

**DESIGN DE AUTOR:****Uma *outra* comunicação desafiando cultura e mídia global****ART DESIGN:****Other communication challenging culture and media global**Fabio Pezzi Parode¹Celso Carnos Scaletsky²**Resumo:**

A sociedade contemporânea vem passando por transformações que sinalizam um momento de grande crise do sistema industrial e consequentemente, da sociedade inteira. Os valores engendrados por esse sistema, diga-se, individualidade, insaciabilidade e superficialidade, refletem-se nas atuais expressões da cultura, proporcionando-nos o espetáculo do design pós-moderno. As tecnologias e necessariamente a economia são motores capitais nesse processo. Investigamos o ciclo do consumo do objeto e a construção de valores simbólicos engendrados pela cultura. Identificamos alguns mecanismos no interior do sistema que facilitam e aceleram o processo de inovação e construção de outros referenciais: esses mecanismos, advém

¹ Fabio Pezzi Parode develops researches and teaches at Escola de Design Unisinos. His develops researches by trends from the design at the PPG - Master Design UNISINOS. His PhD formation in the Esthétique & Sciences de l'art, was made in the Paris 1- Panthéon Sorbonne.

² Celso Carnos Scaletsky develops researches and teaches at Escola de Design Unisinos and Architectural and Urban Course of Unisinos. His graduation course was made in the Architecture Faculty of Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS and his PhD formation was made in the Institut National Polytechnique de Lorraine, France. He has also studied in many masters courses as Arquitectural Project (UFRGS), "Modélisation et Simulation des Espaces Bâtis" (University of Nancy I) and Strategic Design (Unisinos). Scaletsky focus his researches in design project's theories, mainly in the first stages of the design process. Nowadays, he investigates some tools and methods of references utilization that can stimulate new design ideas.





particularmente da cultura e da Mídia. No Brasil temos o caso dos irmãos Campana. São designers cujas referências são oriundas da cultura popular e da arte, imprimindo no cenário uma tendência fortemente marcada pela presença do sujeito criador. Buscaremos o sentido subjacente da arte no design dos irmãos Campana, e o significado da inserção dessa natureza de trabalho no mercado contemporâneo globalizado. Qual o paradigma nascente a partir dessas legitimações do fazer arte no design?

Palavras-chave: design arte, mídia, comunicação, cultura

Abstract:

Contemporary society has been through transformations that point to a memento of great crisis of the industrial system and, consequently, of society as a whole. The values promoted by this system, such as individuality, greediness, and superficiality, are reflected in the current expressions of culture, providing us with the post-modern design show. Technologies, and most of all the economy, are capital engines in this process. We investigate the object consuming cycle and the construction of symbolic values promoted by culture. We manage to identify some of the mechanisms within the system which facilitate and accelerate the process of innovation and construction of other referentials: those mechanisms come particularly from the culture and the Media. In Brazil we have the case of the Campana brothers, designers whose references come from popular culture and art, imprinting on the scenario a strong trend characterized by the presence of a creator. We search for the underlying meaning of art in the Campana brothers design and the meaning of the insertion of this kind of work in the globalized contemporary market. What is the paradigm raising from those legitimizations of art making in design?

Key-words: Art design, media, communication, culture



Irmãos Campana e suas poltronas Sushi



**Introdução:**

A sociedade contemporânea vem passando por um momento de confronto com seus limites. Limites revelados pelos impasses do sistema industrial, pelas contradições do sistema econômico, pelos efeitos nocivos das emissões de gases e dos dejetos da indústria no meio ambiente, pelos novos padrões agressivos de consumo reveladores de estéticas e éticas orquestradas pelas mídias e pelo marketing etc. Nesse contexto, onde toda ordem natural é gradualmente substituída pela lógica industrial, e evidentemente, pela lógica de produção, retenção de bens, fluxo de riqueza e consumo de mercadoria, os estratos sociais se vêem imersos num sistema de interdependências que evidencia uma lógica de confinamento. De fato a globalização se revelou como sistema massificador e o fundamento subjacente da indústria, como regime de confinamento. Segundo Bauman, "o significado mais profundo transmitido pela idéia da globalização é o do caráter indeterminado, indisciplinado e de autopropulsão dos assuntos mundiais; a ausência de um centro, de um painel de controle, de uma comissão diretora, de um gabinete administrativo. A globalização é a 'nova desordem mundial' de Jowitt com um outro nome." (BAUMAN, 1999, p. 67)

Nesse sistema, algumas instituições funcionariam como agentes reguladores dos níveis de tensão gerados pelas forças e interesses que se opõem. Entre essas instituições, está a arte e todo seu aparato de legitimação. O design contemporâneo, em particular o design de autor, mais próximo da arte, serve-se dos mesmos modelos e marcos reguladores, assim como, enquanto artefato, dispositivo, também funciona, tal como a arte, como catalisador no universo de relações entre corpos, imaginário e estruturas sócio-econômicas. Sendo assim, o design de autor também pode ser chamado de design arte. Reich (1970), ao investigar as funções do orgasmo, questionou onde a repressão





social da sexualidade tem sua origem e qual é sua função? Na esteira de seus estudos, Marcuse (1968), investiga a relação dessa dinâmica de economia libidinal com a força do trabalho, com o tempo livre e os efeitos possíveis em sociedade em vista de um processo de autonomização do prazer. Essa perspectiva é reveladora de controle da libido através de sistemas inibidores expressamente empregados com fins de canalização da mesma para a lógica da produção e consumo de mercadorias. Segundo Marcuse (1968), "seria preciso se desembaraçar do excesso de rendimentos, criar a necessidade de comprar mercadorias que possam ser vendidas com lucro, criar o desejo de trabalhar produzir e distribuir essas mercadorias. Dessa forma o sistema se orienta em direção a uma administração total e simultaneamente ele tende a se tornar totalmente dependente de uma administração dirigida por organismos públicos e privados, dessa forma se intensificam as relações de interesse entre as grandes sociedades públicas e privadas e seus clientes, seus empregados."³ (MARCUSE, 1968, p. 60) É nesse sentido que podemos afirmar que o sistema da arte, juntamente com sua lógica de legitimação e economia libidinal, estende ao design seus dispositivos de afirmação e de representação, por exemplo, os museus enquanto estrutura, e os jogos de transgressão enquanto motor criativo. É notória a incorporação de coleções de design nos grandes museus do mundo, tais como o Louvre, MOMA, etc. O design de autor, tenta resgatar as dimensões do sujeito que sente e pensa, tentando resgatar a subjetividade do individuo resultado de suas relações sociais. Essa é uma característica bem evidente do design de autor. Entretanto, à partir de uma perspectiva de relações sociais, evidencia-se também seus limites e contradições. Adorno e Horkheimer (1985), observam que "na indústria o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção (...) as

3

"il faudrait se débarrasser de l'excédent des rendements, créer le besoin d'acheter des marchandises qui puissent se vendre avec profit, créer le désir de travailler pour produire et distribuer ces marchandises. Ainsi le système s'oriente vers une administration totale et simultanément il tend à devenir totalement dépendant d'une administration que dirigent des organismes publics et privés; ainsi se fortifient les relations d'intérêts entre les grandes sociétés publiques et privées et leurs clients, leurs employés." (Traduzido do francês por Fabio Parode)





particularidades do eu são mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo natural. (...) a pseudo-individualidade é um pressuposto para compreender e tirar da tragédia sua virulência: é só porque os indivíduos não são mais indivíduos mas sim meras encruzilhadas das tendências do universal. (...) a cultura de massas revela assim o caráter fictício que a forma do indivíduo sempre exibiu na era da burguesia, e seu único erro é vangloriar-se por essa duvidosa harmonia entre o universal e o particular." (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, pp. 144-145)

Códigos de diferenciação social: design, luxo e os níveis do consumo como sistema de significação

De fato, o consumo revelou-se como o grande apanágio da sociedade pós-moderna. Na segunda metade do século XX, período do pós-guerra, o mundo ocidental atravessa um momento crítico e reflexivo quanto ao modelo de racionalidade instrumental. Ora, jamais os limites de experimentação da crueldade e de racionalização do poder tinham sido levados tão longe por uma ordem coletiva. Entretanto, o pós-guerra também foi um período de grande desenvolvimento do design industrial e foi quando o modelo de sociedade americana passou a operar como modelo emergente de uma nova ordem mundial. Após a queda do muro de Berlim em 1989, o neoliberalismo rompeu todas as fronteiras e o mundo econômico passou a funcionar como um sistema interdependente de fluxos de capitais. Esse período foi marcado pelo processo de homogeneização dos sistemas de produção e consumo, evidenciando uma franca hibridização de culturas. Com o final da guerra emergiu no horizonte novas necessidades da indústria, anteriormente estruturada para responder às demandas de um sistema voltado para a defesa, para a guerra. A standardização de modelos e dos mercados, já fortemente evidenciada pela lógica fordista, com o amplo desenvolvimento industrial impulsionado pela indústria bélica, passou a ser considerado como meio de otimizar os





custos de produção e aumentar os lucros dos fabricantes. Contudo, considerando a dinâmica que é própria do capitalismo, a concorrência - matriz de comportamento dentro desse sistema -, revelou-se, contudo, que essa matriz é contrária à lógica imanente da cultura, ou seja, um quadro de forças em oposição se revela através da estandardização da indústria contra diferenciação pela cultura. Se por um lado há um processo imanente das indústrias e empresas em monopolizar os mercados, por outro, a sociedade resiste estruturando regulamentações e normatizações que impedem a formação de cartéis e monopólios. A globalização reflete um estágio bem avançado desse processo de monopolização dos mercados e enfraquecimento das instâncias reguladoras como o Estado afetando diretamente a identidade e a expressão das culturas locais.

A partir da década de noventa, com a implementação massiva em sociedade de novas tecnologias, diga-se, mídias tais como os computadores e internet, novos paradigmas e novas estéticas levam a sociedade a novos padrões de comportamento e percepção, conseqüentemente, exigindo uma nova organização das formas. No final da primeira década do século XXI,

revelam-se dois fatores de extrema importância para o surgimento de um campo favorável ao design de autor: a sensação de confinamento das sociedades de consumo massa, devido a saturação dos mercados, e o efeito no imaginário das transformações do panorama ambiental em decorrência da grande evolução industrial em escala planetária. Do final da década de noventa até os dias atuais, uma série de sintomas são reveladores de um novo padrão estético que surge no cenário como forma de resistência, entre eles, o design de autor. Uma resistência, por certo, um tanto quanto limitada posto que engajada com a indústria e a própria lógica do capitalismo, mas ainda assim, resistente em determinados níveis ao modelo massificante e confinador que induz a globalização.





É durante esta espécie de *dobra* do sistema industrial e capitalista contemporâneo que surge o design dos *Irmãos Campana*: Humberto (nascido em 1953) e Fernando (nascido em 1961) Campana. Esses dois designers originários de Brotas, interior de São Paulo, Brasil, vêm conquistando notoriedade não tanto por estarem sendo legitimados por grandes máquinas de produção simbólica, tal como o MOMA de Nova York, mas principalmente, por estarem evidenciando, expressando um sentimento, um quase apelo, de *retorno* ao corpo, à sensação, às matérias elementares: princípio ativo da arte. Suas formas labirínticas pulsam entre a sofisticação e o resgate do primal. Segundo Reich (1952-1970), "o refluxo completo da excitação na direção do corpo na sua totalidade é o que constitui a satisfação." (REICH, 1970, p. 89) De fato a grande magia do fazer desses designers paulistas está em revelar a exuberância, a potência criativa na organização do caos e na capacidade lúdica de resgatar valores da cultura popular, tão mais próximos do corpo, da sensação e da simplicidade. Segundo Deleuze (1992), "o que caracteriza o caos, com efeito, é menos a ausência de determinações que a velocidade infinita com a qual elas se esboçam e se apagam: não é um movimento de uma a outra mas, ao contrário, a impossibilidade de uma relação entre duas determinações, já que uma não aparece sem que a outra já tenha desaparecido, e que uma aparece como evanescente quando a outra desaparece como esboço. O caos não é um estado inerte ou estacionário, não é uma mistura ao acaso. O caos caotiza, e desfaz no infinito toda consistência." (DELEUZE, 1992, p. 59)

O design, por sua natureza aplicativa, é propriamente redutor: redutor à formas, materiais, conceitos, experiências. De fato, o design que busca referenciais, que se potencializa junto ao campo da arte, tende a jogar com os limites entre os significantes produtores rupturas e os da funcionalidade, gerando, dessa forma, um estranhamento que tende a intensificar a sensação do corpo, aproximando-o da matéria. O design de





autor tanto serve para produzir sensações nos corpos a partir dos objetos como serve para distingui-los através das cargas simbólicas que lhes são agregadas, projetando-as ao plano das relações sociais. Segundo Baudrillard, "manipulamos sempre os objetos (num sentido bem amplo) como signos que nos distinguem seja em nos afiliando ao nosso próprio grupo tomado como referencia ideal, seja nos demarcando de nosso grupo por referência a um grupo de estatuto superior."⁴



(BAUDRILLARD, 1970, p. 79)



Poltronas Sushi

⁴ "On manipule toujours les objets (su sens le plus large) comme signes qui vous distinguent soit en vous affiliant à votre propre groupe pris comme référence idéale, soit en vous démarquant de votre groupe par référence à un groupe de statut supérieur." (traduzido do francês por Fabio Parode)





Cadeira Vermelha



Poltrona Favela

Objetos como agenciadores de novas experiências, percepções, e comunicações



Sofá Banquete

Um dos macros fenômenos deste final de milênio, que tem levado a humanidade a questionar-se profundamente sobre a ética, é o amplo processo de exclusão social e a acelerada degradação do planeta. Processo esse que vem ocorrendo ao mesmo tempo em que a globalização e a lógica da cultura neoliberal vem se afirmando de forma mundial. As resistências a esse sistema, aos poucos vêm cedendo lugar a uma nova ordem. Alguns





designers expressam esse conflito, tentando dele extrair beleza, ordem, luxo. Esse é o caso dos Irmãos Campana.

A cultura pós-moderna é atravessada pelos efeitos gerados pela crise do sistema industrial (hipertrofia/exaustão). Esses efeitos traduzem-se como saturação dos mercados, acúmulo de resíduos das indústrias que permanecem e agredem o meio ambiente, etc. Entretanto, o próprio sistema industrial tem a necessidade de continuar a desenvolver-se, ou seja, de *produzir* novos mercados. A crise na pós-modernidade anuncia um período de recessão nas grandes economias do mundo que já se torna evidente no final de 2008.

Esse quadro define uma batalha permanente para construir novos referenciais simbólicos e pragmáticos que possam promover novos modos de consumo e também de produção. Talvez uma nova pedagogia do *gosto* esteja em vias de se constituir à partir da *crise*. Objetos que por sua estética estejam na vanguarda de um *outro tempo*, ou seja, objetos que promovam uma outra ordem de sentidos e comunicação. Esses objetos estariam, particularmente instigando-nos a uma outra relação com o tempo, e consequentemente, constituindo uma *outra duração* no ato de consumir. Exatamente em um momento da história do mundo capitalista em que o valor *ter tempo* e *ter espaço* se tornam adjetivos de luxo. É nessa perspectiva que percebemos o trabalho dos irmãos Campana. Há nessa proposição de design transformações estéticas que refletem mudanças nos signos que definem o luxo. Esses signos estão associados à relação do corpo com o tempo e com o espaço. Considera-se que o trabalho dos Irmãos Campana é potencialmente anti-massificação, e por isso, reflete o luxo apesar de extrair suas matérias significantes do meio mais pobre e simples da sociedade. Essa inversão seria própria da cultura, pois nela revela-se com frequência uma dinâmica antropofágica, de inclusão do que é periférico no seio da elite. Seu resultado, na perspectiva de um objeto campaniano,





é um amálgama entre forças que se opõem, mas também se complementam: um efeito de representação de ordem carnavalesca.

É nesse ponto que uma análise crítica da cultura, do design, das mídias que permeiam o consumo contemporâneo e suas tendências em sociedade se faz fundamental. Faz-se necessário identificar as estruturas subjacentes, os mecanismos e as condições de produção de subjetividade que estão na base do sistema que dá sustentação a essa ordem de criatividade e quais os estratos de resistências que evocam contra as políticas que se efetivam pela lógica da globalização. O trabalho dos Irmãos Campana instiga-nos a problematizar as condições de produção de determinados objetos, estilos e ritmos próprios da cultura contemporânea. A velocidade de consumo, assim com os estratos de violência, que emergem do sistema pós-industrial geram na sua processualidade social vetores estéticos carregados de uma determinada resistência simbólica. Até que ponto o trabalho dos Irmãos Campana estaria imprimindo, por sua lógica interna de representação, uma resistência à massificação? Qual o sentido desse movimento? Certamente aos olhos dos estetas é algo mais do que mero exotismo, pois as sincronidades dos fatos históricos desenham mudanças nas tendências da subjetividade coletiva.

Criatividade potencializada pela crise

A crise contemporânea que afeta o setor industrial tem exigido dos designers talento e inovação. Talento especialmente canalizado à criação ou recriação da imagem das empresas, comunicando outros sentidos, uma *outra* comunicação; e inovação, porque os desafios face à mudança de paradigma que vem se instaurando na cultura contemporânea são de ordem projetual com relação ao futuro. A questão para os empresários é: como sobreviver e continuar lucrativo diante de tais transformações éticas e estéticas que afetam o mercado como um todo? Já para a sociedade, a preocupação é





como manter a qualidade de vida no planeta sem afetar futuras gerações? Uma delicada equação surge desse confronto de interesses: de um lado o apelo ao aumento ao consumo, pois este funciona como motor gerativo de lucro na economia; de outro, um conjunto de vozes, uma outra comunicação, um novo discurso que vem se insuflando e criando o estrato cultural ao surgimento de um novo paradigma: o eco-sustentável.

A reflexão que propomos aqui questiona particularmente a produção de sentido através do design a partir de um campo epistemológico multidisciplinar, num regime complexo de relações entre o sócio-econômico, o estético e o político. Essa reflexão justifica-se na medida em que, numa época como a nossa, isto é, numa *tecnocracia neoliberal*, onde os princípios econômicos são preponderantes sobre todo o resto da cadeia de relações, um horizonte com perspectivas dramáticas, do ponto de vista humano e ecológico, está se configurando. Cientistas atestam que as reservas do planeta estão ameaçadas e o mundo está cada vez mais poluído, porém, o universo dos consumidores está cada vez mais pleno. Observa-se que os setores de construção de *shopping-centers* está em franca expansão, bem como, o da indústria automobilística que vem batendo recordes de venda diárias de automóveis. De fato, um certo esboço apocalíptico do mundo está sub-repticiamente sendo concebido, arquitetado por mega- industriais e políticos, de forma que um sistema global de produção e consumo, de caráter marcadamente elitista e individualista possa estar se estruturando como padrão, ameaçando o equilíbrio total do planeta. Esse padrão, diga-se, um padrão agressivo e capitalístico de relações entre os homens, em certa medida responde àquela dinâmica psíquica que Freud identificou como pulsão de morte ou *le retour du refoulé*. A busca de satisfação e abundância sem limites está ameaçando o equilíbrio do planeta e com isso toda possibilidade de desenvolvimento da espécie humana.





Nessa perspectiva, vemos o mundo hoje dividido em zonas de produção e consumo diferenciadas, mas sempre seguindo uma lógica de busca de satisfação associada ao máximo lucro: do consumo da alta à baixa qualidade dos bens de uso e da produção cara e especializada, à mão de obra barata terceiro-mundista. Nessa ótica, os indivíduos deixam de ser indivíduos e se transformam em meros *consumidores*, cujos perfis são estatisticamente mapeados, definidos, identificados; as regiões do planeta deixam de ser consideradas como locais onde haveria propriamente uma cultura ou já um modo de vida pré-existente com suas particularidades e riquezas, mas tornam-se, *zona de mercado* a ser conquistada, dominada, submetida, padronizada. Na maior parte dos casos reduzida à zona de consumo de Coca-Cola, Mc Donalds, Zara, Benetton, Shell, Malboro, Ford, Microsoft, Rolex, Cartier, Gucci, entre outros. Do primeiro ao terceiro mundo, um universo de relações sócio-econômicas e de poder se estabelece de forma concreta, como *projeto global*, como meta, como projeto de (*desenvolvimento sustentável?*) definido por entidades geopolíticas internacionais, tais como o FMI, a ONU, a OMC, etc. Essa lógica de relações geopolíticas, de divisão do mundo em mercados consumidores diferenciados atinge a sociedade como um todo.

Nesse contexto, tanto cientistas, quanto intelectuais e designers, são atores sociais importantes, pois eles estarão produzindo os conceitos, os objetos, os bens ou serviços que em certa medida estarão reagindo ou não à essa macro-estrutura, correspondendo às crenças ou valores estéticos, legitimando talvez o sistema, ou ao contrário, resistindo e produzindo rupturas ou fissuras por onde um novo agenciamento poderá emergir. Ora, se cultura pode ser considerada como agenciamento de *poder* através das estéticas que propõe, o design, por sua vez, é agenciamento de *projetos*, e nesse caso seria então *a arte de fazer projeto de design* em si que está em questão, ou seja, a escolha das estratégias e dos recursos numa perspectiva de processo, de *duração*, de economia e definição da





melhor forma a ser afirmada, a dimensão mais complexa e sofisticada do agenciamento do poder de transformação da realidade, em outras palavras, a arte e o poder do design? Qual a tendência que os intelectuais, os cientista, os artistas, e os designers estariam imprimindo hoje no mundo hoje? Que modelo cultural estariam eles reproduzindo e legitimando?

Considerações finais

A cultura contemporânea tem apresentado índices de esgotamento e saturação em vários sentidos, mas especialmente naqueles associados aos mercados industriais. Considerando-se os efeitos desse contexto nas práticas, tanto de arte quanto de design, com o presente artigo, abordamos o difícil problema das contradições e paradoxos dessas práticas na perspectiva de um capitalismo globalizado, de neoliberalismo. O propósito foi evidenciar certas contradições e tendências desse sistema que tende a tudo incluir, numa permanente busca de superação de seus limites. A fim de atingir tal objetivo, consideramos particularmente pertinente uma reflexão sobre o design de tipo autoral, onde citamos o caso dos Irmãos Campana. Afinal, o que se esconde por traz dessa lógica e desse discurso? Através de uma perspectiva mais crítica podemos revelar os mecanismos subjacentes que em sociedade se utilizam do design e da arte contemporânea como dispositivos de um possível *controle*, de distinção social e produção de grades, filtros de valor e, ao limite, de produção de hierarquia nas relações coletivas. Esses mecanismos através da arte e do design buscam sobremaneira, gerar novos conceitos, imagens e signos que no limite, podem estar simplesmente legitimando as contradições e perspectivas nefastas do sistema. Enfim, considerando-se a crise contemporânea do valor, questionamos os sentidos que certos atores sociais, entre eles os designers e os artistas estariam imprimindo no mundo e no nosso imaginário tendo em conta as dinâmicas macroestruturais do neoliberalismo. Ao questionar o trabalhos dos Irmãos Campana,





podemos refletir sobre as tendências e contradições da cultura pós-moderna exatamente num momento histórico de crise e de confrontação de seus limites.

Referências Bibliográficas

ADORNO, T., Horkheimer, M. *A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BAUDRILLARD, J. *La société de consommation*. Paris: Éditions Denöel, 1970.

BAUMAN, Z. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

DELEUZE, G. / GUATTARI, F. *O que é a filosofia?*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

MARCUSE, H. *L'homme unidimensionnel*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1968.

REICH, W. *La fonction de l'orgasme*. Paris: L'Arche, 1970.

Texto recebido em 26 de janeiro de 2009

Text received on January 26, 2009

Texto publicado em 01 de maio de 2009

Text published on May 01, 2009

