SÉRIE **FILOSOFIA DO DESIGN**



Ivan Mizanzuk
Daniel B. Portugal
Marcos Beccari

EXISTE DESIGN?

Indagações filosóficas em três vozes

2AB

EXISTE DESIGN?

Indagações filosóficas em três vozes

SÉRIE **FILOSOFIA** DO **DESIGN**

Ivan Mizanzuk | Daniel B. Portugal | Marcos Beccari

EXISTE DESIGN?

Indagações filosóficas em três vozes

2AB EDITORA

Teresópolis, 2013

© Todos os direitos reservados à 2AB Editora Ltda.
A reprodução deste livro, na íntegra ou em parte, é a maior contribuição que você pode dar para que nós, brasileiros, deixemos novamente de ter uma bibliografia sobre design.

Editor Vítor Barreto

Coordenação da série Ivan Mizanzuk

Revisão Gabriela Froes

Capa Marcos Beccari

Ilustrações Guilherme Henrique

Projeto Gráfico Marcos Beccari

Produção de ebook S2 Books

www.2ab.com.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M685e Mizanzuk, Ivan ; Portugal, Daniel B. ; Beccari, Marcos.
Existe design? : indagações filosóficas em três vozes / Ivan Mizanzuk, Daniel B. Portugal, Marcos Beccari. – Teresópolis, RJ : 2AB, 2013.
128 p. : il. ; 21 cm. – (Série Filosofia do Design)

Inclui bibliografia.
ISBN 978-85-86695-69-8

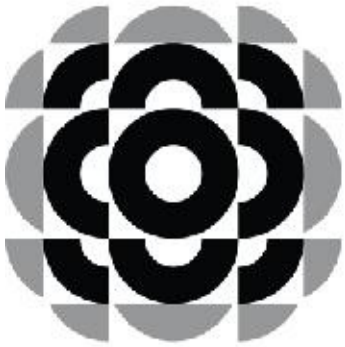
1. Design - Filosofia. I. Portugal, Daniel B. II. Beccari, Marcos. III. Título. IV. Série.

CDU 658.512.2
CDD 745.2

Índice para catálogo sistemático:
1. Design : Filosofia 658.512.2
(Bibliotecária responsável: Sabrina Leal Araujo – CRB 10/1507)

SÉRIE **FILOSOFIADODESIGN**

é uma iniciativa



+



www.anticast.com.br

www.filosofiadodesign.com

Sumário

Folha de rosto
Ficha catalográfica
Sumário
Prefácio
Introdução

Existe design?

Crença como sobrevivência
Sobre Sócrates e alces
O Deus design

Design é útil?

A útil inutilidade apendicítica
A inutilidade comunicativa
Cinismo como potência
Considerações por um espaço para o Mal
Heidegger à disposição
Escolher apesar de tudo

Afinal, o que é design?

Design como sintoma
Design como mediação
Um desvio ao impossível

Considerações... finais?

Prefácio

por Ricardo Cunha Lima

O que Sócrates teria a dizer a um designer? O que é, afinal, design? Existe o "bom design"? Como o design afeta nossas vidas? Por que se faz design? Quando teria o design surgido? Design seria apenas um apanhado de práticas aleatórias?

Três jovens designers, que cedo em suas carreiras se aventuraram no mundo acadêmico – atualmente são doutorandos e atuam como professores universitários – propuseram-se a refletir sobre essas questões. O resultado é este livro, uma excelente coletânea de textos sobre possíveis relações entre a filosofia e o design.

Nos últimos anos, os designers têm despertado mais ativamente para o design como uma área do conhecimento, e não apenas como uma prática profissional. Esse amadurecimento intelectual, que não está limitado a um país específico, desenvolveu-se paralelamente ao crescimento dos cursos de pós-graduação *stricto sensu* em design.

Até recentemente, pouco se conhecia sobre a história do design, e menos ainda sobre as reflexões teóricas a ele relacionadas, fora dos grandes centros. As práticas profissionais eram antes inspiradas pela internacionalização estilística de design, numa época em que as diferenças culturais entre os países eram consideradas pouco relevantes. Se hoje a ideia de um sistema fechado de normas de criação parece absurdo às novas gerações, houve um tempo em que as principais questões teóricas pareciam estar relacionadas a tais metodologias.

É a refletir sob uma ótica contemporânea, aberta e multifacetada que os autores desse livro nos convidam. Trata-se de uma obra criada por jovens pensadores, escrita para jovens que acreditam em um debate abrangente sobre design, e para todos aqueles que continuam insatisfeitos com a maneira como o design ainda é compreendido.

Chegou o momento de ampliarmos nossos debates para o campo da filosofia, travando um diálogo que nos possibilite minimizar a preocupação em se definir o que deve ou não ser considerado design, e que nos faça questionar

filosoficamente: que diabos é isso que nós fazemos?

Ricardo Cunha Lima é mestre em Design pela ESDI/UERJ e atualmente leciona na ESDI/UERJ e EBA/UFRJ.

Introdução

por Ivan Mizanzuk

O livro que você tem em mãos é resultado de um projeto que, apesar de dizer-se despretensioso, possui sim grandes pretensões. Em primeiro lugar, ele visa a iniciar um diálogo entre o "fazer" e o "pensar" design, de uma maneira ainda pouco explorada no Brasil. Em segundo lugar, foi um livro escrito a seis mãos por três amigos que mantiveram contato quase que inteiramente via internet. Fizemos duas reuniões via Skype para conversar sobre o andamento do livro, o restante aconteceu somente por email. Escrever assim não é fácil, especialmente em meio a aulas (todos somos professores), doutorado (todos somos alunos) e vida pessoal (todos somos pessoas). Por fim, este livro visa a inaugurar, graças ao grande apoio (e ato de fé) do editor Vítor Barreto, a série *Filosofia do Design*, pela editora 2AB, para a qual já há pelo menos mais dois livros engatilhados (um do Beccari e outro meu), além da pretensão de outros volumes ainda em planejamento.

Os grandes culpados por esse livro, além das nossas próprias pretensões, foram projetos iniciados pelos autores: o *podcast* AntiCast (iniciado por mim, Ivan Mizanzuk), o blog Filosofia do Design (iniciado por Marcos Beccari) e o blog Forma Elementar (iniciado – e atualmente suspenso, transformado em repositório de trabalhos do autor – por Daniel B. Portugal). Tais projetos criaram diálogos, autores, leitores e ouvintes que demandavam uma bibliografia ainda em falta no Brasil: uma que relacionasse o design à filosofia e às áreas correlatas. Nas páginas que virão, você, leitor, encontrará ensaios que, longe de pretenderem ser respostas, são *convites* a uma reflexão sobre o design.

Tal objetivo não é novo. Muitos são os autores que já buscaram analisar o design sob outros olhares, outras lentes, emprestando muitas vezes alguns conceitos da filosofia, da psicologia, da antropologia, da história. Contudo, pouco se avançou na área. Mesmo a corrente chamada *Philosophy of Design*, iniciada na revista *Design Studies* no fim da década de 1990, que possui nomes fortes como o de Terence Love, não atendeu a nossas expectativas, já que acabou por focar-se mais em uma metateoria de pesquisa em design, fechando-se em si

mesma, que no diálogo com a tradição filosófica ou com o pensamento humanístico de modo geral. Há casos excepcionais, como algumas obras de Baudrillard, Flusser, Barthes e outros autores de peso que mencionam diretamente o design, mas tais obras ainda são pouco discutidas no campo teórico do design.

Ainda como aluno de graduação, encantei-me pelo estudo das ciências humanas, e clamava por um livro assim (não à toa, fiz um mestrado em Ciências da Religião na PUC-SP como forma de compensar tal desejo de estudar coisas diferentes). Longa foi a procura para encontrar obras que relacionassem o design com o pensamento de autores que me encantavam. Dada a ausência delas, busquei as conexões por conta própria. Bem-sucedido ou não, a jornada havia começado.

A filosofia me sondava, incomodava, tirava meu sono e, como todo estudante de design que sofre esse encantamento, eu buscava uma relação prática: afinal, como eu poderia aplicar todo esse conhecimento em meus projetos de design? Cheguei a fazer algumas tentativas, algumas até foram publicadas, mas hoje vejo meu erro. A filosofia não deve ser usada para trazer soluções (mesmo que, como diria o filósofo francês Georges Gusdorf, todo pensador sonha, intimamente, em trazer a resposta final para tudo). No máximo, ela pode nos fornecer visões diferentes, outras perspectivas, outras formas de encarar nossa relação com o mundo. Somente quando, por fim, desvencilhei-me do impulso de querer incorporar toda aquela leitura em minha prática, pude realmente desfrutar dos prazeres do pensamento humanístico.

Não quero dizer com isso que sociologia, antropologia, filosofia, psicologia, enfim, são inúteis para a prática do design. Muitas ideias vindas dessas áreas, surpreendentemente, podem ser aplicadas de maneira interessante. Contudo, ao menos a nosso ver, são mais bem colocadas como posturas de análise. Daí nosso desejo em iniciar este projeto.

O primeiro obstáculo surgia: como deve ser o livro? Como não ser superficial ao mesmo tempo em que há a limitação de espaço? Como levar em conta as poucas referências que um estudante ou profissional do design tem da filosofia? Pior ainda: como tornar o livro compreensível sem ser maçante? Levando isso tudo em consideração, os textos em formato de ensaio foram a escolha óbvia, pois nos permitiriam falar mais livremente, satisfazendo nosso desejo de tornar o livro mais um convite e menos a formalização de estudos passados. O mais importante, acreditamos, é despertar o interesse do leitor pelas relações que novos olhares podem trazer ao design. Portanto, se você possui algum interesse

em ciências humanas ou em filosofia, mas ainda não consegue vislumbrar as relações que tais áreas têm com o design, este livro foi pensado para você. Isso obviamente não exclui o leitor já “calejado”. Se este for o seu caso, você será capaz de notar nossas influências, nossos pontos de partida, posicionamentos e equívocos. Para o iniciante, cabe aprofundar-se nos estudos e referências que trazemos (e outras que lhe virão naturalmente) para poder tomar suas próprias conclusões.

SOBRE O FORMATO

Inicialmente, nossa ideia era fazer um livro de diálogos – ou “triálogos”, um neologismo que formamos em tom de brincadeira, tendo em vista que pretendíamos uma conversa a três. Por um bom tempo, este livro foi chamado informalmente de “Triálogos sobre design”. O nome não vingou, pois não escrevemos respondendo diretamente uns aos outros (ainda que, o leitor notará, por vezes os textos dialogam e discordam entre si). A proposta era a seguinte: cada um faria três perguntas de cunho filosófico sobre design. Cada qual deveria ser respondida por todos, inclusive por aquele que propôs a questão. Como escrevemos em três, teríamos 27 ensaios no final, que seriam compilados e publicados. As perguntas abrangeriam desde questões clássicas da filosofia (existência, moral, utilidade) até as relações do design com a arte, o mercado, o consumo etc.

Ao final da primeira rodada de perguntas (*existe design?*, feita por Marcos Beccari; *design é útil?*, de Daniel Portugal; *design é bom?*, de Ivan Mizanzuk – todos os textos escritos em um período de três meses), notamos que o volume e a densidade da produção já eram suficientes para um livro inteiro. Acrescentamos a esses textos uma última pergunta – *o que é design?* – por sugestão do professor doutor Rogério de Almeida (FE-USP), nosso amigo e atual orientador de doutorado do Marcos Beccari. Essa pergunta foi bem-vinda como forma de fechamento para deixarmos mais claras nossas ideias sobre a área, após uma série de investigações.

Esse formato de ensaios, com três visões distintas sobre cada questionamento, esperamos, trará um rico panorama ao leitor sobre as possibilidades de se analisar o design por novos ângulos. Existentes ou não, úteis ou não, bons ou não, algo resultará. “O que” ainda está em aberto.

Gostaríamos de agradecer imensamente a nossos colaboradores, leitores e

ouvintes do AntiCast e do Filosofia do Design, além de todos os alunos, professores, amigos e parentes que nos acompanharam no processo de produção deste livro. Apesar de um chavão, seria um erro não mencionar suas fundamentais participações nessa maluquice toda. Só nos resta agradecer e desejar boas leituras.

Curitiba, novembro de 2012.

EXISTE DESIGN?

Crença como sobrevivência



Ivan Mizanzuk

Não é incomum vermos discussões acaloradas sobre a definição de design. Afinal, ele começou na Revolução Industrial? Seriam nossos antepassados – quando desenvolveram formas de reprodução de seu dia-a-dia (seja lá para qual propósito) nas paredes das cavernas, ou ainda quando forjaram suas primeiras ferramentas – os primeiros designers? Não há dúvidas de que esta discussão é recorrente e, a meu ver, insolúvel. A escolha pela definição mais satisfatória aparenta, cada vez mais, ser um recurso político de defesa de seus próprios interesses[1] – ao dizer que design é X em vez de Y, o discurso é moldado por interesses que vão além de uma lógica que vise à "realidade objetiva".

Sendo assim, dando um passo para trás, talvez a pergunta "existe design?" torne-se mais importante. Em nosso meio, estamos acostumados a ver design em tudo: analisamos capas de livros, ergonomias de móveis domésticos, fachadas de lojas, identidades visuais, usabilidade de websites... a lista é infinita. Logo, num primeiro momento, o design obviamente existe.

Daí, partimos para outra pergunta, que também é recorrente: se existe, *como* deve ser? É a partir do "como", ou seja, da sua suposta materialização, que teremos maiores possibilidades de discorrer sobre sua possível existência. Em tempos de exaltação sobre a necessidade da eficiência de artefatos de design, surgem fórmulas. Das mais recorrentes, citamos aqui duas, aparentemente paradoxais: por um lado, o designer deve ser invisível[2] – o bom artefato é aquele cujo usuário não percebe que alguém o produziu; por outro lado, o designer deve ser autor[3] – ao deixar sua assinatura no artefato, nota-se sua presença, e ele ganha espaço. Duas escolhas, dois polos estéticos que acabam por definir uma série de consequências.

Se partirmos da famosa conclusão de Walter Benjamin[4] de que a arte do século XX passa a ser uma escolha política (ideia essa que utilizamos já na abertura do presente ensaio), ou seja, de que a unicidade temporal/geográfica dos objetos (aquilo que ele chamava de "Aura") deixa de existir com a produção em massa – ou, mais especificamente, com o advento do cinema e da fotografia –, podemos chegar facilmente a duas conclusões. No caso do designer que deseja

ser invisível, acredita-se que o design é uma forma de atuação econômica que busca a anulação do indivíduo em nome do objetivo mercadológico. Em contrapartida, aquele que visa à autoria busca deixar sua marca de maneira mais evidente em determinado contexto socioeconômico.

Apesar de satisfatórias em um primeiro momento, ambas as conclusões são contraditórias. Afinal, ao fazer um trabalho invisível, não seria essa a melhor habilidade do designer? E no segundo caso, não seria sua assinatura seu maior valor de mercado? O que contemplamos, então, é um abismo de possibilidades cujas verdadeiras razões para o designer optar por uma ou outra estratégia vão muito além dos fatores apresentados. Tal questão permanece em aberto (possivelmente sempre estará) e não é nosso dever aqui tentar respondê-la.

Eis que, ao voltarmos à nossa indagação original, notamos que caímos numa armadilha (calculada, confesso): supomos, com certa inocência, que o design existe. Mas este é um livro sobre design, escrito por designers que dão aula e pesquisam sobre design. Como poderíamos sair deste pressuposto?

Lembro-me das famosas palavras do escritor G. K. Chesterton[5], que dizia que não havia problema algum em não acreditar em Deus – o problema, dizia ele, é que você acaba acreditando em qualquer outra bobagem, como política, Estado, felicidade... talvez design? Ao dizer isso, Chesterton queria explicitar uma questão bem simples: no campo das ideias, o conceito de “Deus” é o melhor já concebido – explica desde o início até o fim do Universo, além de nosso propósito de vida, como devem ser nossos atos etc.

Pensando no design como um *conceito*, isto é, uma ideia que significa uma forma de pensar/produzir/projetar, ele nunca será tão poderoso –, e, acredito, também estamos preocupados com coisas muito menores do que perspectivas existenciais. Queremos pagar nossas contas, e o design é algo que nos atraiu em algum momento. Existem cursos sobre isso, vagas de emprego, projetos de regulamentação, livros.

Não desejo transformar esse ensaio em algo de teor teológico, mas me vejo tentado a toda hora fazer essas relações religiosas. Por exemplo, no Gênesis, Deus dá ao homem o poder de nomear as coisas. Ao terem nome, elas existem, são controladas. Nomeamos nossos filhos para podermos educá-los. Mal sabia o ser humano que, antes de dar o poder de dar nome às coisas, segundo o mito bíblico, Deus teria criado a linguagem, e esta confundiria o homem. A Torre de Babel[6] é o retrato (e desfecho) de nossa confusão e ousadia.

Quando penso no fato de existirem tantas coisas com a palavra “design” ao meu redor, não consigo aceitar tal cenário como evidência de existência. Afinal,

seria muita ingenuidade nossa acreditar que, se crescerem (ainda mais) o número de igrejas e templos, os ateus deixariam de existir. A comparação pode parecer forçada (alguém poderia dizer que a ciência ajudou a minar as bases de crenças metafísicas, o que na realidade acabou apenas por substituir um mito por outro), mas acreditamos ser plausível aceitar o impasse de que todas as indagações aqui levantadas, no fim, são tentativas desesperadas de afirmação por um motivo de ser e estar no mundo. Somente o crente dogmático tem coragem de dizer que sua religião é melhor que a do outro. Neste ponto, acabo sendo filho do ceticismo. Como diria Oscar Wilde, com a devida licença poética, já não sou mais jovem o suficiente para saber de tudo. O tal do sentimento trágico, de não sabermos por que aqui estamos e para onde iremos, me devora e tortura. Inventamos essas histórias (família, religião, profissão, mercado, design, a própria História) para aguentarmos. Não vivemos – sobrevivemos.

Ainda assim, apesar de todas as dúvidas levantadas e a (intencional) falta de resposta, distorço um conhecido ditado popular para estabelecer minha posição definitiva: “não acredito no design – mas que existe, existe”.

Sobre Sócrates e alces



Daniel B. Portugal

É preciso compreender a pergunta antes de tentar respondê-la. O que se quer saber quando se pergunta se alguma coisa existe? Isto é, existe alguma coisa que não existe? A lógica nos obrigaria a responder que não. Mas, seguindo esse rumo, parece que confiamos demais nas palavras. X pode ser sempre igual a X, 2 sempre igual a 2, mas existir não é necessariamente igual a existir.

Exemplo prático: unicórnio. Unicórnio existe? Não, eu diria. Mas por que digo que não? Talvez porque eu nunca tenha visto um unicórnio cavalgando por aí. E, entretanto, também nunca vi um alce, mas diria que alce existe. Por quê? Talvez porque eu confie em enunciados que afirmam que alces existem ou acredite em imagens que representam de maneira realista algo que seria um alce. Neste último caso, talvez me parecesse ainda mais certa a existência do alce – afinal, como já nos revela a famosa expressão "ver para crer", a visão tem algum privilégio quando se trata de verificar a existência das coisas.

Faria sentido dizer que alguém "escutou" um alce? Ora, ninguém escuta alce. Escuta barulhos, mas pode ser que certos barulhos sejam atribuídos a ações realizadas por um alce. Mas se é assim, então ninguém vê um alce tampouco. Assim como só se escuta barulhos, só se vê imagens "visuais" – isto é, agregados de formas e cores. Alguém pode ver uma imagem qualquer e atribuir tal imagem à presença de um alce, mas ninguém pode ver um alce. Então, se ninguém vê, escuta, degusta, cheira ou apalpa um alce, de onde se tirou a ideia de que alce existe? Só se pode atribuir certos estímulos visuais à presença de um alce quando se sabe que alce existe. Não é possível descobrir que alce existe vendo um alce, porque nesse caso, justamente, não se vê um alce, vê-se alguma coisa não identificada.

Mas, então, se "alce", enquanto categoria, tem que existir antes que alguém veja um alce, em que medida se pode corroborar a existência de "alce" pela experiência visual de alguém?

Esta pequena digressão, finalizada na interrogativa, tem como único objetivo indicar que o mundo organizado que vemos, composto por alces, cadeiras, mesas etc., não existe independentemente da nossa linguagem e da nossa imaginação. Só temos acesso ao mundo através de nossos sentidos, e, a cada momento,

nossos sentidos absorvem uma quantidade enorme de estímulos caóticos e mutáveis. Através de nossa memória, nossos interesses, nossa linguagem e nossa imaginação, organizamos esses estímulos em um todo que passamos a encarar como “a realidade”. Portanto, as coisas que existem nessa realidade existem, em parte, porque foram inventadas por nós.

Tudo bem, mas como isso nos ajuda a compreender a pergunta inicial? Compreendemos que a questão “tal coisa existe?” pode ser encarada como uma pergunta que diz respeito não às coisas como elas são fora de nossa experiência e de nossa linguagem, mas ao tipo de estruturação que damos à nossa realidade. A questão agora, entretanto, é saber: perguntar se existe design é a mesma coisa que perguntar se existe alce? Isto é, trata-se de saber se conseguimos ligar a categoria linguística a certos objetos ou indivíduos apreendidos pela experiência sensorial?

Não. O problema parece ser outro. Não faria nenhum sentido perguntar se alguém já viu um design por aí. E não se trata, aqui, de um problema “particular *versus* universal”, como seria o caso se disséssemos que ninguém nunca viu “O alce” pastando por aí – viu um alce particular, mas não “O alce” enquanto categoria.

Será que o problema da existência do design está mais próximo de um problema do tipo: vermelho existe? Nesse caso, assim como ninguém nunca viu “O vermelho”, tampouco alguém viu “um vermelho”, mas apenas objetos vermelhos. Seria o design, tal como o vermelho, aquilo que costumamos chamar de “qualidade dos objetos”? Aparentemente não, mesmo se passássemos de uma qualidade tal como o vermelho para uma qualidade tal como a beleza. É verdade que falamos do “design” de um objeto, mas é mais ou menos do mesmo modo que falamos da saúde de alguém, ou seja, é mais uma forma de julgar o objeto ou separar suas dimensões com base em parâmetros definidos por um saber.

Talvez, então, saber se existe design seja mais como saber se existe medicina. Seria o design uma *téchne* – isto é, uma prática ou atividade sustentada por um saber específico?[7] Ou seria apenas um apanhado de práticas aleatórias que não formariam um conjunto coerente? Neste último caso, poderíamos dizer que design não existe, mais ou menos do mesmo modo que algumas pessoas afirmam que leitura de mãos não existe, por exemplo. Ninguém duvida que uma pessoa possa olhar para a mão de outra e, a partir daquilo que vê, produzir uma fala qualquer. Quem diz que não existe leitura de mãos quer dizer que ela não existe enquanto uma *téchne*, que é apenas um engodo. É esse tipo de julgamento, parece, que queremos fazer a respeito do design quando perguntamos se existe

design.

Para tratar dessa questão, será útil estudar brevemente a posição de Platão em seu diálogo *Górgias*, no qual ele defende, pela fala de Sócrates – personagem principal na maior parte dos diálogos platônicos –, que a retórica não é uma *téchne*, mas uma forma de bajulação. A ideia não é acatar a posição platônica, mas mostrar o que está em jogo e, em seguida, argumentar como a divisão por ele proposta é feita com base em uma visão de mundo muito diferente da nossa.

Sócrates pergunta a Górgias e Polo o que é a retórica. Os dois respondem que é uma *téchne*, e descrevem algumas de suas características. Dentre elas, a de que a retórica é mestra da persuasão. Sócrates, entretanto, afirma que um médico poderia – mais facilmente do que um orador – persuadir outro médico sobre assuntos medicinais. E, do mesmo modo, um engenheiro poderia persuadir outro engenheiro sobre assuntos de engenharia com mais facilidade do que um orador. A retórica só serviria para persuadir ignorantes, porque ela realiza uma persuasão ligada à crença, e não uma persuasão ligada ao conhecimento (ou seja, relacionada à apreensão da Verdade com base na razão). Por isso, segundo Sócrates, a retórica não seria uma *téchne*, mas uma espécie de engodo:

> [...] uma prática que nada tem de arte [*téchne*], e que só exige um espírito sagaz e corajoso e com a disposição natural de saber lidar com os homens. Em conjunto, dou-lhe o nome de adulação. A meu ver, essa prática compreende várias modalidades, uma das quais é a culinária, que passa, realmente, por ser arte [*téchne*], mas que eu não considero como tal, pois nada mais é do que empirismo e rotina. Como partes da mesma, incluo também a retórica, o gosto da indumentária e a sofística [...]. [8]

Para Platão, essas quatro “rotinas” são consideradas adulações porque caminham na direção contrária do bem verdadeiro, direção à qual levaria uma *téchne*. O bem do corpo seria a saúde.[9] O bem da alma, a justiça. Ora, a culinária produz alimentos agradáveis ao paladar, os quais não necessariamente produzem saúde. Ela “persuade” não por sua capacidade de levar ao bem (como seria o caso da medicina, para Platão), mas por sua capacidade de moldar as *aparências*.

A ligação com a aparência e não com a essência é o ponto central da implicância platônica com coisas tão diversas quanto a retórica, a culinária, a pintura, a poesia etc. Muitos já devem ter escutado que, quando concebe sua república ideal, Platão deixa do lado de fora da cidade os pintores e a maior parte

dos poetas. Com efeito, os livros III e X de *A república* tratam eminentemente do valor da poesia e da pintura. Neste diálogo, Sócrates – novamente o personagem principal – pergunta: "[...] relativamente a cada objeto, com que fim [se] faz a pintura? Com o de imitar a realidade, como ela realmente é, ou a aparência, como ela aparece? É imitação da aparência ou da realidade"?[10] Sua resposta é que a pintura e de modo geral a poesia imitam apenas as aparências. Mas qual seria o grande problema de imitar as aparências ou de se preocupar com elas?

No início desta resposta, teci elucubrações a respeito da existência de alces, com o objetivo de sugerir – esta é a visão da maioria dos filósofos contemporâneos, normalmente influenciados por Nietzsche – que o mundo organizado em que vivemos não existe independentemente da nossa linguagem e da nossa imaginação. Platão, entretanto, não pensa assim. Para o filósofo, o mundo tem uma essência que independe completamente de nós. Todas as coisas com as quais nos relacionamos no mundo material seriam apenas cópias imperfeitas dessas essências.

O medo de Platão é que, se cedemos aos encantos das aparências, afastamo-nos das essências, nas quais estariam a beleza, a qualidade e a perfeição verdadeiras. Por isso, deveríamos nos cercar, cada vez mais, de coisas que são boas porque se aproximam de suas essências e julgar seu valor por esta proximidade, e não pelo encanto de suas aparências. Segundo Platão, as coisas se aproximam de suas essências na medida em que desempenham aquilo que seria a função específica de sua natureza essencial. "A qualidade, a beleza e perfeição de cada utensílio, de cada animal ou acção não visam outra coisa que não seja a função para a qual cada um foi feito ou nasceu". [11]

Os designers leitores devem ter identificado na posição platônica uma inclinação funcionalista *avant la lettre* (ou seja, alguns milênios antes da Bauhaus). Não seria uma espécie de funcionalismo propor que a perfeição de um utensílio se mede pela adequação à função para a qual ele existe? Sim, mas o funcionalismo platônico é bem diferente daqueles advogados pelas escolas funcionalistas do design – aqueles, por exemplo, ligados à Bauhaus ou à escola de Ulm. Tanto Platão quanto os funcionalistas desprezam as aparências – a potência sensível e sensual das formas.[12] Entretanto, o primeiro rebaixa as aparências porque opõe a elas o plano superior das essências. Já os segundos não acreditam em tal plano, de modo que seu desprezo pelas aparências resulta apenas em um árido pragmatismo materialista e em uma exaltação da eficácia que, como veremos mais para frente, é bastante problemática.

Utilizemos agora nosso pequeno estudo sobre Platão para tentar responder a

pergunta da vez, que tornamos mais inteligível no formato “o design existe enquanto uma *téchne*?”. Aproveitando o formato dialógico dos textos de Platão, vamos imaginar um debate entre Sócrates e um designer:

Sócrates: – Com o que se ocupa o designer?

Designer: – Com a forma.

Sócrates: – Por Hera, designer! Sua resposta me agrada. Mas me diga, o sapateiro também não se ocupa da forma dos sapatos, e o construtor de navios da forma dos navios? E para determinar a forma do sapato e do navio, estes profissionais não se baseiam em seus conhecimentos da *téchne* da sapataria e da *téchne* da construção de navios, de modo a fazer o sapato calçar melhor e o navio navegar melhor?

Designer: – Sim.

Sócrates: – Então, se o construtor de navios se ocupa da forma dos navios e o sapateiro da forma dos sapatos, com a forma de que coisa o designer se ocupa?

Designer: – Ora, com a forma de todas as coisas.

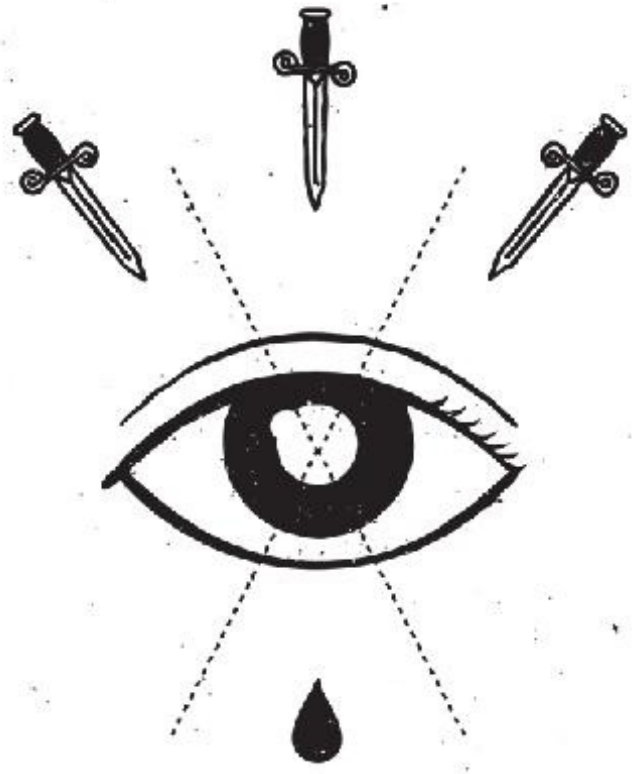
Sócrates: – Mas se concordamos que o sapateiro sabe mais sobre a forma do sapato do que um designer, e um construtor de navios sabe mais sobre a forma de navios, e assim por diante com todas as coisas, cada profissional sabendo mais sobre a forma das coisas que são objetos de sua *téchne*, teremos que admitir que em nenhuma ocasião é à *téchne* do design que devemos recorrer para determinar a forma das coisas, de modo que temo ser obrigado a dizer-lhe que a *téchne* do design não existe por não possuir objeto específico.

Na perspectiva platônica, portanto, a resposta para nossa pergunta seria: o design não existe (enquanto *téchne*), assim como não existe a *téchne* da retórica, da rapsódia, da poesia, da pintura, da culinária ou da moda. Seu argumento é perfeitamente coerente. Entretanto, ele só se sustenta com base em um proposital “esquecimento” das dimensões que transcendem a utilidade. Ou seja, com base em uma desconsideração completa da potência da aparência. Vimos que, neste

ponto, a perspectiva funcionalista e a platônica se assemelham. Assim, sob uma perspectiva funcionalista, temos que admitir a conclusão socrática: o design não existe. Vamos repetir: sob uma perspectiva funcionalista, o design não existe! Logo, design funcionalista é uma contradição em termos? É o que parece.[13]

O design passa a existir, entretanto, na medida em que escapa dessa prisão em que perspectivas como a platônica e a funcionalista o colocam. Assim como a retórica, o design não está ligado a uma busca da verdade. Mas, em uma perspectiva que enxerga o mundo como algo sem essência própria, o desinteresse pela verdade não transforma esse algo em engodo. Ao contrário, se o mundo ordenado em que vivemos só existe com base na relação entre sujeito e objeto, as atividades que se concentram nesta relação atuam no próprio cerne da existência – o lugar onde se rompem todas as certezas e taxonomias e que, por excesso de existência, fica no limbo da inexistência.

O Deus Design



Marcos Beccari

A pergunta vigente me parece interessante não pelo questionamento em si, mas pela retórica que lhe é subjacente. Quer dizer, a *possibilidade* da não existência do design é mais legal do que saber se, de fato, design existe ou não. Pois a pergunta poderia ser desdobrada em: e se não conseguimos suportar o fato de que a vida é basicamente infeliz, insegura e desconfortável, de modo que, para justificar nossa "vocação superior", tivemos que inventar um *deus Design*?

Colocando de forma diferente: a noção de design tem sentido fora do olhar humano?

Contrariando todas as teorias, vamos supor que o design seja, sim, uma divindade ou uma dimensão muito além da compreensão humana – sem descartarmos, contudo, a *possibilidade* da não existência do mesmo enquanto tal. Sendo assim, invertendo o lema de Dostoiévski, se o deus Design *existe*, tudo é proibido: devemos evitar tentações meramente humanas, como desfrutar diretamente a realidade sem recorrer a algum *artifício divino*.

Que artifício seria este? Uma atitude de cegueira voluntária que não nos deixa à mercê do mundo. Pois o mundo imediatamente dado é desagradável e teimoso, ele insiste em nos afetar – mas o deus Design concedeu-nos a faculdade de rejeitar tal obscenidade. Designers seriam aqueles que agem diretamente em nome d'Ele, como instrumentos de Sua vontade, encarregados de espalhar a mensagem de que a vida não é meramente "vida".

Não significa que este mundo não foi feito para nós, que a verdadeira vida está noutro lugar; o Design está aqui, entre nós, mostrando-nos que um vaso, uma árvore e uma parede não são simplesmente um vaso, uma árvore e uma parede. Qualquer coisa pode ser infinitas coisas.

Mas o que é a vida meramente vida? "É melhor não saber", diriam os designers. Os fanáticos mais radicais diriam: "Qual é o seu problema? Pare de se incomodar e injete morfina diretamente no cérebro!". A atitude mais comum, entretanto, não seria negar a vida meramente vida – ela já está aí, quem se importa? –, mas tentar ser *melhor* que ela, domesticando-a. Como fazer isso? Ao invés de assumir, por exemplo, que sua esposa está lhe traindo, você se concentra no fato de que, pelo menos, ela ainda é *sua* mulher.

É como se pudéssemos escolher entre dois aspectos de um mesmo fato, optando sempre pelo lado mais conveniente. E aqui reside a natureza trágica da religião do Design: embora adquira uma aparência mais dócil, aquilo que vemos não deixa de existir. A cegueira não é porque não conseguimos ver, mas porque fingimos que não vemos. A ironia é que, ao trapacear a desgraça humana, o Design somente reforça uma sensação de que estamos sendo *enganados*.

Deste modo, o próprio Design fundamenta a *possibilidade* de sua não existência – e é por isso que, aliás, não faz sentido haver *hereges* que são *contra* o design. O Velho Testamento do design é contundente: quanto mais trapaceamos o mundo, mais somos trapaceados pelo design. Para ilustrar isso, convém retomarmos a antiga fábula do designer que foge do cliente: ao sair de casa, o designer se depara com o cliente fazendo-lhe um sinal estranho. Apavorado, o designer corre até a agência e comunica a todos: "O cliente me fez um sinal estranho, vou ali na lanchonete para fugir dele". Assim que o designer sai correndo, o cliente aparece na agência e diz: "Só vim dar um oi, pois já estou de saída. Agora tenho uma reunião marcada com o designer ali na lanchonete, fiz até um sinal para lembrá-lo disso!". [14]

Ou seja, o próprio gesto de trapacear algo coincide com a realização deste algo. Esta também não seria uma interpretação possível à lenda de Édipo (de Sófocles)? Não foi justamente para fugir da profecia que o pobre-coitado matou o pai e casou-se com a mãe? De fato, não foi pela profecia que Édipo furou os próprios olhos, mas foi pela expectativa construída em cima dela – neste caso, a profecia em si faz o papel da vida meramente vida. Tentou-se evitá-la, mas ela não deixou de existir; pior, houve uma frustração graças à tentativa de não se frustrar.

Com isso quero dizer que não importa se o deus Design existe ou não, pois as supostas vítimas de Sua ironia são, elas mesmas, os agentes que fazem todo o trabalho em Seu lugar.

A questão da *possibilidade* da não existência do design então aparece com a sensação de *engano*: fomos enganados por um design onipotente, além de nossa compreensão, ou fomos enganados por nossa própria tentativa de organizar e prever as coisas? E que diferença isso faz? Se existe Design, estamos eternamente vulneráveis ao engano, e se Ele não existe, idem.

Na verdade, creio que a própria sensação de estar enganado é que é *enganadora*. Em um primeiro momento, vimos que o deus Design nos permite reconhecer que as coisas nunca são apenas o que são – tal como um oráculo grego, o Design é repleto de ambiguidades, de modo a atribuir às coisas muitos

sentidos possíveis. O paradoxo, contudo, é que este mesmo Design revela-nos que o duplo sentido é ilusório: uma hora ou outra, todos os sentidos possíveis de uma coisa coincidem somente com esta única coisa (aquela que nos afetou inicialmente).

Por meio do Design, podemos denunciar a vida meramente vida, mas ao fazê-lo, flagramo-nos dentro dela. De forma semelhante, Édipo declarava: "sou eu que porei à luz o criminoso – mas também: eu me descobrirei criminoso".[15] *Trata-se de coincidência, não de ambiguidade*. Este é o mistério da Esfinge resolvido por Édipo e, acredito, a grande dádiva que nos oferece o deus Design: não a possibilidade de superar o mundo, mas a oportunidade de ser surpreendido por ele. É possível enxergar as coisas além das coisas, mas no fim voltaremos às coisas mesmas – a surpresa é que esperávamos algo diferente.

Por exemplo, aquela velha história da fábrica de pastas de dente: na última etapa da embalagem, acontecia de algumas caixinhas passarem sem o tubo de pasta dentro delas. Era necessário, então, projetar uma máquina que eliminasse essas caixinhas vazias de acordo com o baixo peso delas. Antes dos designers concluírem o engenhoso projeto, contudo, os funcionários da fábrica já haviam solucionado o problema: compraram uma série de ventiladores domésticos que simplesmente "sopravam" para fora da esteira as embalagens vazias.

"Cadê o teu deus Design agora?", debochavam os funcionários. Diante disso, não basta simplesmente *substituirmos* a negação de um aspecto desagradável do mundo pelo reconhecimento de que "era exatamente isto!" – não, a negação deve *coincidir* com a afirmação. O objetivo não é eliminar a vida meramente vida (seria impossível), e sim "blefar" com ela, ter todos os motivos para rejeitar o engano e, exatamente por isso, aceitá-lo e afirmar sentido a ele. Trata-se do *amor fati* nietzschiano, o amor pelo *destino* – aqui entendido não como futuro preestabelecido, mas como a forma pela qual combinamos e configuramos a somatória de enganos de que são feitas as coisas, o mundo e a vida.

Por isso eu entendo o design como *ficção*, não no sentido de mera invenção, mas no sentido de *fingere*, feitiço, coincidência de algo que adquire forma enquanto é pronunciado. Nas palavras de Flusser, "Design significa, entre outras coisas, destino. O facto de nos colocarmos questões é a tentativa colectiva de nos apoderarmos do destino e de lhe darmos forma".[16] Ainda que a forma não seja arbitrária, mas limitada a um leque cultural de possibilidades, ela não tem limite de combinações. E ainda que não sejamos nós que façamos, sozinhos, essas combinações, nem mesmo a vida meramente vida, elas acontecem na *coincidência* entre nós e o mundo.

Não há ambiguidade nem dicotomia entre design e acaso, natureza e cultura, forma e função etc. O que existe são coincidências que, em última instância, nos permitem distinguir o que existe e o que não existe. Retomando a questão inicial, o problema da existência do design não é que design não faz sentido fora do olhar humano. O problema é que o olhar humano não faz sentido fora do design. A questão não é que o design não existe, mas que tal possibilidade (de não existir design, de nós não existirmos) define a fronteira do olhar humano. Algo que é bem explicado no começo d'*A insustentável leveza do ser* de Milan Kundera:

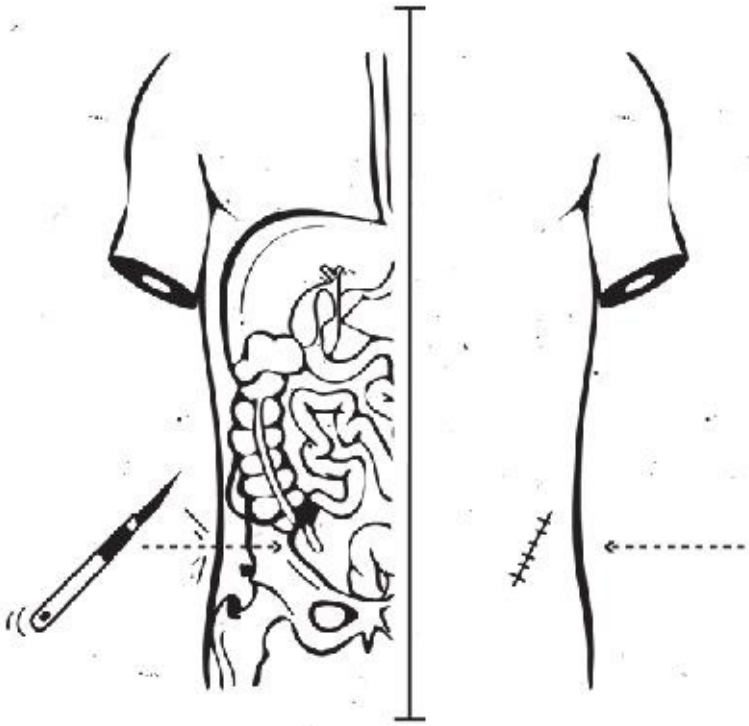
> Não existe meio de verificar qual é a boa decisão, pois não existe termo de comparação. Tudo é vivido pela primeira vez e sem preparação. Como se um ator entrasse em cena sem nunca ter ensaiado. Mas o que pode valer a vida, se o primeiro ensaio da vida já é a própria vida? É isso que faz com que a vida pareça sempre um esboço. No entanto, mesmo "esboço" não é a palavra certa porque um esboço é sempre um projeto de alguma coisa, a preparação de um quadro, ao passo que o esboço que é a nossa vida não é o esboço de nada, é um esboço sem quadro.
> Tomas repete para si mesmo o provérbio alemão: *einmal ist keinmal*, uma vez não conta, uma vez é nunca. Não poder viver uma vida é como não viver nunca. [17]

É preciso acreditar em algo antes de aceitar ou negar este algo. Por enquanto, *blefando* com a possibilidade de estar errado, acredito que não há como desfrutar diretamente a realidade sem recorrer ao artifício do deus Design. Se estamos presos no palco de uma tragédia grega onde tudo é vivido pela primeira vez – como descreve Kundera na citação acima –, creio que é o design que torna inteligível um mundo onde aquilo que é "real" não perdura a olhos humanos.

Porque a vida meramente vida é marcada por uma tentativa eterna e impossível de resolver sua própria existência, remanejando retroativamente suas próprias condições de possibilidade. Nela, somos seres forjados *para* o design e somos forjados *pelo* design.

DESIGN É ÚTIL?

A útil inutilidade apendicítica



Ivan Mizanzuk

A “utilidade” é, sem dúvida, um dos grandes bens de mercado que se busca atualmente. Logo, esta pergunta não poderia ser mais bem-vinda, especialmente logo após a investigação empreendida anteriormente no debate sobre a existência (ou não) do design. As duas indagações não estão separadas: se existe, pode ser útil para algo. No entanto, vejamos o caso do apêndice humano, órgão que aparentemente não possui função. Já teve alguma, em tempos imemoriais? Hoje, não mais? Caso possua alguma função, além da de lembrar-nos de que podemos morrer a qualquer momento por questões fora de nosso controle, ainda não foi deixada clara ao público. A palavra de ordem é: se puder retirar, faça-o.

Mesmo que dito primeiramente em forma de piada, vamos, como exercício, assumir que essa função de “injeção do sentido de mortalidade” seja o verdadeiro motivo da existência de tal órgão atualmente. Ele inflama sem motivo aparente, mata-nos mesmo saudáveis, independente da cor da sua pele, da sua religião, dos seus esportes, da sua alimentação. Especialmente por esse comportamento caótico, tal função não seria aceita. Afinal, se sua única função seria “trazer dor”, isso seria mau. Logo, inútil.

Interessante então notarmos essa dimensão moral da utilidade: algo é considerado útil por ser bom para alguém (ou outro algo). Uma cadeira é útil, pois podemos descansar nela. Se nos machuca, é ruim. Neste último caso, encostamos ela em algum canto da casa e ela passa a ser um incômodo. Ao perder sua função por não cumpri-la de maneira boa, torna-se inútil. Aqui, temos outra dimensão da utilidade: sua eficácia. Ou, melhor, seu desempenho.

Obviamente, nada nos impede de re-significarmos tal cadeira: podemos utilizá-la como suporte para objetos, ou ainda abraçarmos sua função puramente estética, tornando-a artefato decorativo. Quem pensou nos irmãos Campana não está errado: eles viram essa possibilidade e abraçaram tal alternativa como poucos. Mas, como sabemos, tal estratégia gera debates sobre se isso ainda seria design. Ao distorcermos a função primária, deslocando a cadeira do “ato de sentar” à possibilidade de “composição estética de ambiente”, não entramos no campo da arte?

Respondendo rapidamente, não acredito ser este o caso, por dois motivos:

I. Seria um engano conceitual e histórico (dos mais grosseiros) dizer que “Arte” desempenha apenas papel estético, especialmente em um país como o Brasil; [18]
II. Reduzir o design à “função” é assumir um *compromisso projetual* específico que, de maneira alguma, desempenha papel absoluto na história do design.

Tendo em vista que o primeiro ponto envolve questões mais pontuais sobre os limites entre Arte e Design (o que não é nosso objetivo no momento), sejamos funcionais e vamos nos ater ao segundo ponto para a continuação de nossa atual investigação.

O que queremos dizer com “compromisso projetual”? A escolha de palavras é precisa: quando o designer assume que seu trabalho depende de uma função, ele firma um compromisso do objeto com seu uso primário (uma cadeira “serve” para sentar), tendo em vista, como apontamos, as dimensões morais e de desempenho. Para ser útil, o artefato deve desempenhar certa função, e fazê-lo de maneira satisfatória. Se um novo artefato surgir no mercado, superando as dimensões contempladas, teremos um concorrente relevante que, no melhor espírito capitalista, arrisca tirar o emprego daquele primeiro designer. Sendo assim, acredito não estar ditando novidades ao dizer que, como designers, buscamos a utilidade como forte moeda de mercado. Ser útil (e ser reconhecido como tal) é ter dinheiro – e isso é bom.

De forma alguma quero aqui pregar contra o capitalismo. Honestamente, acredito que tal tentativa, ao tratarmos de design atualmente (ao menos em larga escala), é infundada e utópica: aquele que acredita que design deveria ser desenvolvido em outra realidade econômica também crê em outro design. Não é o meu caso.

Isso pode parecer contraditório com o ponto que levantei há pouco, quando declarei minha posição de que o compromisso projetual da utilidade não é o único. Se logo em seguida relacionei que, em nosso atual cenário econômico, “útil” é sinônimo de “bom”, e que não é possível atualmente pensarmos em outro design, o que pode haver além da utilidade? Tal pergunta, espero, deverá ser respondida com outra pergunta: afinal, *por que queremos a utilidade*? De onde vem esse desejo?

Neste momento, é importante entendermos que o discurso da utilidade foi construído historicamente, em grande parte devido, novamente, ao sistema de produção econômico advindo da Revolução Industrial. Imagine o leitor que,

antes deste período (estamos falando de antes do século XVII), um adulto teria apenas um ou dois pares de sapato durante toda sua vida – e muito provavelmente ele os teria confeccionado por conta própria. Não é à toa que tantos autores relacionam o surgimento de nossa profissão com esse período: quando a indústria passou a depender de alguém para projetar seus artefatos, surgiu o designer. Este profissional seria o responsável por desenvolver projetos de produção de artefatos que forneçam lucro.

Muitos já ficaram impressionados ao se depararem com a diferença do custo de produção em relação ao preço do produto final. Uma camiseta, que custa centavos à fábrica, chega a valer cem dólares nas lojas. Novos conceitos mercadológicos surgiram para defender essa diferença de valores, tais como "propriedade intelectual" e "valor agregado de marca".

Nada disso, tenho certeza, é novidade para o leitor. Questionemos então: o que queremos com tudo isso? Onde está a utilidade? Aqui, temos um vislumbre do cenário: ela está não no artefato em si, mas no *discurso construído* – discurso este montado no desejo da confecção de uma lógica de consumo que justifique as ações de produtores e consumidores. Tudo se torna estratégia de compra e venda, e a manobra final ressoa nas dimensões morais e éticas. Em um mundo hostil, sempre buscamos o que é "Bom". A natureza nunca foi amigável. O ser humano é deveras fraco para suportá-la, como Freud (e tantos outros) já nos demonstrou. Por isso, o "Bom", o "Paraíso", a "Utopia", enfim, são desejados, pois foram essas idealizações que teriam sido responsáveis pela sobrevivência da raça humana. Mas em um mundo confortável como o nosso, com antibióticos e comida entregues em casa, a noção de sua importância alterou-se drasticamente. Somos hoje condicionados a buscar uma bondade inventada com o mínimo de esforço possível. Basta um clique do *mouse*. Quantos quisermos.

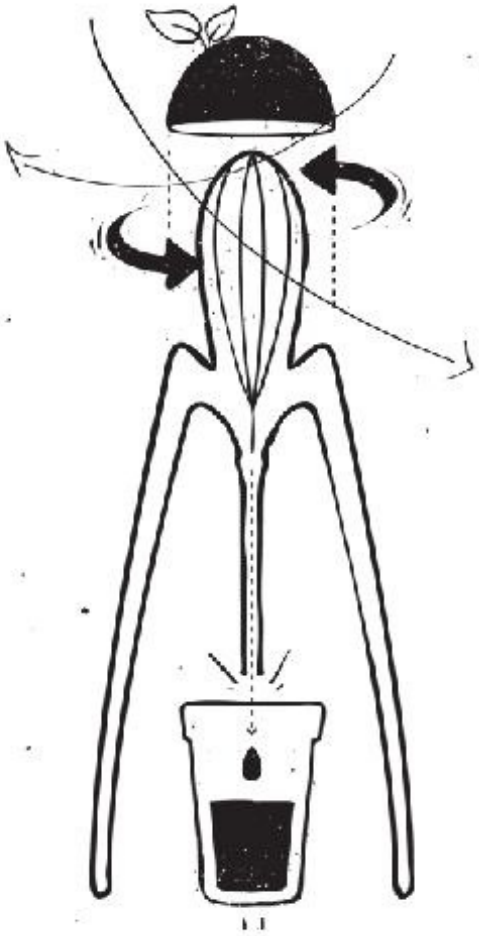
Ao usarmos artefatos de certas marcas, assumimos e montamos discursos que, sendo ou não de nossa tradição, posicionam-nos no mundo de maneira mais ou menos singular. Buscamos o que é "Bom", esta potência imaterial, agora no campo econômico. O artefato em si já não precisa ser útil, ou seja, não precisa desempenhar sua função primária de maneira satisfatória. Uma cadeira não necessita trazer conforto, desde que me traga outros benefícios (*status*, afetividades, desejos). Aceitamos isso como válido, em maior ou menor escala. Não à toa, o sociólogo alemão Max Weber já investigava as motivações cristãs, em suas dimensões éticas e morais, no campo econômico da Europa Ocidental moderna. Temos em sua obra[19] uma interessante análise sobre a materialização financeira do que é Bom. Se antes se desejava entrar no Paraíso através da

subordinação à figura divina (podemos dizer que ser submisso ao deus cristão era “útil”), com a ética protestante, de acordo com Weber, viu-se na prosperidade financeira um sinal de que o fiel era abençoado. A utilidade entrou no jogo como valor de mercado em um período histórico específico (fim do século XIX, se quisermos brincar de ser precisos), através de uma complexa migração de valores religiosos para a esfera econômica. Ao eliminarmos as forças metafísicas (o que Weber chamava de “desencantamento do mundo”, ou seja, a separação da dimensão espiritual do âmbito social), surge o indivíduo consumidor em busca de salvação secular. Sem um deus no jogo, sobra-nos o resto. Portanto, devemos produzir, vender e consumir para experimentarmos a bondade, a beleza, e por aí vamos.

Assumamos, então, uma simples concepção de design como ato de “projetar”. Se colocarmo-nos neste cenário apresentado, na *busca* constante pelo o que é Bom e prezarmos por sua eficiência, podemos aceitar a *útil inutilidade apendicítica* da proposta. Ao se saturarem os discursos publicitários acerca da “maior bondade” deste ou daquele produto/serviço, partimos para novas estratégias, mais complexas, mais únicas: não projetamos mais artefatos, mas sim *experiências*. Em um mundo cheio de coisas, tudo o que podemos prometer é que, no fim, o que fazemos pode ser diferente do que outro fez – e isto pode ser melhor para você ou não. Experimente. “Busque sempre” é a regra do jogo.

Supondo que em um mundo sem deus a insatisfação é constante, este é o verdadeiro trabalho do design, sua verdadeira utilidade no mundo contemporâneo: manter o jogo da busca em aberto, seja qual for sua estratégia. Não se pode dar a resposta, mas sim abrir novos caminhos. Um indivíduo satisfeito e confortável é abençoado. O design deve amaldiçoar. Esqueçamos o sentar das cadeiras e prendamos as mesmas ao teto. Ao incomodarmos estrategicamente, estamos fazendo design.

A inutilidade comunicativa



Daniel B. Portugal

Em minha reflexão sobre a pergunta anterior, observei que o design é uma atividade que atua sobre a forma – no sentido de forma aparente, ou aparência – das coisas visando outro fim que não a função particular do objeto criado. Pois, para adequar um objeto àquilo que consideramos sua função específica, seria melhor servir-se de uma atividade sustentada por saberes específicos sobre o objeto em questão (a sapataria, por exemplo, no caso da produção de sapatos). Assim, se entendermos o termo “utilidade” em seu sentido mais restrito de “função específica”, já fica claro que o design é inútil. Isso não significa, entretanto, que ele não possua outras finalidades, menos concretas e mais importantes.

Tal como acontece com a retórica, o saber que sustenta o design não diz respeito a um objeto externo à comunicação, mas se encerra nela. Ou seja, a fala (no caso da retórica) e a forma (no caso do design) não são vistas apenas como meios para uma verdade ou uma função específica, e sim como potências comunicativas.

Pode ser que alguém questione tal afirmação dizendo que a retórica flerta com o instrumental na medida em que direciona a fala a um fim específico: o convencimento. Pode ser, e o design também pode, com grande êxito, assumir este lugar de uma retórica visual – ou “retórica estésica”, se quisermos dar lugar aos demais sentidos – de caráter instrumental; mas ele nem sempre se reduz a isso. Assim, para evitar problemas, talvez seja melhor pensarmos – com o objetivo de fazer uma analogia com o design – em qualquer fala que não possa ser julgada como verdadeira ou falsa. Ou, mesmo que possa ser julgada assim, ao menos que fuja ao registro do verdadeiro e do falso, de modo que pareça absurdo julgá-la a partir de tais parâmetros. Suponhamos, por exemplo, que eu encontre um conhecido na rua e pergunte: “tudo bem”? E ele responda: “tudo bem”. Por mais que este conhecido, no momento, mal estivesse aguentando de dor de barriga, ninguém o acusaria de mentiroso pela sua resposta, afinal, sabemos que, no caso de um cumprimento casual, um “tudo bem” não quer dizer propriamente que tudo está bem.

Com efeito, como sabemos – e como os oradores sabem melhor do que ninguém –, as mesmas palavras podem significar coisas muito diferentes quando

pronunciadas em locais diferentes, com entonações diferentes, por pessoas diferentes, para interlocutores diferentes. O “significado” de uma fala nunca é propriamente seu significado denotativo, isto é, um suposto significado que emergiria diretamente das regras da gramática e das definições de dicionário. Antes, o significado que realmente importa – o único tipo de significado que realmente existe em nossa experiência – é, como diria Roland Barthes,[20] um *significado segundo*, que simplesmente se utiliza daquele outro como matéria-prima. Este significado segundo se constrói com base em milhares de pressupostos, de noções pré-concebidas e naturalizadas de como deve ser o mundo, de como devemos agir e falar, de como devem ser pessoas que ocupam tais e tais lugares sociais etc. Todos estes pressupostos estão a tal ponto naturalizados que sequer pensamos neles. Mas eles estão lá, em um não-lugar qualquer, compondo um verdadeiro mar simbólico no qual estamos imersos.

O que caracteriza a comunicação humana, explica Slavoj Žižek,[21] é que ela nunca se dá apenas entre dois indivíduos, mas faz sempre referência a tal mar simbólico – podemos enxergá-lo como o conjunto de pressupostos não formulados que constitui o universo de uma cultura.

No caso das formas, talvez ainda mais que no da fala, a primazia do que Barthes denomina significado segundo fica evidente, como também fica evidente que boa parte dos processos da comunicação humana passa despercebida para os sujeitos nela envolvidos. Não afirmo nada de novo. Esses, com efeito, são os pressupostos necessários de todas as pessoas que sustentam, com suas compras, a presença constante de livros sobre “linguagem corporal” nas listas de *best-sellers*. Por outro lado, tais pressupostos necessários devem ser bastante maleáveis para que se possa conferir credibilidade ao conteúdo da maioria de tais livros – afinal, eles tratam a linguagem corporal como se ela fosse denotativa: mostre a palma das mãos e as pessoas confiarão mais em você. Noção absurda. Parece provável que uma das razões pela qual tais modos de comunicação não são claros para nossa consciência é exatamente a extrema fluidez de suas significações.

Assim, compreender a potencialidade comunicativa das formas é um trabalho árduo, pois lida com esta fluidez das significações. Árduo, porém crucial para os designers, uma vez que é exatamente esse saber obscuro que sustenta a atividade do design.

Voltemos então à pergunta da vez: essa atividade é útil? Uma vez que entendemos o design como uma atividade comunicativa, podemos dizer que ele é útil quando a comunicação visa a um fim específico fora dela mesma, tal como

vender produtos. E, embora esta dimensão seja, sem dúvida, muito importante, talvez não estejamos errados em pensar que a forma de comunicação mais importante para nós, enquanto humanos, é uma comunicação essencialmente inútil (isto é, não instrumental), cujo fim principal é sustentar pactos e vínculos – não apenas com os outros, mas também com nós mesmos, pois aquilo que chamamos de "eu" talvez não seja mais que um conjunto formado pelo vínculo precário de diversos impulsos, pensamentos, desejos, sensações, afetos etc.

Acima de tudo, toda comunicação humana sustenta o que os lacanianos chamam de *pacto simbólico*. Ela mostra aos enunciatários e ao próprio enunciador que as "normas" culturais não-formuladas que regem a comunicação são reconhecidas. Para voltar ao exemplo do cumprimento, o "tudo bem" significa, acima de tudo, o reconhecimento do pressuposto de que se deve cumprimentar as pessoas e, em segundo lugar, o reconhecimento do outro como sujeito a ser cumprimentado. Ao invés de utilizar um "tudo bem", posso utilizar diversas outras formas de cumprimento, algumas das quais comunicam também que eu pertenço a um grupo mais restrito e compartilho com o outro os pressupostos específicos deste grupo (muitas gírias também servem a esse fim), enquanto outras mostram o reconhecimento de um lugar simbólico hierarquicamente diferenciado que o outro que eu cumprimento ocupa (por exemplo: bom dia, senhor, doutor etc.), e, consequentemente, do lugar que eu ocupo em relação a ele.

Através do design, seja produzindo formas que ocupem um lugar simbólico e sensível específico, seja consumindo estas formas devido ao lugar simbólico e sensível que ocupam, realizamos, portanto, diversos atos comunicativos que não servem a nenhuma finalidade externa à comunicação – o que importa é que a forma de alguma coisa afete o modo como nos relacionamos com essa coisa e, através dela, com outras coisas, pessoas (incluindo nós mesmos) e ideais. Como propõe Deyan Sudjic,[22] o design é uma espécie de linguagem que usamos para dar forma a objetos que reflitam nossos ideais e nossos valores – e podemos pensar, aqui, tanto em valores morais quanto em valores estéticos.

Alguns exemplos virão a calhar. Um dos mais óbvios é a forma das roupas, que normalmente usamos muito mais para comunicar aos outros e a nós mesmos nossa identidade e para jogar esteticamente com nossa aparência do que para fins práticos. Para fugir do óbvio, entretanto, vou reproduzir um exemplo inusitado oferecido pelo já citado Žižek quando compara as privadas alemãs, francesas e americanas:

> Numa privada alemã tradicional, o buraco por onde a merda desaparece depois que damos descarga fica muito para frente, de modo que ela primeiro fica exposta para que possamos cheirá-la e examiná-la à procura de sinais de alguma doença; na privada francesa típica, o buraco fica bem atrás, de modo que a merda desaparece assim que possível; por fim, a privada americana apresenta uma espécie de síntese, uma mediação entre esses dois polos opostos [...]. É claro que nenhuma dessas versões pode ser explicada em termos puramente utilitários: certa percepção [...] de como o sujeito deveria se relacionar com o desagradável excremento que sai de dentro de seu corpo é claramente discernível nelas. [23]

Esses exemplos deixam claro que o design, embora possa ser muito útil, *é mais importante por sua inutilidade*. Reitero que ele é inútil, neste sentido, não porque ele não possui nenhuma finalidade, mas porque suas finalidades não se afiguram como externas à nossa relação subjetiva com as formas – ou seja, esse tipo de finalidade não é propriamente uma função, porque ela é uma espécie de função às avessas, como nos mostra o filósofo Mario Perniola, ao comentar os pensamentos do estudioso tcheco Jan Mukarovsky: "[...] existe também uma função estética cujas características são diferentes de todas as outras funções, porque ela é a negação dialética da própria noção de função, porque é 'transparente', não possui um objetivo próprio e remete para uma imagem polifuncional do ser humano".[24]Estética, nesse trecho, aparece no sentido de algo relativo ao plano sensível – algo que diz respeito a uma assimilação subjetiva que não apenas não se volta para a ação (ou seja, para algo fora da subjetividade), como também não ocorre com base na dimensão "direta" da linguagem.

Antes de encerrar esta resposta, vale atentar para a possibilidade nada pequena de que minha sugestão de que o inútil é mais importante que o útil pareça um verdadeiro contrassenso para o senso comum atual. Trata-se, entretanto, de uma hierarquia logicamente necessária, como mostra Aristóteles. [25]

O filósofo observa que, muitas vezes, desejamos uma coisa em função de outra – por exemplo, posso desejar a madeira em função do fogo que farei com ela. É isto que ocorre com todas as coisas que consideramos úteis. As coisas úteis são aquelas a que damos importância por as enxergarmos como meio para uma finalidade qualquer externa a ela.

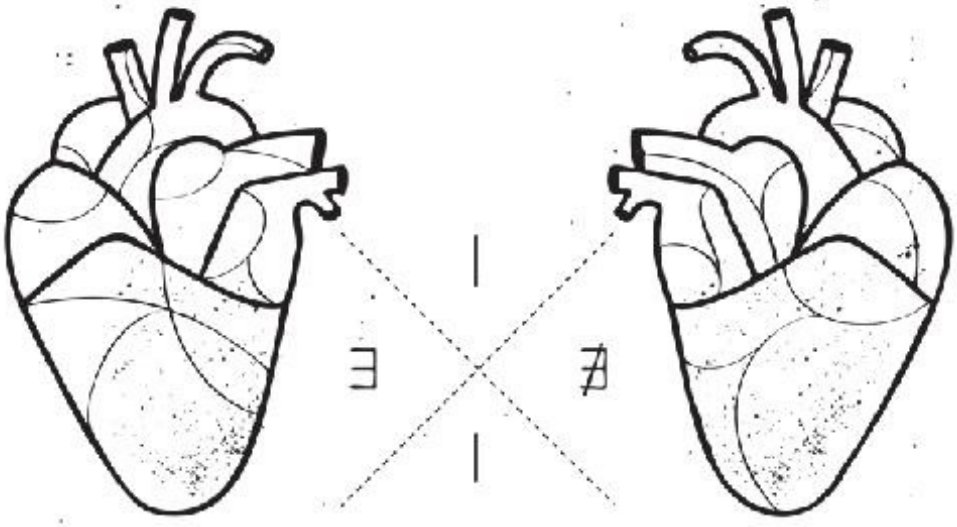
Basta refletirmos um pouco para percebermos que esta não pode ser a única

forma de reconhecer algo como bom ou desejável, pois, se assim fosse, sempre desejaríamos uma coisa por outra, e esta outra por outra, e assim por diante em um processo infinito. Para que se possa chegar a algum lugar, para que esta cadeia de coisas úteis – e boas somente por serem úteis – possa de fato servir para alguma coisa (ou seja, para que se afirmem efetivamente como úteis), faz-se necessária alguma coisa que seja desejada por si mesma. Ora, essas coisas que são desejadas por si mesmas, e que são, portanto, inúteis – já que não servem a nenhum fim externo a elas –, são as mais importantes.

E, propõe ainda Aristóteles: se houver alguma coisa que seja desejada sempre "[...] por ela mesma e jamais como um meio para algo mais",[26] esta coisa será nosso maior bem. Tal coisa, pensa o filósofo, é a felicidade.

Ao refletirmos sobre a proposta aristotélica, podemos perceber, então, a grande confusão de meios e fins que se instaurou em nossa cultura. Afinal, em uma era que idolatra a eficácia, até a felicidade pode, paradoxalmente, aparecer como meio – meio para a saúde, para a longevidade, para a produtividade etc.[27] E se é assim até com a felicidade, podemos ter uma dimensão da dificuldade que se tem hoje em pensar o design para além de sua dimensão instrumental – são poucos, com efeito, os que conseguem enxergar a extrema importância de sua inutilidade.

Cinismo como potência



Marcos Beccari

Seguindo a concepção habitual, “útil” é aquilo que possui uma finalidade e “inútil” é aquilo que não possui finalidade. O *amor*, por exemplo, pode ser considerado útil (voltado a alguma finalidade como reprodução/sobrevivência humana, estabilidade financeira, ascensão social etc.) ou inútil, como um fim em si mesmo. Claro que eu posso me apaixonar por certa pessoa e, por acaso, descobrir que ela é milionária (o que seria muito útil pra mim), mas é bem diferente de eu me apaixonar *por causa* do dinheiro.

Com isso podemos entender que os famosos enunciados do design – “a forma segue a função” (Louis Sullivan) ou “adequação ao propósito” (Bauhaus) – partem da noção de *finalidade* enquanto pressuposto central: somente admitimos e compreendemos um fato imediato (o problema que se pretende solucionar) na medida em que ele atribui sentido e realidade a outra coisa. Simplificando a questão um tanto, trata-se de uma postura idealmente *absolutista* na medida em que o imperativo da finalidade (há sempre uma necessidade a ser sanada, uma ordem a ser seguida, um desdobramento a ser trilhado) é universalmente o mais apropriado, *aconteça o que acontecer*. Quer dizer, a premissa básica é a de que existe uma “essência” universal por trás de todas as coisas: a *função*.

Por outro lado, é fácil notar que, sobretudo no cotidiano profissional, alguns designers são mais pragmáticos do que idealistas: princípios de design são formulados e validados a partir de uma prática popular bem sucedida.[28] Entretanto, sabemos que qualquer prática pode deteriorar-se com o tempo, deixando de ser útil, ou talvez seja popular e útil somente num contexto muito específico. Ou seja, embasar padrões estritamente em uma prática pode *perpetuar* as deficiências dessa prática, deixando as coisas apenas “como sempre foram”.

Por mais que esta segunda versão pareça ser mais *sofisticada* que a primeira, ela permanece fundamentalmente igual: o pressuposto da finalidade não é tido como universal, mas é substituído por enunciados condicionais que, por sua vez, são universais. Seguindo a premissa de que “depende do contexto”, os pragmáticos pretendem-se relativistas, mas não conseguem sê-lo: formulam certas “metodologias” que adotam o “tudo vale” como um de seus princípios básicos (contradizendo os demais), substituindo assim regras e padrões universais por regras mais *flexíveis*, porém ainda universais em seu conjunto de coordenadas.

A questão é que a ideia de “finalidade” no design (e as classificações e valorações que lhe são subjacentes) se reflete insidiosamente até mesmo em

discursos que pretendem contrariá-la. Consequentemente, a noção de utilidade no design teve e continua tendo um impacto maior e mais profundo que uma simples proposição de ideias – seja de maneira dogmática, com regras enunciadas como princípios definitivos e imutáveis, seja de maneira crítica, admitindo a possibilidade de mudança e, no entanto, permanecendo restrita a um domínio rigoroso de padrões, regras e lógicas.

Diante disso, interessa questionar não apenas se poderia ser diferente, mas precisamente: a ideia de utilidade facilita e aperfeiçoa o fazer design? Se não, de que forma o design poderia ser inútil? Isso implicaria mais uma falsa mudança de padrões (como substituir um conjunto de regras universais por outro conjunto dessa mesma natureza) ou, por não haver um fim que não reside em si mesmo, poderia reconsiderar os padrões a todo instante?

Ainda que tais questões sejam propositadamente retóricas (inferindo a resposta no próprio enunciado), primeiro devemos esclarecer o inútil em contraposição ao útil. Como vimos, a ideia implícita na utilidade é que nada pode acontecer simplesmente "do nada" – as coisas são úteis na medida em que vieram de e desdobram-se em outras coisas. As coisas são úteis porque são *ordinárias*. Quer dizer que as coisas inúteis são *extraordinárias*? Não exatamente.

O roteiro do filme *Nina* (Heitor Dhalia, 2004), cuja inspiração provém de *Crime e Castigo*[29] (Dostoiévski), pode ilustrar o que entendo por "inutilidade". Nina é uma adolescente que aluga um cômodo do apartamento de dona Eulália, uma velha insuportável. Indignada com a vida (tão indignada que não se esforça para mudar de vida, já que esta não faz por merecer), a protagonista passa o tempo todo imaginando um possível assassinato da dona Eulália, deixando-nos em dúvida no final do filme: afinal, ela matou ou foi apenas alucinação?

Embora Nina garanta à polícia que não matou a velha, minha interpretação é a de que o assassinato não foi percebido, aconteceu "do nada", foi invisível. Contudo, não foi algo extraordinário, pois já era esperado, antecipado, imaginado. Na verdade, o crime foi tão ordinário que Nina nem precisaria cometê-lo – sua indignação e indiferença com a vida anulam qualquer finalidade para tanto. Seria inútil matar a velha, mas mesmo assim ela o fez. Com isso quero dizer que o inútil provém do excesso de utilidade, do demasiado ordinário, uma vez que sempre haverá outras coisas para *apagar* o imperceptível e insuportável fato imediato.

Pois o fato imediato é simultaneamente ordinário e duvidoso – um poste de luz é apenas um poste de luz, mas também pode ser diversas coisas. Sempre falta

alguma coisa no aqui e no agora, de tal modo que a compreensão de algo reside paradoxalmente em certa renúncia a compreender este algo. Não posso compreender o fato de que *existo*, mas posso escolher qual finalidade minha existência possui neste mundo em que me é dado a existir. Não posso decidir como o mundo *deveria ser*, mas posso decidir como *sou* neste mundo.

E por que eu faria isso? Se não há uma finalidade preestabelecida, posso escolher não criar finalidade alguma. É neste ponto que eu entendo o inútil não como uma simples ausência de finalidade, mas como uma finalidade que simplesmente não tem fim. Por isso o útil é o melhor *esconderijo* que há para o inútil: uma coisa tem sua finalidade em outra coisa que é justamente a mesma coisa inicial. A diferença não passa de um ponto de vista: a qualidade do útil é horizontal e expansiva (tende a desdobrar-se até onde for possível); a qualidade do inútil é vertical e "sem fundo" (tende a aprofundar-se na medida em que se mantém em aberto).

Dito de outro modo, o inútil é uma espécie de "buraco" que se abre pelo movimento do útil. Enquanto o útil se permite "mapear" através de variáveis como *objetivo*, *meta* e *finalidade* – o que se traduz na forma de leis, regras e padrões –, não há rastros para o inútil. Não significa, no entanto, falta de propósito, algo como "então vale tudo". Indo direto ao âmbito do design, o propósito de um projeto inútil não seria atingir um objetivo ou cumprir uma meta, mas abrir a possibilidade de criar novas finalidades. Sendo uma variável de si mesma, a finalidade do inútil mostra-se como imperativo heurístico que oferece *profundidade* ao útil. É quando a potência do útil experimenta a si própria, atribuindo novas utilidades aos critérios e parâmetros existentes, retirando-os dos enquadramentos que lhes são ordinariamente impostos por padrões e categorias meramente genéricas.

Neste sentido, vale dizer, o foco do design na "utilidade" não é um erro, um vício a ser combatido ou um defeito a ser consertado. É apenas uma postura bastante coerente dentro das preocupações que a contextualizam – o significado das coisas como sendo um dado sempre objetivo, um valor desvendável ou calculável. Claro que, ao se eliminar qualquer tipo de ambiguidade, fatores como a subjetividade ou a sensibilidade são reificados – como estabelecer papéis fixos e bem delimitados entre clientes, designers e usuários. Caso contrário, a ênfase na finalidade seria enfraquecida, diluindo ou escondendo aquela "essência" do útil.

Então por que optar pelo inútil? Em primeiro lugar, parece-me que o paradigma contemporâneo está cada vez mais *cínico* (à maneira de Nina) com

relação a ideias que se propõem úteis às pessoas e à sociedade em geral – algo análogo ao jargão "você não é crítico, só tem acesso à Internet". Neste contexto, é inevitável a impressão de que o "design útil" ou "funcionalismo" atua como uma legislação arbitrária, ou até como uma imposição injustificada de regras, baseando-se somente (mesmo que de forma inconsciente) numa atitude tácita de criar categorias universalmente aplicáveis. Historicamente, a ênfase na utilidade acabou tornando o design fechado em si mesmo, pois qualquer tentativa de confrontar os hábitos e sistematizações costumeiros, quando traduzida em termos de utilidade, acabava também incorporando as condições (e limitações) daqueles mesmos hábitos. Por essa tendência, até os ex-funcionalistas que decidem criticar o funcionalismo não conseguem sair da tradição que lhes fornece suas objeções – como é o caso dos movimentos *Memphis*, *Less is Bore*, *Kitsch* etc.

Mas outra parte do cinismo contemporâneo implica reconhecer que o simples embate ou inimizade entre paradigmas e tradições é pouco produtivo. Mais válido é *subverter* as velhas tradições, tentando usá-las para novos propósitos. No caso de um possível design inútil, não se trata simplesmente de ver tudo como se fosse a "primeira vez"; antes, trata-se de conhecer os pressupostos e finalidades em benefício do fato imediato (e não mais o fato imediato em benefício dos pressupostos e finalidades). Ao invés de privar o problema que se pretende solucionar de sua realidade própria, acrescentar-lhe o potencial infinito de outras realidades. Assim, a finalidade do projeto não escaparia, de forma centrífuga, para outro lugar; ao contrário, o projeto em si atuaria como um repositório a ser constantemente preenchido, de maneira centrípeta, por finalidades de vários lugares diferentes.

Acredito enfim que o design só pode ser verdadeiramente "útil" se não contarmos com isso. Se adotarmos certo cinismo para considerar o design, a princípio, como um fim em si mesmo, sem nenhum compromisso com nada, fica mais fácil de "ligar os pontos", como se houvesse uma lógica disfarçada na aparente falta de ligação imediata.

Boa parte da prática de design é este "ligar os pontos" sem esperar por nada em especial – uma atitude um tanto cínica, mas que não pode ser mero fingimento. No fundo, é a escolha de não se levar a sério como caminho mais útil para ser levado a sério: assim como os tradicionais princípios do design, eu só consigo levar a sério a ideia de um design inútil encarando-a como piada.

Só que, desta vez, a graça está em acreditar que a dinâmica do pensamento é mais importante que sua finalidade, donde decorre que nenhum conceito ou

valor é um dado meramente útil ou objetivo, mas antes um processo em aberto.

Considerações por um espaço para o Mal



Ivan Mizanzuk

Ao nos perguntarmos acerca da qualidade proposta, é importante analisarmos, ao menos em um primeiro momento, se esta é uma pergunta possível. Dito de outra forma: é coerente ponderarmos acerca da existência (ou não) de uma "bondade" no design?

Ora, sem dúvida, é comum ouvirmos (e até proferirmos) expressões como "tal trabalho de design é muito bom", o que nos leva à questão formal do objeto proposto: se ele atinge todos os objetivos de maneira eficiente, podemos concluir que é um bom projeto. Contudo, não parece ser este o caso implícito na pergunta. Enquanto a análise de performance/desempenho do objeto implica uma formação de opinião sobre o nível da nossa satisfação atendida (ou seja, sua qualidade de funcionamento e apresentação), a verdadeira pergunta que nos fazemos aqui condiz com o design em uma dimensão moral.

Apesar de este ser um tema debatido por séculos, a filosofia contemporânea (e com isso quero dizer a produção filosófica de pelo menos os últimos sessenta anos) parece ter estagnado a discussão sobre a "bondade". Pelo menos por enquanto, aceita-se, em grande maioria, que a noção de "bem" e "mal" são determinados por jogos de linguagem e valores culturais em constante mutação. Logo, não existiria um ato "bom em si". Ou, ainda, como diria Nietzsche, "não existem fenômenos morais, somente uma interpretação moral dos fenômenos". [30] Na realidade, quando Nietzsche diz isso, ele já parte (há mais de um século atrás) de uma noção segundo a qual a busca por valores absolutos seria, em si mesma, danosa – ou seja, uma espécie de "mal". Mas este é um assunto sobre o qual não temos como tratar aqui no momento. O que importa para nós é constatar que o "estrago" que a virada linguística fez, influenciada ainda por aquela desconfiança nietzschiana, parece ter encerrado o debate sobre a existência (ou não) de uma bondade implícita das coisas.

Se partirmos desse dado, podemos nos aquietar e supor que a pergunta sequer é viável: a construção de um valor moral no design seria determinada pela circunstância em que o design se encontra. Seria necessário compreender sua concepção, sua recepção, seu desenvolvimento e reflexões, e por aí vai. Estudos de caso entrariam em cena, recortes metodológicos de objetos de pesquisa.

Qualquer noção muito generalista seria prejudicial. Atualmente, o Bem e o Mal precisam ser localizados e interpretados de acordo com seus contextos.

Ainda assim, mesmo com todos esses cuidados em mente, permitimos em nossos momentos mais íntimos julgamentos morais sobre qualquer coisa: pessoas, política, religião, design. A bondade e a maldade permeiam a todo instante nossos discursos, gostos, atitudes e opções. Mesmo sendo "problemas metafísicos do passado", tais noções ainda guiam nossas vidas. Como não ponderar então sobre a bondade no design?

Uma perspectiva comum sobre o assunto é a de que o design em si é neutro – o que determina seu valor moral é seu uso. Assim como podemos usar a energia nuclear tanto para alimentar hospitais quanto para criar bombas, o design poderia ser usado tanto para aumentar a segregação de classes, ao oferecer soluções de conforto apenas para os mais ricos, quanto para reconstruir um país (como foi a proposta da famigerada – e importante – escola de Ulm). Notemos que nessas conclusões, que acredito que o leitor não achará absurdas (ao menos dado nosso pequeno espaço de ponderações), existe o fator do bem-estar social/coletivo em questão: o que for melhor para a maioria das pessoas poderá ser, em si, bom.[31]

O que mais incomoda nesse tipo de avaliação é que ela parte de pressupostos de design que ainda são confusos a muitos profissionais. Em uma época em que ser religioso já não parece determinar se você é uma pessoa bondosa ou não, mas na qual separar o lixo doméstico parece ser uma expressão de consciência moral mais válida, tendemos a fazer avaliações morais dos artefatos através de fatores mercadológicos como qualidade percebida e/ou ciclo de vida sustentável. Criamos novos "deuses" que se manifestam em números nos gráficos de satisfação dos consumidores.

Minha constante atenção à questão da "qualidade percebida" não é por acaso, e é sobre ela que pretendo finalizar esta reflexão. Da maneira que vejo, ao julgarmos que um projeto de design é bom, apesar de nos referirmos em primeiro momento a um estímulo estético ou de desempenho projetual, acabamos inevitavelmente fazendo um julgamento moral. Para ilustrar essa dinâmica, recorrerei ao pensamento de Santo Agostinho, um dos primeiros filósofos cristãos, acerca da natureza do Mal.

Santo Agostinho tinha em mente um dilema sério: se Deus é bom, como é possível existir o Mal? Apesar dessa pergunta não ser levada muito a sério atualmente, é necessário entender sua profundidade em relação ao seu contexto histórico. Numa época em que, nos dizeres do sociólogo Max Weber (já mencionado em minha resposta anterior), a esfera social estava intimamente

conectada à esfera espiritual, ou seja, em que o “céu” e o “inferno” eram sentidos diariamente nos corações e mentes dos cristãos da época, a existência de “coisas ruins” (dor, morte, tristeza etc.) era um grande dilema filosófico a ser enfrentado. Em outras palavras: se Deus existe e regula nossas vidas (fato incontestável da época – assim como hoje acreditamos em um “Estado”, e sem dúvida com muito mais potência), como é possível Ele permitir a existência de mazelas? A investigação empreendida por Agostinho é vista até hoje como uma grande manobra filosófica. O maior problema dessa questão, segundo ele, estaria no pressuposto da existência de um Mal absoluto, oposto a um Bem absoluto (Deus). Agostinho resolve seu dilema colocando ambos os valores absolutos em um mesmo eixo, apontando que o Mal seria a *ausência* do Bem. Portanto, o Mal só existe quando o fiel afasta-se de Deus, assim como o frio só existe pela ausência do calor.

Que lição o design pode tirar da concepção agostiniana? Se partirmos de uma definição bem simples de design, uma que solicite do profissional grande atenção, planejamento e coerência projetual, podemos claramente perceber que o crítico que aponta sua insatisfação em algum trabalho também assume um posicionamento claro: além de não gostar, ele pode não aceitar que determinado projeto é design justamente por não acreditar que o responsável efetuou o trabalho de maneira correta. Para este crítico, o design é, em si mesmo, bom. A ausência de design é o que torna o trabalho ruim. Transformamos assim o design em um ente metafísico, tão nobre, misterioso e incompreensível quanto um ser divino. Notemos que, com isso, voltamos ao problema a respeito do que entendemos por design: afinal, esperamos preocupação social? Coerência? Bom uso de cores e formas? E o que significa tudo isso? Parece-me que é por isso que, às vezes, ao discutirmos sobre como o design “deve ser”, temos a sensação de estarmos discutindo sobre o “sexo dos anjos”. Recorremos novamente ao relativismo de nosso dia-a-dia, pois é uma alternativa mais fácil (em primeiro momento). Isso, contudo, não evita que o problema moral esteja ainda lá.

Aceito que não temos como finalizar a questão. Esta é mais profunda e exigiria de nós um recorte mais preciso. De qualquer forma, espero que esta breve reflexão possa abrir novas perspectivas sobre as implicações morais das escolhas estéticas e formais, além das expectativas que lançamos sobre nossa profissão.

Para finalizar, é interessante notarmos que Agostinho dizia que o Mal (ou seja, a ausência de Deus) seria uma consequência necessária do projeto divino de nos conceder o livre-arbítrio – este seria impossível existir em um mundo

totalmente bom. Sofremos com a falta do Bem, mas em troca ganhamos a liberdade. Cabe a reflexão: o que ganhamos com a ausência do design?

Heidegger à disposição



Daniel B. Portugal

Está aí uma das questões mais capciosas da atualidade: como realizar um julgamento moral? Que parâmetros utilizar para tal julgamento? Embora seja muito difícil responder a estas perguntas, o fato é que realizamos julgamentos morais o tempo todo. Em cada escolha que fazemos, pressupomos algum bem ao fim do caminho que escolhemos. Afinal, se não quiséssemos chegar a lugar nenhum, todos os caminhos seriam igualmente bons – importante lição que o Gato de Cheshire dá a Alice no país das maravilhas.

Mas onde queremos chegar? Que bens, hoje, são desejados como fins em si mesmos? Como observamos na resposta anterior, vivemos em uma época que tem extrema dificuldade em lidar com estas questões: estamos imersos em uma lógica da eficácia que nos estimula a enxergar tudo como meio e nada como fim, por mais paradoxais que sejam meios sem fins. Podemos compreender melhor esta lógica da eficácia questionando a técnica contemporânea e utilizando como guia o pensamento de Heidegger em *A questão da técnica*.[32]

Ao responder a primeira pergunta colocada neste livro, falamos sobre a *téchne*. Se não traduzi o termo por técnica, foi por um único motivo: a concepção de técnica no sentido grego de *téchne* é muito diversa da concepção atual de técnica. Entretanto, traduzi-lo por “arte”, ao que parece, também não seria inteiramente adequado.

O ponto é justamente que arte e técnica são, para nós, duas coisas completamente díspares, de modo que sequer faz muito sentido um termo que possa ser traduzido indiscriminadamente tanto por arte quanto por técnica. Para nós, o artista cria, enquanto o técnico apenas aplica um conjunto de procedimentos predeterminados a situações previamente consideradas para produzir resultados específicos. Sem dúvida, não é assim que Platão e outros gregos entendem a *téchne*. Aqui, tanto o artista quanto o técnico-artesão fazem aparecer algo ao darem forma à matéria, isto é, ao procurarem adequar a matéria a uma essência previamente existente.

O que importa, neste registro, é a adequação da coisa à sua essência ou natureza, adequação esta que também garante o melhor desempenho, pela coisa, de sua função específica. Esta lógica da adequação pode ser transposta para tudo,

até para pensar a ética. Com efeito, em sua busca pelo maior bem para o homem, Aristóteles se pergunta: “Estaríamos nós autorizados a supor que enquanto o carpinteiro e o sapateiro têm funções ou ocupações que lhes são pertinentes, o ser humano como tal não tenha alguma e não esteja, por natureza, destinado a desempenhar qualquer função?”.[33] A resposta dele, claro, é que não estaríamos autorizados.

Se nos voltarmos agora para a técnica atual, será fácil observar que ela se insere em outro registro, completamente diferente do registro de adequação da técnica grega. Tal registro, mostra-nos Heidegger, é o registro da *disposição*. A técnica moderna procura adequar a matéria às possibilidades de usos pré-estabelecidos, para os quais aquilo que aparece deve ficar à disposição.

Para explicar isso, Heidegger utiliza o exemplo de um rio. Quando se constrói uma usina hidrelétrica no rio, este passa a ser considerado exclusivamente como matéria à disposição da usina, e não mais como rio, como algo que teria uma essência própria. Mas, pergunta ainda o filósofo, o rio não continuaria sendo parte da paisagem, como sempre foi? “Pode ser. Mas de que maneira? – À maneira de um objeto disposto à visitação turística por uma agência de viagens, por sua vez disposta por uma indústria de férias”.[34]

Flusser[35] talvez torne mais claro este diagnóstico de Heidegger com seu conceito de Aparelho. Um aparelho seria algo (não necessariamente material) que está programado para produzir automaticamente certos *outputs* a partir de *inputs* específicos. Ou seja, um aparelho é aquilo que dispõe de objetos (não necessariamente materiais) específicos com base em um programa predeterminado, gerando assim produtos ou resultados específicos. O rio do exemplo acima, portanto, é visto apenas como possível *input* para o aparelho que é a usina hidrelétrica, que produz energia elétrica a partir do rio. A energia produzida, por sua vez, é encarada apenas como possível *input* para aparelhos diversos, tais como o aparelho fabril, que usa a energia como *input* (juntamente com máquinas, trabalhadores e matéria prima) para produzir, digamos, cadeiras. As cadeiras são vistas apenas como *inputs* possíveis para aparelhos como o da festa, produzindo diversão e “felicidade”. A diversão e a “felicidade” são vistas também apenas como *inputs* possíveis para aparelhos diversos – é por isso, afinal, que se pode dizer que quem é mais feliz tem mais saúde e menos estresse (a felicidade como *input* para o aparelho cujo programa é o da qualidade de vida) ou rende mais no trabalho (a felicidade como *input* para o aparelho econômico, que talvez seja o mais exemplar dos aparelhos).

O grande problema é o espraiamento desta lógica da disposição ou da eficácia

para todos os domínios, a tal ponto que começamos a nos enxergar – a nós mesmos, sujeitos – como algo que deve estar sempre à disposição. Nas palavras de Heidegger:

> Quando o descoberto já não atinge o homem, como objeto, mas exclusivamente como disponibilidade, quando, no domínio do não objeto, o homem se reduz apenas a dispor da disponibilidade – então é que chegou à última beira do precipício, lá onde ele mesmo só se toma por disponibilidade. [36]

Com efeito, ao que parece, são muitas as pessoas que, hoje, enxergam a si próprias majoritariamente como algo à disposição de diversos aparelhos: é esta, por exemplo, a lógica do "mercado" no sentido amplo. O sujeito considera boas, nesta lógica, todas as coisas que o tornam *input* mais adequado para mais aparelhos. É bom se formar na universidade porque isso o transforma em melhor *input* para o mercado de trabalho – e não porque é bom adquirir saber. É bom estar sempre em forma e bem vestido porque isso o transforma em melhor *input* para o "mercado afetivo" ou "mercado sexual" etc.

Em resumo, o que poderia ser apenas uma lógica técnica – em seu sentido mais restrito de adequação de meios para fins – acaba aparecendo como modo legítimo de dar sentido e valor às coisas, ou seja, como uma moral às avessas que desestimula as perguntas propriamente morais: aquelas sobre os fundamentos e as finalidades de nossa existência e de nossas ações. Este é o grande perigo da lógica da técnica atual. Pois é assim, em sua dimensão para além do que poderíamos pensar como adequação de meios para fins, que a lógica da técnica "[...] ameaça trancar o homem na disposição como pretensamente o único modo de descobrimento. E assim trancado tenta levá-lo para o perigo de abandonar sua essência de homem livre".[37]

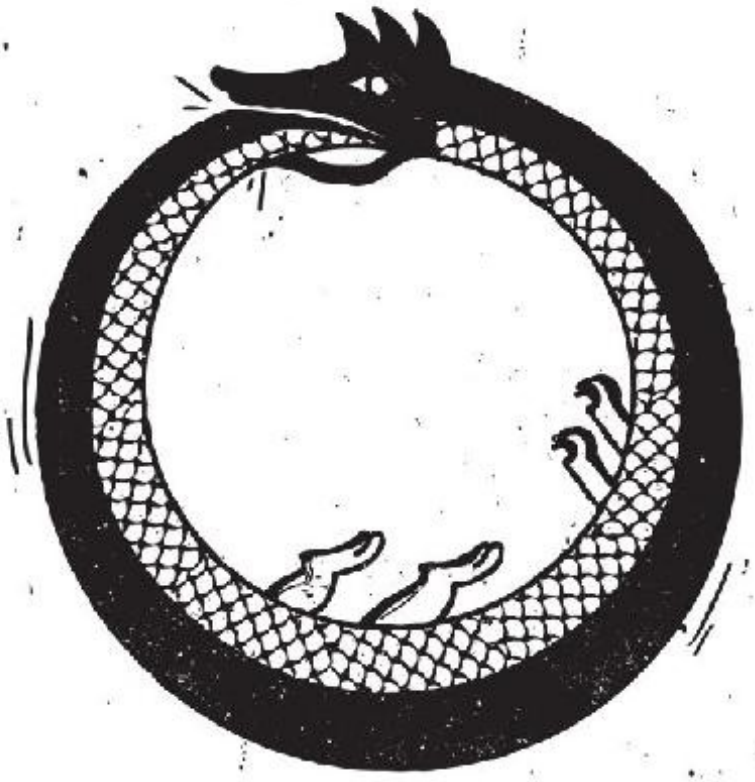
O homem livre seria aquele que põe em questão sua própria existência e, assim, abre-se para novas possibilidades diante da moral vigente – no caso, a moral às avessas da eficácia. Pois o fato de nós nos constituirmos como sujeitos através de um mundo simbólico que já está dado para nós e, em larga medida, independe de nós, não nos condena a sermos escravos desse mundo. Como observa Foucault,[38] há diversas formas de relacionar-se com os códigos morais vigentes e é nessa relação e no questionamento dessa relação que pode aflorar nossa liberdade.

Em suma, tal crítica de inspiração heideggeriana não propõe uma revolução moral e muito menos demoniza a técnica, exaltando algum tipo de retorno ao primitivo. Ela questiona, isso sim, a inserção do sujeito no mundo da técnica,

atentando para o perigo de sua adesão incondicional à lógica da eficácia, mas entrevendo sua capacidade de questionar tal lógica e de utilizar a técnica sem se colocar à disposição dela.

Depois de tal crítica, talvez estejamos mais aptos a pensar a relação do design com nosso bem. Embora esta seja uma proposta restrita, que deixa de lado diversas outras questões que seriam cruciais para pensar o assunto, podemos, com base no que vimos até aqui, reconhecer o valor do design que resiste à adesão incondicional à lógica da eficácia. Chegamos, portanto, por um caminho diverso do percorrido na resposta anterior, à mesma proposta de valorização da inutilidade ou ineficácia do design. Ressaltemos, porém, uma vez mais: valorizar a inutilidade do design não é negar a utilidade das coisas, é apenas reestabelecê-la como *uma* dimensão da nossa relação com elas – não a única, nem a mais importante.

Escolher apesar de tudo



Marcos Beccari

O pano de fundo na dicotomia bom/mau é a angústia de não sabermos o que virá, somada ao fardo de não escaparmos de uma condição humana eternamente frágil, efêmera, sujeita a mudanças e à decadência. Nunca temos plena certeza se uma ação, uma decisão, uma pessoa ou mesmo o dia seguinte será bom ou mau para nós. A princípio, pois, tal distinção parece ser mais fácil de ser feita retrospectivamente: julgar o que já aconteceu é uma saída básica para se preparar para o que virá. Nesse sentido, podemos entender a oposição bom/mau como parte de nosso esforço em lidarmos, de forma antecipatória (projetual), com o dilema da aceitação/negação frente aos fatos que nos acometem.

Mas e se pudéssemos prever exatamente o que virá? Mais precisamente: se soubéssemos que aquilo que julgamos bom ou mau vai se repetir tal como foi vivido e que essa repetição em si ainda vai se repetir indefinidamente? Tal suposição foi feita por Nietzsche[39] ao problematizar o tema mítico do *eterno retorno* sob a forma de questionamento existencial: aprovaríamos e amaríamos esta vida que se repete ou ela nos seria uma grande tortura, o mais pesado dos fardos? Caso esse eterno retorno, por mais absurdo que pareça, realmente acontecesse, ele certamente seria muito mais assustador e opressivo que a natureza imprevisível das coisas e a liberdade que temos em decorrência dela. Por quê? Um dos motivos é que, se sabemos que tudo vai acontecer de novo, não haveria diferenças claras entre o que é bom e o que é mau – tudo faria parte de um mesmo grande ponteiro cronológico girando indiferente e pacientemente.

Vou contar um segredo: na verdade, já estamos vivendo no eterno retorno. Como? O que se repete sem cessar é o próprio caráter imprevisível das coisas e, por conseguinte, nossa própria liberdade. Estamos condenados a não saber o que escolher dentre as opções que nos são dadas. Esse ciclo nunca muda: ao fazermos uma escolha, anulamos a possibilidade de todas as outras que não foram feitas, mas se não fazemos escolha alguma, ficamos presos às opções e anulamos nossa única chance de ação diante delas.

Tal dilema se desdobra em dois conceitos nietzschianos que paradoxalmente se complementam: *vontade de potência* e *amor fati*. Vontade de potência implica

basicamente o querer escolher, uma vez que novas escolhas se abrem na medida em que escolhemos. Mas esta abertura retroativa de novas escolhas, em si mesma, não poderia ser também um eterno retorno? Sim, e é por isso que a vontade de potência só faz sentido se, paradoxalmente, estiver atrelada ao *amor fati* – amor pelo destino, aceitação ativa (não passiva) do eterno retorno, afirmação incondicional da vida. "Não meramente suportar o necessário, e menos ainda dissimulá-lo [...], mas amá-lo".[40] Nessas circunstâncias, a oposição bom/mau ainda faria sentido?

Em primeiro lugar, é preciso compreender que, do ponto de vista existencial, não há nenhuma escolha a ser feita. Não escolhemos existir. Sem mais nem menos, passamos a existir num dia aleatório e em algum lugar ao acaso, somos arbitrariamente homens ou mulheres, com determinada ascendência genética, características étnicas, condições materiais etc. Depois, vamos tomando consciência de que somos quem somos (e não outra pessoa) e que vamos morrer um dia – não há outra opção. E embora possamos tentar nos proteger de um possível "mau" no futuro, nunca podemos nos proteger de um "mau" no passado ou no presente imediato (um acidente que nos deixou paraplégicos ou um câncer que nos enferma atualmente).

Até aqui, poderíamos dizer, então, que o "mau" se refere ao reconhecimento de nossa impotência frente ao inevitável e o "bom" é aquilo que talvez possa nos proteger de tal reconhecimento. Ainda assim, no entanto, o bom não seria suficiente: a ocasião que nos protege de um passado previamente mau (ou de um destino inevitável como a morte) nunca poderá "fazer melhor" do que adiá-lo ou mesmo reiterá-lo. Exemplo disso é o gesto do perdão: não se trata apenas de reconciliação, absolvição e apagamento da culpa. O "bom perdão" é um ato incondicional, é quando se perdoa *apesar de tudo* – o erro permanece irreparável, em aberto, sem condições de ser resolvido. Deste modo, aquilo que se qualifica como "mau", em vez de se situar como consequência do erro imperdoável, se revela justamente como ausência de solução, de sorte que o melhor perdão nada pode fazer além de colocar esse "mau" em suspenso.

Assim como no perdoar, a existência nos impõe uma escolha fundamental: reprová-la ou aprová-la *apesar de tudo*. Entender isso significa adotar, ao invés do critério do bom/mau, essa primeira escolha como base de todas as escolhas, o que resultaria na *transvaloração* dos valores socialmente produzidos e fixados. Que valores? A moral do "bem" e do "mal", por exemplo, que submete a existência à lógica do *dever ser* – aceite as coisas como elas sempre foram porque é assim que elas *devem ser*. No caso do *amor fati*, ao contrário, não

haveria nenhuma condição para a aprovação da existência: não simplesmente a aceito como ela é ou deveria ser, mas a assumo e a afirmo como “minha”. Uma existência em que, embora eu não a tenha escolhido, me oferece a permanente oportunidade de fazer escolhas que lhe atribuam sentido, sobretudo por meio dos objetos que consumo, das obras que crio ou das quais me aproprio.

É neste âmbito existencial que, finalmente, podemos enxergar o design: uma instância (entre outras tantas) de mediação que temos com uma existência socialmente vivida na qual *narramos* quem somos através de escolhas que nos transformam – imagens, objetos, roupas, obras etc. Design como potencial humano de autotransformação, de autoconstrução, de autoafirmação existencial. Uma capacidade que nos permite constantemente significar, simbolizar o vivido, que viola a si mesma por infringir, transvalorar ou superar padrões dados – o que implica a responsabilidade de pensar sem garantias, o risco de trabalhar com as possibilidades imprevisíveis e incalculáveis de um “projeto” (um pensamento *por-vir*).

Sob este viés, design é bom? Sim e não. Ou melhor: o design somente existe na tensão permanente entre bom e mau. Se design é uma forma (entre outras tantas) do homem conhecer e criar a si mesmo, é necessária uma abertura ao erro, à incerteza, ao acaso, ao que pode ser bom ou mau (ou que sequer venha a ser objeto de juízo). Esta aposta no desconhecido tem mais a ver com *desconfiança* constante ou dúvida insaciável do que com fé messiânica (a vida *deve ser* boa) ou negação irrestrita (a vida sempre foi má). Antes de solucionar um problema, design implica entender o que nos levou a julgar algo como “problema”. Se podemos resolvê-lo, ou pelo menos discutir e assumir uma posição a respeito, já não se trata de um problema (e talvez nunca tenha sido) – a dificuldade do problema, o que o faz parecer impossível e mau, é o traço *suspeito* que o torna insolúvel, imperdoável.

Uma coisa é certa: sempre haverá problemas. E a *desconfiança* do designer frente a um problema pode ser ilustrada através do *Livro de Jó*, um conhecido texto bíblico do Antigo Testamento. Jó é um cidadão modelo, devoto a Deus, que de repente se vê atingido por calamidades diversas. Ele é visitado por três amigos, um após o outro, que tentam lhe explicar o “mal” que o assola: talvez seja um teste divino, talvez seja uma punição (mesmo por pecados dos outros), talvez seja um chamado etc. Acontece que Jó simplesmente não aceita que seus infortúnios pudessem ser justificados por algum plano divino. Então o próprio Deus aparece e diz que os três amigos estavam errados e que somente Jó estava certo.

Aqui surge a raiz da desconfiança, quando não se consegue atribuir nenhum significado àquilo que é mau, o que gera a possibilidade de mudá-lo, de reinterpretá-lo. Não é uma *traição divina*, é uma questão muito mais desesperadora: se Deus não nos ajuda e nem nos censura, precisamos correr o risco de agir sem garantias, sem o aval de um modelo de Justiça ou de Verdade. E à medida que corremos este risco, distanciamo-nos da certeza de estar fazendo algo bom ou mau, mas *sem* anularmos tal dicotomia. Somente se mantermos em aberto a tensão entre bom/mau é que novas escolhas serão possíveis, porque à medida que alguém faz uma escolha livremente (sem garantias), a opção escolhida muda tanto quanto aquele que a escolheu.

Longe de uma prática reprodutora que apenas agencia diversos métodos e processos homogêneos e seguros em si mesmos, o design encontra-se antes na linha de mediação que afeta cada escolha impedindo-a de ser definitivamente boa ou má. O escritor Marcel Proust nos auxilia a visualizar isso: “Os livros belos são escritos numa espécie de língua *estrangeira*. Sob cada palavra, cada um de nós coloca o sentido que lhe interessa ou pelo menos a sua imagem, o que é frequentemente um contrassenso. Mas nos livros belos todos os contrassensos são belos”.[41] Com a devida licença poética, podemos convocar Deleuze e afirmar o design como esta *maneira estrangeira* de ler: “[...] todos os contrassensos são bons, na condição todavia de que não consistam em interpretações [seguras] mas que digam respeito ao uso do livro, que multipliquem seu uso, que construam uma língua nova no interior da sua língua”.[42]

Em outras palavras, acho que o próprio design não deveria “ler” a si mesmo sempre do mesmo modo. A título de exemplo, podemos pensar na seguinte situação: precisamos desenvolver um despertador especial para idosos que têm um problema de próstata que os obriga a levantar várias vezes durante a noite para ir ao banheiro. Em vez de seguirmos um conjunto de parâmetros preestabelecidos – como sistemas de alarme, injeção ou choque –, podemos arriscar o seguinte palpite: “na velhice, *despertamos* para a noite”. Seguindo tal suspeita, escolhemos desenvolver um produto que não denote a sensação de consolo, fardo ou aflição, mas que, ao contrário, promova uma experiência de emancipação, de jovialidade, de maturidade e inspiração frente a este “eterno retorno” noturno e irreversível da existência. A questão é: nada garante que vai dar certo, mas arriscamos essa escolha *mesmo assim*.

Neste sentido, creio que o “bom design” existe, ainda que *por acaso* – não no recorte que mutila nossos atos em bom e mau, mas *entre* os dois, atravessando o

perigo do mau e a chance do bom numa direção própria, na potência da escolha de existir sem igual. Se não há um critério seguro em que possamos nos apoiar ou um método único que possamos aplicar, podemos ter perseverança *através* da desconfiança, isto é, quase uma obstinação de fazer *milagres* – não no sentido religioso, claro, mas no sentido de escolhas livres. É preciso coragem não apenas para escolher o que aceitar e o que negar em cada situação cotidiana, mas especialmente para, entre o perigo e a chance, apostar na chance. Em suma, fazer design como se cada escolha fosse a primeira escolha no mundo.

AFINAL, O QUE É DESIGN?

Design como sintoma



Ivan Mizanzuk

Gilles Deleuze e Félix Guattari, filósofos franceses do século XX, abrem seu livro "O que é a Filosofia" com dizeres que eu gostaria de reproduzir diretamente para que o leitor possa emprestar tal sentimento inquietante de definição para nossa área e entender a profundidade do dilema de se entender o que é design:

> Talvez só possamos colocar a questão *O que é a filosofia?* tardiamente, quando chega a velhice, e a hora de falar concretamente. De fato, a bibliografia é muito magra. Esta é uma questão que enfrentamos numa agitação discreta, à meia-noite, quando nada mais resta a perguntar. Antigamente, nós a formulávamos, não deixávamos de formulá-la, mas de maneira muito indireta ou oblíqua, demasiadamente artificial, abstrata demais; expúnhamos a questão, mas dominando-a pela rama, sem deixar-nos engolir por ela. Não estávamos suficiente sóbrios. Tínhamos muita vontade de fazer filosofia, não nos perguntávamos o que ela era, salvo por exercício de estilo; não tínhamos atingido esse ponto de não-estilo em que se pode dizer enfim: mas o que é isso que fiz toda a minha vida? [43]

Ainda não possuímos o peso da experiência e muito menos a sobriedade que Deleuze e Guattari apontam como necessárias. Sendo assim, esta é a pergunta mais arriscada e comprometedora de todo o presente trabalho. Não importa qual definição trouxermos nas próximas páginas, críticas ocorrerão. Portanto, calculemos os riscos e consequências das nossas escolhas e posições.

Se optarmos por uma visão do design como resultante de um processo histórico, como uma forma de projetar ligada à produção industrial, que teve seu início na Europa do século XVIII, acabaremos por ignorar produções de tempos e lugares que fogem do nosso cânone ocidental. Afinal, podemos pensar em um design chinês do século XV? E um design egípcio do século II a.C.? Por que, afinal, devemos privilegiar este ou aquele momento (ou lugar)? A lógica capitalista e o surgimento da indústria seriam determinantes e suficientes para explicar o surgimento da área ou isso seria considerado um reducionismo da

área? [44]

Poderíamos, para evitar tais críticas, apostar em uma solução de um design ontológico, ou seja, assumindo que todos somos designers, sempre fomos e sempre seremos. Desde o surgimento do *Homo Sapiens*, fazendo seus utensílios, pintando suas cavernas, enfim, alterando seu ambiente com algum objetivo (seja ele qual for), fazemos design. Donald Norman, um dos fundadores do Design Emocional, afirma que esse é o caso. Categoricamente, ele diz que ao organizarmos os móveis da nossa casa, mudarmos os objetos em nossas escrivaninhas, decidirmos como colocar a xícara de café sobre a mesa, tudo isso envolveria uma consciência projetual que, no fim (sob o viés da psicologia cognitiva), seria o equivalente a um pensamento de design.[45] Esta definição, apesar de visar a uma deselitização do termo, carregando em si uma proposta mais democrática da questão, o que possibilitaria uma série de problematizações interessantes (defender o artesanato ou a sinalização de cidades da Europa medieval como possíveis objetos de design, por exemplo) carrega um problema: ao chamarmos tudo de design, nada é design. Perdemos os limites e referências. Pior: se levarmos em conta o "peso" linguístico-histórico que a palavra design carrega consigo, estaríamos, inevitavelmente, reduzindo toda a dimensão simbólica dos exemplos citados à visão de *uma* forma de se pensar projetos. Muitos diriam (e sou inclinado a concordar) que considerar artes tribais como manifestações de uma preocupação de "design" destituiria essas de seu contexto original, deixando de lado toda a riqueza de suas "funções" religiosas, cosmológicas, sociais[46] etc.

As duas linhas de pensamento que apresentamos possuem autores canônicos que as representam, e acredito não ser necessário me prolongar muito em cada uma delas. Por sinal, o texto de Quintavalle[47] já explora bem as possibilidades de ambas as alternativas, com todos os seus desdobramentos, ganhos e perdas, mostrando que a questão, longe de estar fechada, complica-se a cada novo olhar. Contudo, é de se notar que, no dilema apontado, existe uma preocupação social/econômica como arena de batalha, seja na aceitação ou na recusa da Revolução Industrial como marco zero do surgimento do design – cada perspectiva em pontos isolados do eixo em questão. Sendo assim, propomos complicar mais, apresentando outros eixos e fatores.

Atualmente, estou inclinado a aceitar a proposta de Rafael Cardoso, em seu *Design para um mundo complexo*,[48] no qual o autor anuncia que o designer de hoje deve se preocupar com a imaterialidade dos projetos. Em outras palavras,

não mais se preocupar em fazer uma cadeira, mas *repensar* o próprio ato de sentar. Neste caso, definiríamos o design como uma forma de *reavaliar problemas* ao invés de solucioná-los. Quando o cliente chega dizendo “quero um *site*”, ele já vem com a solução pronta. Às vezes, dependendo do objetivo do cliente, essa solução pode não ser a melhor. Caberia então ao designer fazer seu diagnóstico da situação.

Apesar de essa proposta soar como uma definição, ela é mais uma resposta à forma de atuação, o “como”, do que um “o quê”. É uma esquiva comum da qual não pretendo me utilizar neste breve ensaio. Assim, não me resta outra alternativa além da de explicitar, finalmente, o que entendo por design em sua “essência” (se é que esta existe). Para tanto, desenvolverei quatro pontos que considero cruciais em tal explicação, finalizando-os com um quinto, que seria a síntese deste pensamento:

I. Primeiramente, aceito o design como dependente de um impulso primordial que exige do ser humano uma manipulação do seu ambiente, visando uma assistência a um desejo de sobrevivência de nível instintivo. Neste caso, não desejo retirar a noção de agência do humano em seu ambiente, mas sim aproximar o conceito a este nível instintivo, no qual o homem das cavernas viu-se envolto na primeira vez em que teve que montar abrigo ou armas para enfrentar perigos naturais.[49]

II. Em segundo lugar, aceito que este impulso moldou-se de acordo com as necessidades advindas de diferentes tempos e espaços, assumindo formas e representações diversas, com suas características próprias. Sendo assim, artefatos ou representações pictóricas produzidas na Idade Média diferem-se expressivamente de outros produzidos em tempos contemporâneos.

III. Em terceiro lugar, compreendo que a Revolução Industrial trouxe significativas mudanças na forma de pensar e realizar projetos, assim como também uma mudança de perspectiva na relação do ser humano com o seu ambiente. Essa mudança de paradigma teria sido marcada no ocidente europeu, de acordo com os sociólogos Max Weber e, mais além, Zygmunt Bauman, por uma separação da dimensão sagrada do âmbito social, formando um cenário secular, ou seja, um cenário no qual as relações humanas se institucionalizam na forma de leis, Estados modernos e órgãos de ordem racional como forma de controle da própria vida.[50]

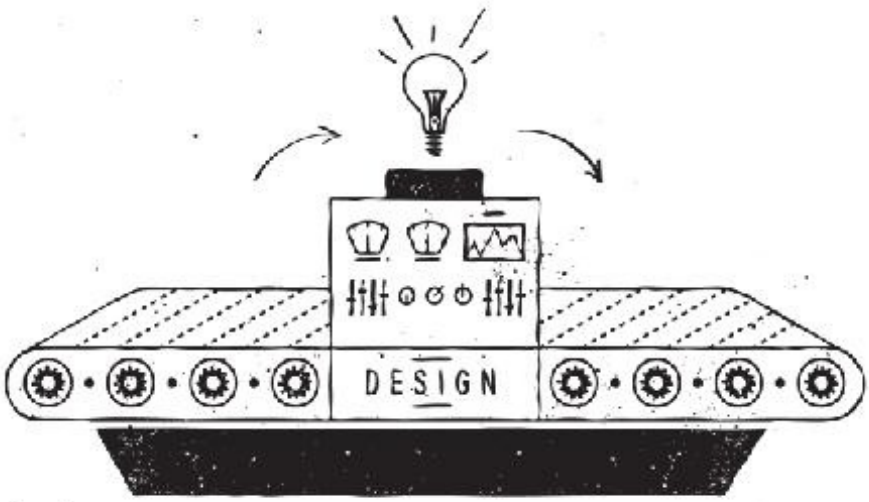
IV. Em quarto lugar, reconheço que é também neste período que a palavra "design" ganha relevância e passa a designar um tipo de papel social no sistema econômico que se desenvolve primeiramente na Inglaterra do século XVIII[51] e se internacionaliza no século seguinte. Logo, o design seria um *sintoma moderno*, ao passo que busca uma classificação material e racional de uma atividade como forma de conquista de espaço mercadológico. Se aceitarmos tal validade da palavra, aceitamos que o discurso nela implícito marca conflitos ideológicos de ordem política que se desdobram não somente em campos políticos, mas também metodológicos, estéticos, morais, e assim por diante, buscando abranger uma totalidade universal da qual esse mesmo discurso parece combater ao se especializar.

V. Em quinto lugar, por fim, compreendo que o design, como sintoma, remete a uma doença que se autoalimenta: a influência que possui do seu lado instintivo (I), assim como suas representações e desdobramentos, entra em conflito com sua representação política (IV), forçando-o, em termos extremamente darwinistas, a *adaptar-se* a todo momento em novos ambientes, buscando validade e espaço de atuação.

De acordo com este breve (e presunçoso) diagnóstico, concluo que o design jamais se definirá pelo conflito interno que lhe é caro. Se quisermos ser ainda mais ousados, podemos dizer que é de sua própria "natureza" essa indefinição. No período comumente caracterizado como modernidade (e ainda presente na pós-modernidade), tal aspecto acentuou-se, e o "fazer" ganhou este novo filho, o design, agente maldito que destrói e (re)cria cada novo cenário que invade. Filho da criação e pai da destruição. Caso definido, encerrado em si, o ciclo se fecha. Seu papel terá sido cumprido e não mais será necessário. O dia em que o definirmos, também o mataremos. Por isso considero interessante a proposta de Rafael Cardoso: ao pensarmos o design como uma forma de repensar problemas, reavaliamos o próprio pensar, cultivando novas complicações, o alimento primordial do design.

Retomando Deleuze e Guattari, o que nos salvaria, talvez, é que ainda não nos perguntamos seriamente o que ele é. Por sorte, ainda não estamos sóbrios o suficiente, e ainda desejamos mais fazê-lo do que explicá-lo.

Design como mediação



Daniel B. Portugal

O fato de esta pergunta aparecer aqui onde aparece – no final do livro, e não no início –, diz muito sobre a ideia que nós, autores, temos do que é uma definição. Se a tentativa de propor uma definição para design vem ao final, é porque pressupomos que toda definição é enviesada, no sentido de que se baseia em um monte de pressupostos tácitos de como as coisas devem ser ou se organizar. Assim, consideramos que seria importante primeiro trazer à tona, justificar, questionar e consolidar nossos pressupostos antes de propor definições.

Com efeito, foi o que fizemos ao tentar responder as questões anteriores. E, no processo, acredito que surgiram pensamentos interessantes, dentre eles alguns a que só precisamos dar uma forma final para outorgar-lhes o status de definição de design. De *uma* definição de design, que fique claro, não de *a* definição de design.

Em minha resposta à primeira pergunta – existe design? –, vi-me compelido a refletir sobre as qualidades específicas da existência do design: ele existe como o que? Observei que era absurdo compreender a pergunta sobre a existência de algo apenas como uma busca por exemplos de uma ou outra categoria no mundo de objetos particulares que percebemos em nossa experiência sensível. Até porque nossa experiência sensível não organizada por nossas categorias é caótica. Nossas categorias, portanto, não são precedidas por um mundo já dividido do qual elas advém, mas elas criam nosso mundo tanto quanto nossas experiências sensíveis. Justifiquei muito brevemente esta visão na resposta à primeira pergunta, mas remeto os interessados no assunto ao meu ensaio *Percepção visual, memória e cadeira*, publicado no blog F*ilosofia do design*,[52] no qual analiso esta questão complexa com mais calma.

O que me interessa aqui, de todo modo, é a conclusão de que o design existe eminentemente como uma atividade, mesmo que possamos usar o termo também para nos referirmos ao resultado dessa atividade. Como toda atividade, o design tem um objeto: a forma aparente ou aparência.

O fato é, porém, que inúmeras atividades lidam com as formas – tentam adequá-las à função específica de um objeto (adequar a forma do navio à função

de navegar, por exemplo). Neste sentido – uma derivação, como vimos, de um problema já identificado por Platão –, o design, não podendo destacar-se na adequação das formas à função específica de nenhum outro objeto que não fosse já objeto específico de outra atividade, seria uma atividade sem objeto e, assim, inexistente. Resolvi este problema na minha resposta à segunda pergunta – design é útil? –, argumentando que a atividade do design não tem como objetivo específico adequar a forma de um objeto a funções específicas, e sim trabalhar a forma pensando em seus potenciais comunicativos. Comunicação entendida aqui como aquilo que constrói relações humanas, seja a de sujeitos com objetos, seja a de sujeitos entre si, ou mesmo a do sujeito consigo. Vale ressaltar que tal proposta não visa a excluir a função material da consideração do designer. Com efeito, ele sempre tem de considerá-la, uma vez que, como nota Barthes, "a função de um objeto torna-se sempre, pelo menos, o próprio signo desta função"[53] – e, do mesmo modo, as formas de desempenhar a função também se tornam signos.

Com base nisso, é possível formular a seguinte definição provisória para o design: uma atividade que atua sobre as formas (ou aparências) das coisas, com o objetivo de trabalhar seu papel de mediadoras das relações entre humanos e coisas, e das relações dos humanos entre si e consigo mesmos através das coisas.

Para que esta definição fique completa, entretanto, ainda temos que refletir sobre o seguinte ponto: *como* o design atua sobre as formas? A resposta tradicional, claro, é: projetando. O designer atua sobre a forma concebendo-a, e não a modificando materialmente – outro fará isso com base no projeto do designer. Podemos resolver essa questão simplesmente acrescentando, em nossa definição preliminar, um "projetual" como predicado de "atividade", mas esse ponto nos leva, também, a refletir sobre algo muito importante, e até agora eminentemente ignorado – apenas o Ivan teceu algumas considerações sobre isso em sua resposta às últimas duas perguntas –, que é o lugar histórico do design.

A separação entre projeto e produção – necessária para a existência do design, se o design for definido como uma atividade projetual – só se transforma em algo corriqueiro com o processo industrial de produção em série, uma vez que, antes, o mais comum era que um único artesão ou equipe de artesãos concebesse a forma de um objeto e a concretizasse materialmente. Ou talvez fosse o caso de haver, em um grupo de artesãos, um "chefe" que mais projetasse do que colocasse efetivamente a mão na madeira, não sei – seja como for, o fato é que não havia uma separação muito clara entre projeto e produção, de modo que esta atividade distinta que denominamos design não existia.[54]O objetivo deste

comentário não é iniciar um tratado histórico,[55] mas simplesmente observar que o design, tal como o entendemos, é uma atividade característica de um tipo específico de cultura ou visão de mundo. Ou seja, embora certamente possamos usar a definição proposta acima para dizer que um artesão medieval, quando constrói um relicário com imagens de santos, está fazendo design, ao fazer isso estamos usando as categorias fora de seu registro – ao dizer isso, portanto, não estamos nem certos nem errados, estamos apenas produzindo pensamento confuso.

O que precisamos nos perguntar então é: em que tipo de cultura ou visão de mundo o design emerge como uma atividade relativamente independente? Vimos que isso só ocorre após a Revolução Industrial. Ora, quando pensamos em uma história das ideias, o tipo de visão de mundo associada à Revolução Industrial – ocorrida, como se sabe, no século XVIII – é aquilo que se convencionou chamar visão de mundo moderna: aquela que exalta a razão humana e a capacidade do homem de usá-la para, através do trabalho árduo (que ganha, aqui, importância sem precedentes), moldar o mundo à sua maneira, em um processo gradativo que culminaria em alguma espécie de utopia secular (sociedade igualitária, felicidade geral, total controle humano sobre o destino, ou qualquer outra) – processo este conhecido como “progresso” e que acaba aparecendo, na verdade, como um fim em si mesmo. Esta é uma descrição extremamente esquemática e parcial da visão de mundo moderna, mas permite que entendamos melhor por que doutrinas funcionalistas, que podem nos parecer, hoje, tão fora de propósito, puderam florescer na primeira metade do século XX. Como se sabe, a proposta funcionalista é a de que haveria uma espécie de forma utópica, à qual o designer poderia chegar atentando para a função específica de cada coisa (se uma coisa não tem função específica, que seja eliminada!) de modo racional e “objetivo”, deixando de lado duvidosos padrões subjetivos de estilo, gosto, significados sociais etc.

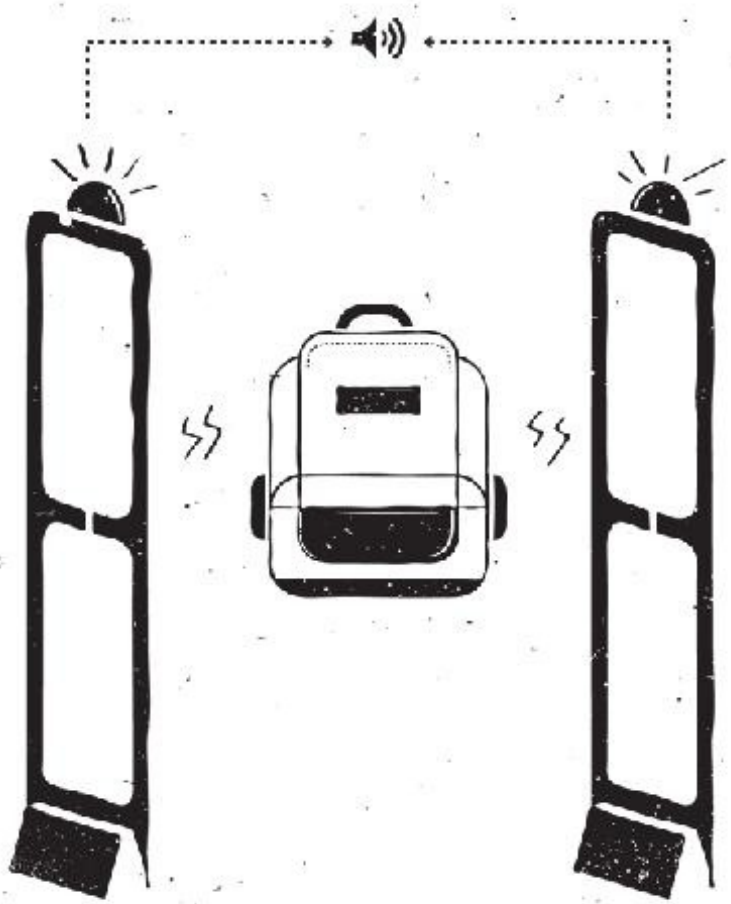
É na segunda metade do século XX – maio de 1968 tido, muitas vezes, como grande marco – que este projeto moderno é questionado mais duramente e nossos referenciais simbólicos são abalados, transformando-se em algo que ninguém ainda sabe bem como definir e que possui um punhado de nomes – “pós-modernidade” sendo, provavelmente o mais corriqueiro. Seja como for, uma das características da visão de mundo emergente é a valorização do consumo como meio de construção de identidade. Se, na modernidade, a construção de identidade e a justificação da própria existência estavam mais ligadas a coisas como profissão, nacionalidade, riqueza, religião, virtude no

trabalho, classe social, estado civil etc., hoje nossa identidade é construída em grande parte com base em nossos gostos, nosso "estilo particular de ser" que tornamos visível em grande parte através do consumo.

Assim, embora seja certo que profissão, nacionalidade etc. também fossem simbolizadas por certos objetos, as significações, nesses casos, eram mais duras e naturalizadas, de modo que talvez fosse mais fácil supor, na época, que elas eram dadas por si mesmas e que ninguém precisava se preocupar com isso. Hoje, entretanto, o uso constante dos signos e imagens de maneira intencional pelos consumidores para construir uma identidade para si torna as dimensões comunicativas do consumo e do design simplesmente impossíveis de ignorar ou menosprezar.

O que quis enfatizar, com essa pequena digressão esquemática, é que a definição de design que propus ao longo destas reflexões – baseando-me no pensamento dos diversos autores que foram citados, além de muitos outros que me influenciaram menos diretamente – não diverge de propostas como a funcionalista apenas por questões teóricas. Elas divergem entre si também por questões teóricas, é certo; mas, além disso, podemos pensar que a própria atividade que elas teorizam já não é exatamente a mesma. Neste sentido, acompanho, portanto, Rafael Cardoso[56] quando ele propõe que o "design para um mundo complexo" – isto é, para o nosso mundo – é necessariamente diferente, como atividade, de um "design para o mundo real" (como na proposta de Papanek) ou do que poderíamos chamar de um "design para o mundo funcional" (como na proposta dos funcionalistas). Afinal, os chamados "mundo real" e "mundo funcional" só fazem sentido quando vistos pelas lentes (há muito quebradas) das típicas utopias modernistas – como a de um mundo tornado perfeitamente feliz pela padronização geral de tudo e de todos, ou a de um mundo tornado inteiramente dócil à vontade humana pelo trabalho incessante.

Um desvio ao impossível



Marcos Beccari

Ponto de partida: palavra de origem anglo-saxã referente a *projeto* e que, entre *sujeito* e *objeto* (compartilhando da mesma raiz etimológica latina), evoca a simbólica existencial do *projectum* – lançar-se para frente ou, como prefere Deleuze,[57]aceitar que o sentido mirado permanece uma operação aberta, interminável. É por meio dessa concepção existencial que enxergo o design como uma conduta de "fazer advir" que, impedindo-nos de compreender o mundo sem nos referirmos a nós mesmos, à nossa própria obra, sem sermos parte do que vemos e sentimos, confere-nos a singular aptidão de dar sentido não somente ao mundo, mas antes ao que somos e ao que fazemos.

Em minha pesquisa de mestrado, investiguei as formas de *pensar design* (Filosofia do Design)[58] e propus uma perspectiva filosófico-comunicacional sobre design considerando-o como "articulação simbólica": um expressar e um configurar do homem direcionados à confecção de ficções trágicas (em aberto e em tensão permanente). Atualmente, no contexto de doutoramento em Educação, quero compreender de que forma essa articulação simbólica se traduz no modo como concebemos e nos "preparamos" para o mundo, sobretudo ao revelar a produção de design como referente emblemático das culturas contemporâneas, instaurando ou diluindo o reconhecimento do indivíduo enquanto *ator* e *autor* do mundo. Em suma, busco entender o design como dimensão atrelada à afirmação da existência humana.

Sob este viés, creio que design pode ser delineado de forma mais clara ao nos aproximarmos de dois campos específicos: a antropologia do projeto e a filosofia trágica de aprovação do real, com ênfase em suas respectivas temáticas de antecipação espaço-temporal e ilusão oracular, além das reflexões sobre a *idiotia* do real (sua singularidade e insignificância).

O antropólogo Jean-Pierre Boutinet[59] define "projeto" simultaneamente como *conceito* e como *paradigma*: propriedade tipicamente humana de antecipação espaço-temporal, e conduta de domesticação do futuro predominante no ambiente das sociedades tecnológicas, donde provêm as "culturas de projeto". Superando o simples comportamento adaptativo, o projeto oscilaria entre, de um lado, uma lógica do ator e da obra que realiza –

implicando a contínua tensão, própria do exercício da autonomia, entre a afirmação identitária e o reconhecimento da alteridade – e, de outro lado, o sintoma de uma patologia emergente nas condutas de idealização das quais nosso meio cultural parece ser a marca.

Na tentativa de traçar uma breve *genealogia* do projeto – ao modo nietzschiano –, Boutinet estabelece quatro paradigmas projetuais: o projeto arquitetural da Renascença, o projeto social do Iluminismo, o projeto existencial da era industrial e, a partir de 1975, o *projeto como sintoma* – "retraimento um tanto temeroso ao individual e ao local, a fim de tentar modelar um futuro possível quando falta legitimidade aos grandes conjuntos sociais". [60]

A cultura do projeto, herança de certa modernidade remanescente, mostra-se assim fragmentada e conflitiva, sobretudo no que concerne à interrogação sobre o sentido de um *ideal* inacessível em meio a um *real* frágil e transitório. Oportuno convocarmos, neste ponto, Clément Rosset e sua genealogia da ilusão. Para o filósofo, certamente o projeto como sintoma descrito por Boutinet seria um caso de ilusão – "A função: proteger do real. A estrutura: não recusar perceber o real, mas desdobrá-lo [em um duplo]. O fracasso: reconhecer tarde demais no duplo protetor o próprio real que se pensava estar protegido". [61]

Na verdade, como já comentei em meu primeiro texto (resposta a "existe design?"), trata-se aqui da *ilusão oracular*: através da antecipação idealizada, podemos tentar superar a vida meramente vida, mas ao fazê-lo, flagramo-nos dentro dela. Em nível ontológico, significa que não há *garantias* de existência, apenas imagens/aparências que, por sua vez, não se distinguem do real, mas o constituem como único – como diria Deleuze,[62] não há uma realidade *em si* que não seja idealizada; o que existe é somente um *em relação a*, isto é, uma realidade vivenciada em sua simples singularidade, no mero devir de relações que se afetam entre si.

Juntando os pontos, proponho *desviarmos* a vinculação semântica habitual que há entre design e projeto: a provável desconfiança pós-moderna em relação a certo *projeto* da modernidade transmuta-se na ideia de design, a qual retoma a dinâmica oracular de anunciar por antecipação o próprio "presente inevitável" no lugar do futuro inatingível (da modernidade). Noutras palavras, design como estratégia de *desvio* projetual para enfrentar, ao invés de adiar, uma existência *lançada-aí* que secretamente instaura a singularidade trágica do real. Algo como o próprio Boutinet antecipa em sua antropologia do projeto:

> Trata-se de não mais pensar esses projetos apenas através da categoria da

> obsolescência, que desvaloriza a forma técnica atual suplantada por um novo avanço. Os maus usos do projeto nos impelem a novamente dar toda sua importância ao transitório, sempre preocupado em retomar o curso dos acontecimentos para reorientá-lo; esse transitório, carregado de um passado que ele assume, busca instalar-se em uma certa duração e permanece aberto a inevitáveis transformações posteriores, mais ou menos radicais; estas, em sua secreta articulação com o presente – ao qual se ordenarão – e com o passado – que tentam redescobrir à sua maneira –, serão então reveladoras da *dimensão processual* de nossa condição humana. [63]

É neste ponto que design se confronta com a noção tradicional de projeto: ao invés de antecipação calculável e reduzível a uma variante técnica que coloca entre parênteses o tempo vivido, design implica um desvio imprevisível que reintegra no projeto existencial um conjunto de potencialidades autopoiéticas (que criam a si mesmas). Como isso acontece? Em primeiro lugar, enquanto o projetista diria que seu projeto surge de uma necessidade, o designer reconheceria que a necessidade é também projetada, no sentido de ser uma tentativa de explicar as coisas quando algo sai terrivelmente errado – um duplo protetor. Esse erro primordial não é apenas algo que veio antes, mas simplesmente aquilo a que me refiro por “real”: uma potencialidade que gera a si própria porque sempre nos falta.

Por conseguinte, design surge por uma questão de erro, de vazio, de nada – quase aquilo que Heidegger tenta pensar ao dizer que o *nada nadifica*: a potência do nada em seu progresso rumo à realização, a pressão do não-ser na direção do ser, aquilo que poderia ser chamado de “amor”, mas que aqui talvez seja mais adequado entendermos como “criação”. Enquanto no projeto entendemos que uma escolha ocorre entre esta e aquela opção, no design tomamos a escolha fundamental de (re)inventar as opções, as coordenadas da própria escolha.

Não há problema nem solução, apenas algumas coisas surgindo enquanto outras coisas desaparecem. Não se trata de uma simples mecânica de causa e consequência, mas de um vazio radical como força motriz da potencialidade do ser. Também não é um tipo de desejo alienado que se estrutura, numa lógica freudiana, em torno de um vazio traumático primordial (a ausência da mãe etc.). Não, a atitude mais espontânea é assumir o erro e afirmá-lo até o fim. Quase como uma *gambiarra*, um *blefe* com o universo que nos cerca, um tipo de truque que consiste em contrariar o que parece ser inevitável justamente ao aceitá-lo e confirmá-lo.

Embora o design nunca contrarie diretamente um projeto preexistente – a lógica oracular nos mostra que abraçar o inevitável é o único modo de projetá-lo –, é verdade que, a partir de determinado momento, projetos tornam-se aparelhos para deformar ou mesmo anular o design. Um projeto não é feito para acreditarmos nele, mas para lhe obedecermos; já o design é *conspiratório*: cada escolha testemunha outra escolha, na medida em que é sempre o *meio* que é decisivo, nunca o princípio e nunca o fim. O esquema do projeto parte de uma informação abstrata que se supõe estar no seu grau máximo de transparência; por outro lado, encara o ruído como interferência, anti-informação; entre os dois, opta pela redundância que diminui ao mesmo tempo a informação e o ruído. O design, ao contrário, parte do ruído como modo de existência *contra* a redundância: qualquer coisa que poderia ser redundante (tanto o grito quanto o silêncio) ultrapassa-nos como experiência frágil de confronto com o real.

É como a velha anedota da "criança suspeita" que nunca comprava nada no supermercado: toda vez que ela saía de lá, sua mochila era cuidadosamente inspecionada, mas os guardas nunca conseguiam encontrar nenhuma mercadoria ali dentro. Até que um dia eles se deram conta que o que a criança roubava eram as mochilas do supermercado. Essa capacidade de enganar a redundância por meio do ruído ilustra a dinâmica conspiratória do design: aquela criança é designer por excelência na medida em que o significado de seu ato se esconde/revela no próprio ato, colocando-nos de frente ao real através da ilusão oracular.

O projetista perguntaria: o que há nesta cadeira, por exemplo, que nos leva a enxergá-la como cadeira?; ao passo que o designer perguntaria: o que *não* há nesta cadeira – aquilo que foi ocultado ou não mencionado – que nos impede de enxergá-la como outra coisa que não seja uma cadeira? Quer dizer, é preciso esconder a cadeira para explorar as possíveis formas que nos levam a enxergar uma cadeira. Quando o sentido não provém da forma, da função, do propósito ou do uso, mas emerge do próprio *ruído do real*, não apenas comunicamos determinado conteúdo/significado, mas comunicamos, ao mesmo tempo, o modo como olhamos para esse conteúdo/significado. Pois o sentido está em toda parte, basta olhar para as coisas, mas creio que o design torna-se mais poderoso quando abdicamos do olhar pelo olhar (informações projetadas) e nos concentramos no modo como as pessoas inventam, de "olhos fechados", um sentido àquilo que parece não ter sentido algum.

Com isso quero enfatizar que o design me parece uma atitude extremamente ambiciosa: formular novas condições de *possibilidade* por meio da condição de

impossibilidade, abrangendo assim tanto a região do potencial como a do realizado. De modo breve, acredito que, retomando uma dinâmica ficcional-oracular no lugar de mera conduta de projeto, o design tem funcionado como desvio projetual necessário para o enfrentamento – não mais adiado por antecipação – do real. Esta é a definição que eu atribuo ao design: a articulação simbólica na mediação ficcional-oracular entre o sujeito e o real.

Ou seja: as coisas estão lá fora; é estúpido porque só existe isso. Designers não se contentam com isso porque se recusam a compreender desta forma. Não se trata nem de regressar nem de progredir, não há passado nem futuro, não há causa nem consequência. É apenas algo que se define no movimento da escolha e não no resultado dela. Fazer design é pensar nas coisas *entre* as coisas, traçar a linha e não o ponto, fazer população num deserto e não categorias vazias numa floresta, povoar sem nunca especificar.

Não significa acreditar que “tudo é possível”, mas somente que “o impossível acontece” *através* do design. E ainda que a impossibilidade não tenha muito sentido, ela é o nosso frágil dever de confrontar o real, o que implica obstinada e necessariamente realizar conspirações – uma forma de amar, um vício impossível.

Considerações... finais?

por Marcos Beccari e Daniel B. Portugal

Três linhas de pensamento se cruzaram neste livro – partem das mesmas perguntas, chegam a diferentes respostas. Mas algo há de comum entre todas as respostas: são respostas prenhes de novas perguntas, e que dão luz a todo tipo de prole, até àqueles filhos "monstruosos" que Deleuze pretendia fabricar inseminando as filosofias alheias.[64] Assim, se fizeram nascer novas ideias em sua *cachola*, caro leitor, nossas respostas e nossas perguntas cumpriram sua missão. De todo modo, gostaríamos de expor aqui, nestas breves considerações finais, algumas ideias que parecem ser filhas de todas as nossas três visões, consideradas em conjunto.

A mais importante, parece-nos, é a ideia do design como uma potência *em* e *de* si mesmo. O design, em nossa perspectiva anti-instrumental, é potência de enunciação sobre si mesmo e, por conseguinte, sobre todas as coisas que constituem nosso mundo. Mas, para liberar tal potência, é preciso reconhecer e conhecer todo um universo complexo e instigante que existe para além do design. Design é abertura, não fechamento. Ele não agrega apenas diversos tipos de conhecimento, cada qual supostamente homogêneo em si mesmo, mas provém antes do espanto que afeta cada campo de estudo impedindo-o de ser homogêneo. O design nos motiva a descobrir, desejar, encontrar, expressar. Não há um método infalível para isso, apenas um longo (e muitas vezes ingrato) trajeto. Nós designers somos mais espectadores do que autores: em vez de resolver ou dar respostas, contemplamos e fazemos contemplar. Ao invés de errar e dar lições de moral, insistimos no erro para ver até que ponto ele está errado. Passamos o tempo a ordenar formas, a dispô-las de outro modo, a eliminar algumas delas, a fazer prosperar outras. Nada nos motiva mais do que o acaso.

Assim, no mais fundo de nossas "almas" de designer, rejeitamos duas formas de intimidação moral – "respostas prontas" – que fabricam nada além de especialistas conformados com sua própria justificativa de evitar o acaso. A primeira, mais comum, é a intimidação pragmática: "isso não te ajuda em nada, é

assunto de filósofos e suas teorias inúteis. Coisa de intelectual que não tem o que fazer. Quem é que tem tempo para isso? Procure soluções objetivas" etc. A segunda é a intimidação burocrática: "como é que vocês querem pensar sem terem lido Platão, Kant e Heidegger? Sem ter doutorado?" etc. Obviamente não questionamos a importância de uma trajetória acadêmica – prova disso é que todos nós lemos tais autores e fazemos doutorado –, nem a relevância de um agir pragmático em situações pragmáticas – não deixamos de ser designers! O que nos incomoda é a burocratização presente em tais enunciados, a noção de que você tem que cumprir certos procedimentos formais antes de poder pensar.

Foi claramente na direção contrária dessas duas respostas prontas que propusemos as questões deste livro. O objetivo de levantar questões tão difíceis não é respondê-las segundo uma tradição de pensamento supostamente inequívoca e muito menos oferecer respostas que tenham aplicação prática. A resposta que oferecemos é antes uma *fuga* que nos permite contornar as questões e seguir adiante, à procura de novas perguntas e respostas. Foi neste movimento incessante que emergiram não apenas as ideias compartilhadas acima mencionadas, mas também vozes que operam em silêncio, que são quase imperceptíveis em suas mensagens.

Nos textos de Ivan Mizanzuk, há uma voz que vem do "chão", estabelecendo questões como escopo da definição e lugar histórico do design – as quais não se confundem com o design em si, apenas nos motiva a escavar um pouco mais esse chão, de modo a escaparmos de nosso passado e de nosso futuro, de certo determinismo histórico. Nas digressões de Daniel B. Portugal, escutamos uma voz ecoada de antigas paredes, voz que se apropria da história da filosofia para tentar trazer à tona aquilo que o design aparentemente ainda prefere fingir que "não é com ele": sua íntima afinidade com a comunicação e com o consumo. Por fim, nas respostas de tom aforismático de Marcos Beccari, captamos um sussurro que vem de lugar nenhum, como uma confidência poeticamente filosófica. Mesmo sem um ponto fixo de partida, nem um ao qual se chegue ou se pretenda chegar, suas respostas nos forçam a pensar num design que só existe na medida em que é pensado, mas que também só pode ser pensado a partir desta brecha obscura que nos oferece o fluxo constante de sua existência.

Que tipo de ruído poderia, afinal, sair desse encontro? Uma Filosofia do Design não proferida por nenhum de nós, mas que cresce *entre* as lacunas de nossas vozes. Ideias que surgem somente no encontro com outras ideias. Pensamentos que não se fecham em concordâncias porque não pretendem lutar contra o erro, mas que anseiam livrar-se – no movimento da reflexão e não no

resultado de um saber – de um inimigo mais interior e mais poderoso: o excesso de respostas prontas no design.

[1] Cf. QUINTAVALLE, A. C. Design: o falso problema das origens. In: *Design em aberto: uma antologia*. Lisboa: Centro Português de Design, 1993. Disponível em: http://pt.scribd.com/doc/89592508/Design-o-falso-problema-das-origens-Arturo-Carlo-Quitavalle. Acesso em: 12 ago. 2012.
[2] Cf. WARDE, B. A taça de cristal ou a impressão deve ser invisível. In: BIERUT, M.; HELFAND, J.; HELLER, S.; POYNOR, R. (orgs.). *Textos clássicos do design gráfico*. Trad. Fernando Santos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010, pp. 58-61.
[3] Cf. RAND, P.; RAND, A. Anúncio: Ad Vivum ou Ad Hominem? In: BIERUT et. al. (orgs.). *Op. cit.*, pp. 146-153.
[4] BENJAMIN, W. *Magia e técnica, arte e política*: ensaios sobre literatura e história da cultura. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
[5] Cf. CHESTERTON, G. K. *Ortodoxia*. Trad. Almiro Pisetta. São Paulo: Mundo Cristão, 2008.
[6] Cf. OAKESHOTT, M. A Torre de Babel. In: ____. *Sobre a História & outros ensaios*. Rio de Janeiro: Liberty Classics Topbooks, 2003, pp. 249-284.
[7] Como explica Aldo Dinucci (Sócrates versus Górgias: as noções de *téchne* e *dýnamis* aplicadas à retórica. *Anais de filosofia Clássica*. v. 2, n. 4, 2008, p. 30): "Sócrates considera que aquele que possui verdadeiramente uma *téchne* possui a ciência do objeto do qual a *téchne* se ocupa, e tal ciência (*epistéme*) significa, para Sócrates, a posse da definição da essência (*eidos*) do objeto da *téchne*".
[8] PLATÃO. *Górgias*. Trad. Carlos Alberto Nunes. Disponível em: http://www.cfh.ufsc.br/~wfil/gorgias.pdf?. Acesso em: 17 ago. 2012. s/p [§ 18].
[9] Além da saúde, a beleza também seria um bem do corpo para Platão. Mas trata-se de uma beleza concebida como adequação a um modelo (essência), e não beleza no sentido puramente estético.
[10] PLATÃO. *A república*. Trad. Maria Helena da Rocha Pereira. 12. ed. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2010, p. 455 [§ 598b].
[11] *Ibidem*, p. 462 [§ 601d].
[12] Trata-se, aqui, da noção de forma como ela aparece em nosso vocabulário ordinário, isto é, a forma aparente, aquilo que aparece para nós e que permite que identifiquemos um objeto qualquer. Não se trata de "forma" compreendida no sentido metafísico, próximo de "essência".
[13] Uma objeção possível a tal conclusão seria dizer que o design tem como objeto a totalidade das coisas. Ou seja, seria como se o designer pensasse na forma de um objeto de maneira que ele se inserisse em um todo que se tornaria mais funcional por conta dele – o fim do design não seria a funcionalidade do objeto, mas algo como "o progresso" ou "o bem-estar social". Aqui, entretanto, entramos no terreno perigoso de uma engenharia social cuja afinidade com as ideologias modernas mais radicais – o nazismo e o comunismo – é evidente. Seja como for, poderíamos ainda afirmar, neste caso, que um engenheiro social seria mais adequado para desempenhar tal função do que um designer.
[14] Esta é uma adaptação grosseira que faço de um antigo conto árabe mencionado por Clément Rosset em seu livro *O real e seu duplo*: ensaio sobre a ilusão (Rio de Janeiro: José Olympio, 2008, p. 35).
[15] VERNANT, J. P. Édipo sem complexo. In: ____. *Mito e tragédia na Grécia antiga*. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1977, p. 87.
[16] FLUSSER, V. *Uma filosofia do design*: a forma das coisas. Lisboa: Relógio D'Água, 2010, p. 120.
[17] KUNDERA, M. *A insustentável leveza do ser*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985, p. 14.
[18] Cf. CARDOSO, R. (org.). *O design brasileiro antes do design*: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
[19] Cf. WEBER, M. *A ética protestante e o "espírito" do capitalismo*. Trad. Antônio Flávio Pierucci, Sergio Tellaroli, Anthonius Jakobus Pieterssen. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
[20] Barthes aborda este assunto em diversos lugares – o mais famoso talvez seja o último capítulo de *Mitologias* (Rio de Janeiro: Difel, 2006).
[21] ŽIŽEK, S. *Como ler Lacan*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

[22] SUDJIC, D. *A linguagem das coisas*. Rio de janeiro: Intrínseca, 2010.
[23] ŽIŽEK, S. *Op. cit.*, p. 26.
[24] PERNIOLA, M. *A estética do século XX*. Lisboa: Estampa, 1998, p. 139.
[25] ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. São Paulo: Edipro, 2009.
[26] *Ibidem*, p. 48.
[27] Ver, sobre este assunto: FREIRE FILHO, J. A felicidade na era de sua reprodutibilidade científica: construindo "pessoas cronicamente felizes". In: FREIRE FILHO, J. (org.). *Ser feliz hoje*: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
[28] Trata-se aqui do discurso segundo o qual o "mundo real" é assim ou assado, o mercado exige isso ou aquilo, "é assim que as coisas são" etc. – algo bem próximo do "funcionalismo de face humana" defendido por Victor Papanek, segundo o qual o design não resolve problemas, exceto aqueles por ele criados, "e, com isso, reduz as opções de que as pessoas dispõem" – PAPANEK, V. Edugrafologia – os mitos do design e o design de mitos. In: BIERUT, M.; HELFAND, J.; HELLER, S.; POYNOR, R. (orgs.). *Textos clássicos do design gráfico*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010, p. 275.
[29] A proposta de Dhalia não é a de adaptação fiel da obra de Dostoiévski, mas a de releitura livre.
[30] NIETZSCHE, F. *Além do bem e do mal*. São Paulo: Escala, 2011, § 108.
[31] Curioso notar que, apesar desse imperativo social, cada vez mais vemos projetos de design que visam à satisfação do usuário em particular. Ou seja, apesar de aceitarmos que o bem-estar social é bem-vindo, também desejamos projetos de design que se adequem às necessidades íntimas de cada um. Um "bom design", na questão de desempenho, seria então aquele acessível a todos, desde que permita customização. Um aparente paradoxo com o qual designers do futuro terão que lidar cada vez mais.
[32] A leitura que faço deste texto não teria sido possível sem os ensinamentos do professor Marcio Tavares D'Amaral sobre o assunto durante suas aulas. Deixo aqui um agradecimento especial ao professor.
[33] ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. São Paulo: Edipro, 2009, p. 49.
[34] HEIDEGGER, M. A questão da técnica. In: _____. *Ensaios e conferências*. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2006. p. 20.
[35] FLUSSER, V. *Filosofia da caixa-preta*: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
[36] HEIDEGGER, M. *Op. cit.*, p. 29.
[37] HEIDEGGER, M. *Op. cit.*, p. 34.
[38] FOUCAULT, M. *História da sexualidade II*: o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal, 1990.
[39] NIETZSCHE, F. *Obras incompletas*. Trad. Rubens Torres Filho. Col. Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 2003, pp. 208-209.
[40] *Ibidem*, p. 382.
[41] PROUST, M. *Contre Sainte-Beuve*. Paris: Gallimard, 1954, p. 303, tradução minha.
[42] DELEUZE, G. Uma conversa, o que é, para que é que serve?. Trad. José Gabriel Cunha. In: DELEUZE, G.; PARNET, C. *Diálogos*. Lisboa: Relógio D'Água, 2004, p. 15.
[43] DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *O que é a filosofia?*. Trad. Bento Prado Jr. e Alberto Alonso Muñoz. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2007, p. 9.
[44] A solução geralmente proposta para o cenário de contrastes que apresentamos se reduz às noções de diferença entre Arte e Design. Ou seja, o caso da produção chinesa e egípcia, que apontamos como ilustração, seriam exemplos do primeiro grupo, e não do segundo. Apesar de satisfatória em um primeiro momento, essa resposta recai em um problema ainda mais sério, que é a definição de Arte. Tal investigação exigiria um trabalho posterior que, esperamos, possa ser preenchido em um volume futuro da presente série.
[45] Cf. NORMAN, D. Somos todos designers. In: ____. *Design emocional*: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Trad. Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008, pp. 243-257.
[46] Todos esses termos seriam também, para nossa infelicidade, possíveis formas de reducionismo

metodológico. Um exemplo oriundo do campo dos estudos de religiões pode ilustrar melhor esse cenário: chamar o Budismo de “religião”, por exemplo, implicaria em “impor” uma visão sobre como funciona um sistema de crenças de registro “mágico/sagrado” como separado de um suposto mundo “real/material”. Tal separação não existiria, ao menos a princípio, no estudo dessa religião, pois o sistema de operação da crença budista no mundo é muito diferente dos sistemas judaico-cristãos (hegemônicos no mundo ocidental, principalmente em ambientes acadêmicos), por exemplo. O mesmo problema metodológico pode ser estendido aos termos “função”, “cosmológico”, “social” etc., quando desejamos encontrar “o” design em áreas que não utilizam (ou não utilizavam, no caso de situações passadas) o termo para se autodefinirem. O que ocorre nestes casos, invariavelmente, é uma tentativa de “tradução” de fenômenos “estranhos” para termos que nos são caros, havendo assim um risco calculado de limitar a totalidade do fenômeno puro em nome de uma apreensão dessa estranheza. Para saber mais sobre isso, cf. USARSKI, F. Os enganos sobre o sagrado. In: ____. *Constituintes da ciência da religião*. São Paulo: Paulinas, 2006, pp. 29-54.

[47] QUINTAVALLE, A. C. Design: o falso problema das origens. In: CENTRO PORTUGUÊS DE DESIGN. *Design em aberto*: uma antologia. Lisboa: Centro Português de Design, 1993. Disponível em: http://pt.scribd.com/doc/89592508/Design-o-falso-problema-das-origens-Arturo-Carlo-Quitavalle. Acesso em: 12 ago. 2012.

[48] CARDOSO, R. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

[49] Baseio essa noção, e suas consequências, na obra do antropólogo e filósofo Ernest Becker, especificamente em duas de suas obras: *A Negação da Morte*, disponível em português pela Record (São Paulo, 2010), e *The Ernest Becker*, obra póstuma organizada por Daniel Liechty, da The Ernest Becker Foundation (Seattle, 2005), sem tradução no Brasil.

[50] Cf. WEBER, M. *A ética protestante e o “espírito” do capitalismo*. Trad. Antônio Flávio Pierucci, Sergio Tellaroli, Anthonius Jakobus Pieterssen. São Paulo: Companhia das Letras, 2011; BAUMAN, Z. *O mal-estar da pós-modernidade*. Trad. Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

[51] Cf. FORTY, A. *Objetos de desejo*. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

[52] Em: http://filosofiadodesign.wordpress.com/2012/04/03/percepcao-visual-memoria-e-cadeira. Acesso em: nov. 2012.

[53] BARTHES, R. Semântica do objeto. In: _____. *A aventura semiológica*. São Paulo: Martins Fontes, 2001. p. 210.

[54] Concordo, portanto, com a afirmação de André Villas-Boas em seu livro *O que é [e o que nunca foi] design gráfico* (6. ed. Rio de Janeiro: 2ab, 2007, p. 42): “[...] é impossível dissociar design gráfico da sociedade industrial [...]”. O mesmo vale para o design de produtos. Espero que tenha ficado claro que, em todas as minhas respostas, estou tratando conjuntamente tanto do design gráfico quanto do design de produtos – quando falo em “coisas” ou “objetos”, estou pensando em qualquer coisa: de navios e sapatos a cartazes, *websites*, logos etc.

[55] Aos interessados nos detalhes históricos da consolidação do design como uma atividade com nome próprio, sugiro consultar: CARDOSO, R. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgar Blücher, 2004.

[56] CARDOSO, R. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

[57] DELEUZE, G. *A lógica do sentido*. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

[58] Disciplina desenvolvida no fim da década de 1990 por alguns colaboradores do periódico internacional *Design Studies*, dentre os quais se destacam Terence Love e Per Galle. Grosso modo, a Filosofia do Design propõe-se a analisar diferentes formas de pensar sobre design, tentando com isso construir um *pensar sobre pensar*, teorias sobre teorias, uma *metateoria* do design.

[59] BOUTINET, J. P. *Antropologia do projeto*. Trad. Patrícia Chitonni Ramos. Porto Alegre: Artmed, 2002.

[60] *Ibidem*, p. 284.

[61] ROSSET, C. *O real e seu duplo*: ensaio sobre a ilusão. Trad. José Thomas Brum. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008, p. 284.
[62] DELEUZE, G. *Diferença e repetição*. Lisboa: Relógio d'Água, 2000.
[63] BOUTINET, J. P. *Op. cit.*, p. 289.
[64] Cf. DELEUZE, G. *Conversações*. São Paulo: Ed. 34, 1992.