Em todo esse histórico figura uma vontade moderna de emancipação que visa trazer ao jogo ocidental formas de vida alternas, encarnada mais recentemente na proposição de *gerar autonomia*.

Ainda, que este recorrente imperativo constitui um paradoxo em seus próprios termos, porque pressupõe que uma verdadeira autonomia pode ser operada por terceiros. Segundo nossa leitura, o empreendimento redentor se dá num movimento que primeiro reconhece o *Outro* (entendido em sua concepção forte, filosófica) como versão monstruosa, inacabada ou aberrante de si, para posteriormente executar espécie de lapidação, aparando seus cantos vivos para trazê-lo mais adequadamente à sua semelhança. Produzem, não raro, efeito de *colonização discursiva*.

Seguindo tão incisivos apontamentos sobre discursos, assombra este trabalho, principalmente em sua etapa conclusiva, o persistente rogo de proposição. Em nosso tempo, interpelações como a aqui apresentada são frequentemente recebidas com um apelo à chamada *crítica construtiva*, que imputa ao fazer crítico sempre a responsabilidade de ensaiar caminhos mais adequados de obter resultados específicos — como se a deseabilidade de tais resultados fosse já indubitavelmente determinada. Resistimos a esse rogo por entender que sim, cabe desconfiança sobre as coisas mais elementares e mais unânimes do que se considera justo e bom — e não como voz inoportuna ou reacionária, mas como necessário movimento de distanciamento analítico. Por entender que, nos termos em que se coloca, esta *crítica construtiva* acaba por minar possibilidades menos

coadunadas, porque não permite que se critiquem os propósitos de seus objetos, apenas detalhes marginais. Pelo contrário, aqui se buscou realizar coisa mais potente, coisa que não está de antemão comprometida com alguma continuidade ou progresso — em nome de buscar uma leitura desapassionada, uma *crítica desconstrutiva*, talvez. Por isso essas linhas evitam de todo propor, por isso não devem ser lidas como nova recomendação, de maneira nenhuma; mas também não como censura. Afirmamos não que certas práticas devem ser suprimidas ou substituídas; como também não afirmamos que devem ser revistas, reinterpretadas, reinventadas. Afirmamos que existem, produzem efeitos no nível dos discursos, e que são inevitavelmente contingentes — que dependem, em última análise, de conceitos fundamentados em meros acasos intelectuais.

Que há algo de estranhamente autoreferendado nestes conceitos recentes de liberdade e autonomia. Que há profunda identidade entre o que se considera *correto* em conceito e o que se considera *faltante* no Outro. Que, talvez, tal vontade de emancipação como aqui apresentada não constitua secreção indesejada de uma prática de projeto que poderia (deveria) ser diferente do que é hoje, mais pura, mais próxima de algum ideal; mas seja, em lugar, desdobramento inevitável da noção de possibilidade e desejabilidade do próprio modo de pensar *projeto* como protagonista num contexto de desenvolvimento humano.

Bibliografia

Obras comentadas

BONSIEPE, Gui. *Design, cultura e sociedade*. São Paulo: Edgard Blucher, 2011.

FOSTER, Hal. *Design and crime: and other diatribes*. Londres: Verso, 2003.

SELLE, Gert. *Ideología y utopía del diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1975.

Referências complementares

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Conceito de iluminismo*. In: ARANTES, Paulo Eduardo. *Theodor W. Adorno: Textos Escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

ARGAN, Giulio Carlo. *A crise do design*. In: _____. *História da arte como história da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

_____. *A história na metodologia do projeto*. Revista caramelo. São Paulo, v. 6, outono de 1993.

BENJAMIN, Walter. *Sobre o conceito de história*. In: _____. *Obras Escolhidas: Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BINDA, Joel. *Is CSR unethical? The fraud of corporate social responsibility (CSR)*. Disponível em: <<http://anticsr.com/csr-unethical/>>. Acesso em 09 de fevereiro de 2015.

BONSIEPE, Gui. *A “tecnologia” da tecnologia: entre o marasmo e a esperança*. São Paulo: Edgard Blucher, 1983.

BORGES, Jorge Luis. *Ficções*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

- CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à História do Design*. São Paulo: Edgard Blucher, 2008.
- FONTENELLE, I. A. *O fetiche do eu autônomo: consumo responsável, excesso e redenção como mercadoria*. *Psicologia & sociedade*, 22(2), 215-224. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v22n2/02.pdf>>. Acesso em 9 de fevereiro de 2013.
- FORTY, Adrian. *Objetos de desejo — design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2012.
- _____. *A verdade e as formas jurídicas*. São Paulo: Nau editora, 2002.
- GROPIUS, Walter. *Bauhaus: Novarquitetura*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- HEINRICH, Fabiana. *Design: crítica à noção de metodologia de projeto*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2013.
- HOBBSAWM, Eric. *Quem é quem ou as incertezas da burguesia*. In: _____. *A era dos impérios*. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- KURZ, Robert. *Razão Sangrenta*. São Paulo: Hedra, 2010.
- LOOS, Adolf. *Ornament and Crime*. In: GORMAN, Carma. *The industrial design reader*. Nova Iorque: Allworth Press, 2003.
- _____. *The poor little rich man*. In: SARNITZ, August. *Adolf Loos 1870-1933: Architect, cultural critic, dandy*. Nova Iorque: Taschen, 2003.
- LÚKACS, Georg. *A reificação e a consciência do proletariado*. In: _____. *História e consciência de classe*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- MARX, Karl. *O capital. Crítica da economia política. Livro I: O processo de produção do capital*. São Paulo: Boitempo editorial, 2013.

MOTTA, Flávio. *Desenho e emancipação*. In: ANDRADE, Mário de; ARTIGAS, João Batista Villanova; MOTTA, Flávio. *Sobre desenho*. São Paulo: Centro de Estudos Brasileiros do Grêmio da FAU-USP, 1975.

NIETZSCHE, Friedrich. *Sobre verdade e mentira*. São Paulo: Hedra, 2012.

ŽIŽEK, Slavoj. *Primeiro como tragédia, depois como farsa*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011.

ALL WATCHED over by machines of loving grace. Produção de Adam Curtis. Londres: BBC, 2011. (180 min.), color.

MANIFESTO Colabora. Produção de Adriano Furtado, Maki Shintate, Robson Tomoki, George Denani, Marcos Philipson et al. São Paulo: Colabora, 2013. (3min. 22s.), color. Disponível em: <<http://projetcocolabora.org/site/blog/manifesto/>>. Acesso em 11 de março de 2015.