

modelos de ulm

hochschule für gestaltung ulm 1953 – 1968

modelos pós-ulm

1.10

Gui Bonsiepe | O discurso de *ulm*

A revista *ulm*, publicada no total em quatorze edições e vinte e um números, criou uma plataforma internacional para a HfG e permitiu à escola, por um lado, apresentar os resultados do ensino, do desenvolvimento e da pesquisa para um público profissional - e não apenas para ele - além de assumir, por outro lado, uma posição às questões centrais do discurso do design. Juntava-se ainda a isso uma função documentarista, por um lado, e uma reflexiva e crítica, por outro, orientada a problemas.

A história desta publicação pode ser dividida em duas fases, que se diferenciam não apenas no formato gráfico - de um formato quadrado maior e pouco prático para um formato A4 com layout de Tomás Gonda - mas também por seu conceito redacional. A primeira fase se estendeu de outubro de 1958 até julho de 1959 (números 1 a 5), a segunda fase de outubro de 1962 até março de 1968 (números 6 a 21). No início, a direção da escola era responsável pelo conteúdo da revista, mais tarde um conselho editorial foi formado por três, mais tarde por duas pessoas: Tomás Maldonado, a secretária de redação Renate Kietzmann e o autor deste artigo. Isso não significa que apenas duas ou três pessoas eram responsáveis pelo conteúdo editorial. Todos os docentes eram solicitados a contribuir com textos e materiais de forma a mostrar a variedade dos resultados de seu trabalho. O complicado e muitas vezes contra-produtivo processo das avaliações anônimas pelos pares não era adotado. O conselho editorial não se obrigava a este ritual da cientificidade, com suas vantagens e desvantagens.

Desde sua fundação a HfG Ulm encontrava-se sob a pressão contínua da legitimação. Não apenas se encontrava em uma posição expoente, mas se colocou aí intencionalmente, o que compreensivelmente provocava irritação. Naquela época, a oferta de publicações de design era limitada: em primeiro lugar havia o *Stile Industria* da Itália, o *Design* da Inglaterra, o *Industrial Design* dos E.U.A e a *form* da Alemanha. A noção de Gestaltung ainda não tinha-se desenvolvido no Design e o mesmo ainda não tinha-se degenerado no sentido de um acessório de estilo de vida, "design for fun" ou semelhante. Em uma situação onde a formação em design ainda se orientava somente na tradição da habilidade e onde a identidade profissional do designer ainda não estava clara, a revista *ulm* se constituía em uma exceção, já que era um dos únicos locais onde o tema design era tratado como tal, além de posicionado dentro de um contexto interdisciplinar. Com isso *ulm* almejava ir além de um "house organ" de representação de uma instituição, que sempre tende a correr o risco da probidade doméstica e da conformidade.

Com isso está determinado o campo de tensão por onde a publicação se movia internamente. Ela devia refletir a posição oficial da instituição, porém involuntariamente isso poderia transmitir a impressão de um caráter monolítico da escola. Esta leitura da Escola de Ulm - como da Bauhaus - é falsa. Não havia "uma" Escola de Ulm, como não havia "uma" Bauhaus, mas sim variantes e concepções heterogêneas que se tornam aparentes em análises precisos de textos. Todavia, se imagina que uma leitura esquemática simplista que pensa que com a palavra funcionalismo - um termo bastante problemático - explica tudo, fica oculta uma variedade cheia de nuances com suas divergências profundas. Há um consenso básico a respeito do papel cultural do design na sociedade industrial. Mas não há uma unanimidade sobre quais os pontos fortes que devemos enfatizar no ensino ou de como governar as relações entre design e as ciências. A acusação repetidamente formulada por críticos conservadores aos representantes da HfG, durante seus quinze anos de existência, de que a instituição se enfraqueceu por divergências internas pode nos parecer hoje em dia (e não apenas hoje) um sinal de sua força e produtividade. O fato de a revista ser internacionalmente orientada e que servia como plataforma a um discurso de design crítico e não conformista, devemos agradecer a Tomás Maldonado, a figura intelectual central da HfG, que estava por trás das inovações pioneiras do conceito de Ulm - um fato nunca reconhecido e que não poderia ser reconhecido devido a uma visão apenas local da HfG. De forma semelhante à Bauhaus onde a discussão se concentrou em algumas poucas pessoas, particularmente Walter Gropius e sua interpretação muito propagada da Bauhaus, onde outros protagonistas eram ofuscados, assim aconteceu com a HfG, mas com uma grande diferença: a história desta instituição ainda está longe de ser objeto de estudo intenso e avançado, como a Bauhaus que se tornou um ícone cultural. A revista *ulm*, mesmo sendo porta-voz de uma instituição, em sua segunda fase, trazia a marca indelével de uma pessoa, Maldonado, que fez de um "house organ" uma revista, que problematizava o design em todos os seus entrelaçamentos, sem cair nas repetições, sem compromisso. Com isso a revista *ulm* se tornou uma força polarizadora.

A grande variedade de temas abordados na revista pode ser testemunha deste papel, uma espécie de sismógrafo que reagia a questões culturais, tecnológicas, sócio-políticas e até certo ponto às artísticas. Uma vista aos sumários da revista revela os interesses intelectuais estudados pelos autores e docentes da HfG, o que os preocupava e o sentido de seu desempenho acadêmico e profissional. Poucas instituições de design se arvorariam a defender a tese provocante de que a função do designer de produtos não era a de promover a paz, mas a de causar a inquietação (Tomás Maldonado). O papel crítico do designer, promulgado em declarações deste tipo, ocasionalmente caía em conflito aberto com as opiniões prevalentes – pelo qual a instituição precisou pagar mais tarde um alto preço.

A linha editorial da revista foi claramente esboçada no número *ulm* 6 de outubro de 1962 por meio do uso de uma série de oposições: “O papel que daremos ao design neste mundo depende do modo com que compreendemos este mundo. Uma destas filosofias do design se identifica hoje com a HfG. Ela se deixa reconhecer – como todas as outras – pelo que ela afirma e pelo o que ela nega.

Ela afirma que na nossa sociedade, design deve ser reconhecido como um imperativo social e cultural – ela nega que o design seja glorificado como uma tarefa messiânica. Ela afirma que temos que chegar a termo, na prática, com as demandas de uma economia competitiva – ela nega que o design seja degradado a um simples argumento de política de vendas. Ela afirma o design como um instrumento de progresso técnico e científico – ela nega conceber o design como um objetivo técnico e científico em si mesmo. Ela mantém que ‘arte’ tem seu papel em alguns campos do design – mas recusa permitir que o design seja um substituto da arte. Ela afirma que, sob certas circunstâncias o design pode ser visto como um protesto contra a sociedade de consumo, mas rejeita a crença que podemos modificar esta sociedade simplesmente mudando as coisas que ela usa. Ela mantém que haja uma consciência crítica ativa, tanto no mundo da indústria de bens, como na indústria da comunicação, mas se recusa a que este fenômeno de nossa civilização técnica seja apropriado de forma resignada e passiva.

Uma filosofia de design certamente não se expressa exaustivamente pela mera enumeração dos seus pontos positivos ou negativos. Uma filosofia de design – também a filosofia de Ulm – é identificada por suas respostas positivas e negativas a certas questões, mais ainda pelas questões que deixa em aberto e mantém no debate.” (Tomás Maldonado)

Estas declarações tipo manifesto – que podem parecer aos cínicos de plantão, hoje meio ingênuas – revelam claramente uma faceta importante da HfG – a sua confiança em um racionalismo crítico operacional que estava distante de qualquer tendência a uma atitude auto-referente em design acoplado a uma atividade medial ou mesmo uma frivolidade medial. O conceito editorial de *ulm* se colocou transversal a posições pós-modernas tardias que – parafraseando Helmut Qualtinger – podemos descrever livremente: Pós-modernismo não sabe onde está indo, mas por isso chega lá mais rápido.

Graças a liberdade editorial era possível em uma revista de design ter um comentário sobre a Playboy, coexistir com uma resenha sobre um livro de sistemas construtivos, um comentário sobre um romance trivial alemão, estar ao lado de uma resenha sobre um livro de cibernética e um ensaio sobre as diferenças entre objetos de arte e objetos de design, conviver com uma análise das falhas da construção pré-fabricada. Tinham um grande espaço os textos sobre a formação em design com as explicações correspondentes aos resultados dos trabalhos do curso, incluindo projetos analíticos – por exemplo uma análise e a comparação de campanhas publicitárias de companhias aéreas.

Não é necessário se dizer que hoje esta revista trataria de outros temas típicos: sustentabilidade, inteligência artificial, virtualidade, desemprego, digitalização, globalização (acima de tudo seus aspectos negativos, se bem que o interesse em Porto Alegre superará o interesse em Davos). Proporia questões sobre o uso das tecnologias da informação ao invés de cair em uma euforia tecnológica. Se o apelo ao designer para “reconstruir o ambiente humano na nova era de um humanismo científico” (Tomás Maldonado) será compreendido hoje, isto já é outra questão.

A seleção cronológica a seguir de artigos, comentários e resenhas dos anos 1962 até 1968 servem de ilustração para o clima intelectual da HfG e da revista *ulm*.

- Tomás Maldonado, “Neue Entwicklungen in der Industrie und die Ausbildung des Produktgestalters”, em: *ulm*, 2, outubro de 1958, pág. 25–40. – Este artigo enfatiza o papel central do designer no contexto das inovações tecnológicas.
- Anthony Frøshaug, “Visuelle Methodik”, em: *ulm*, 4, abril de 1959, pág. 45–68. – Um apelo para o estudo racional do fenômeno visual: reticulados, redes. O design de informação se desenvolveu mais tarde a partir deste princípio.
- Tomás Maldonado, “Kommunikation und Semiotik”, em: *ulm*, 5, julho de 1959, pág. 69–78. – Na época em que a semiótica era ainda um termo exótico nas universidades alemãs, este artigo estabeleceu uma pedra fundamental e definiu o papel da semiótica como disciplina fundamental do design.
- Abraham A. Moles, “Produkte: ihre funktionelle und strukturelle Komplexität”, em: *ulm*, 6, outubro de 1962, pág. 4–12. – Uma contribuição fundamental para a interpretação da civilização técnico-industrial, na qual um número básico de conceitos teóricos são introduzidos no discurso do design.
- Tomás Maldonado, “Anstöße gegen das Behagen in der Designerziehung”, em: *ulm*, 6, outubro de 1962, pág. 14–20.
- Gui Bonsiepe, “Technische Fertigkeit und Politisches Bewußtsein” (Resenha de um livro de Harry Pross, *Vor und nach Hitler – Zur Deutschen Sozialpathologie*, Olten 1962), em: *ulm*, 6, outubro de 1962, pag. 23 e sg.
- Gui Bonsiepe., “Angebot und Nachfrage” (Comentário sobre um artigo de H.M. Enzensberger, “Das Plebiszit der Verbraucher”. *Analyse eines Warenkatalogs*), em: *ulm*, 6 outubro de 1962, pág. 27–29.
- “Für eine programmierte, experimentelle Malerei” (Manifesto de François Morellet, publicado em um brochura da Galerie Denise René e do Groupe de Recherche d’Art Visuel, Paris, de abril de 1962), em: *ulm*, 6, outubro de 1962, pág. 31 e sg.
- Gui Bonsiepe, “Information/Maschine/Bewußtsein” (Resenha do livro de Georg Klaus, *Kybernetik in philosophischer Sicht*, Berlin 1963), em: *ulm*, 7 junho de 1963, pág. 22–24.
- Tomás Maldonado, “Produktion ohne Konsum” (Comentário sobre uma conferência de George Nelson), em: *ulm*, 7 junho de 1963, pág. 26–28.
- Gui Bonsiepe, “Katechismus für Konstrukteure” (Resenha da VDI Richtlinie Formgebung technischer Erzeugnisse), em: *ulm*, 7, junho de 1963, pág. 28–31.
- Uma resenha que contesta a visão simplista típica do design por parte das ciências da Engenharia.
- Mauricio Kagel, “Zur neuen musikalischen Graphik”, em: *ulm*, 7, junho de 1963, pág. 33–35.

Um olhar sobre a história ainda não escrita sobre a formação em design, registra nos últimos oitenta anos uma série de escolas de design paradigmáticas com impacto internacional as quais a HfG também pertence. Atualmente, muitas das inovações no ensino e na análise metódica do processo do design da HfG, se tornaram senso comum e foram absorvidas pela educação em design e sua prática. Desta forma, a HfG Ulm teve sucesso e não foi um empreendimento fracassado.

Diferenças na influência de longo prazo das várias escolas de design resultam das constelações únicas de cada uma e são sujeitas a dinâmicas sócio-culturais que se desdobram muito além do alcance de seus protagonistas. Hoje em dia, o impacto e a influência de uma escola de design, não está mais definida por esta combinação de contingenciamentos, mas é direcionada para os investimentos em marketing com o propósito de adquirir uma posição de destaque – uma tendência que deve se fortalecer sobre tudo na onda da privatização da educação superior.

A falta de estudo compreensivo e sistemático sobre os princípios da formação em design na HfG Ulm e sobre como seus conceitos pedagógicos evoluíram, tem contribuído para a criação de mitos, tanto negativos como positivos. Não deve surpreender que posições de ambigüidade sistemática, que de vez em quando aparecem com gestos radicais encontravam – e certamente encontram – pouca simpatia pelo princípio racional da HfG Ulm. Este fato, entretanto não deve obstruir o encaminhamento da questão que a HfG fez uma vez sobre a Bauhaus: A HfG Ulm ainda é relevante nos dias de hoje?

Por que a HfG Ulm foi capaz de ter uma influência tão poderosa? Porque ela adquiriu o caráter de modelo, mesmo que as conotações normativas, eurocêntricas e universalistas deste termo devessem ser evitadas? Para responder a esta questão precisamos antes lançar luz sobre o contexto multifacetado dos anos 50, como caracterizado nas observações seguintes:

1 Não havia um perfil profissional preciso, que pudesse ser nomeado Design Industrial. Na área da língua alemã prevalecia o termo "Formgeber" (fazedor de forma). Não havia também um perfil profissional do que hoje é definido como design de informação. Falava-se de "gráfica comercial" ou de "gráfica aplicada".

2 O conceito da "Boa Forma" com suas conotações sócio-pedagógicas de educação estética funcionavam como ponto de orientação.

3 Os profissionais de design eram formados nas escolas de artes aplicadas, com uma imagem muitas vezes originada no século 19 ("arte aplicada"). Às aulas de projeto, particularmente a de trabalhos complexos, não era dada a importância central que merecia.

4 Na HfG esta distinção entre configuração e arte era evidenciada. Um título de livro como o "Design – die Eroberung des Alltags durch die Kunst" (Design – a conquista do dia a dia por meio da arte) era inaceitável, já que configuração do nosso dia a dia não tem que torná-lo mais artístico. Design é Design e mais nada.

5 Nenhuma outra escola de design integrou de forma tão extensa e explícita as disciplinas científicas em seu currículo, às quais dava importância central. A pesquisa em design ainda não existia nem mesmo como conceito.

6 A fundação da HfG Ulm ocorreu na fase de reconstrução de um país cuja infraestrutura havia sido destruída pela Segunda Guerra. Além disso, a fundação da HfG Ulm deve ser entendida como uma reação ao trauma do nacional-socialismo.

7 A situação política mundial foi determinada pela polarização entre dois blocos (os países socialistas e os países capitalistas).

Duas gerações mais tarde as temáticas e as ênfases se modificaram, por um lado, mas por outro surgiram novas temáticas que passaram a ser o centro das atenções:

1 A confrontação Leste-Oeste foi substituída por uma confrontação Norte-Sul, em parte entrelaçada com uma mistura explosiva de missionarismo religioso fundamentalista e um apetite por recursos naturais, onde direito internacional é manipulado de acordo com os critérios de conveniência e por isso deixado de lado, quando razão econômica – ou ser razão – o exige.

2 Foram criados a Comunidade Européia e blocos econômicos semelhantes em outras regiões (dentre outros o NAFTA no continente americano, o MERCOSUL na América do Sul). Em paralelo às instituições existentes (Fundo Monetário Internacional, Banco Mundial) estabeleceram-se novos centros influentes de poder como a Organização Mundial do

Comércio, cujas deliberações atingem a maioria da população, especialmente nos países periféricos, sem que a eles seja oferecida a possibilidade de um controle democrático.

3 As três liberdades hoje agrupadas sob o termo liberalização, a liberdade do fluxo de capitais, a liberdade de comércio, a liberdade de investimentos exigem uma revisão do que hoje ainda significa autonomia – especialmente autonomia de projeto – sem que possa ser banalizado ou ridicularizado como um resíduo de uma época pré-global.

4 A temática da globalização trouxe a questão do papel do design para o centro da sociedade industrial. A mistura da liberalização declarada de todos os mercados, incluindo a prestação de serviços das atividades de projeto, contrasta com a prática da proteção dos próprios mercados, onde os países centrais alcançaram o domínio com maestria.

5 A questão do esgotamento de recursos naturais e o desgaste do meio ambiente (a “mochila ecológica”, os “ecológico footprints”, o desenvolvimento sustentado) tomaram o lugar do aumento da produtividade.

6 A HfG Ulm se concentrou na materialidade dos objetos, deixando de lado a dimensão simbólico-comunicativa, ou no mínimo não lhe dando a importância central que lhe foi dada mais tarde.

7 Nos dias de hoje as inovações tecnológicas e industriais em forma de digitalização e da indústria da computação afetam de modo crescente todos os aspectos da vida; ela influencia o conteúdo e o método da atividade de design e contribui para o surgimento de novos perfis profissionais e campos de trabalho na área do design.

8 Ao invés da competição se estabeleceu a discussão pela hegemonia do mercado, ocasionalmente forçada por ameaças militares ou de intervenções.

9 Dos designers de hoje não se esperam soluções, mas estratégias para soluções.

10 Além disso, o espectro diferenciado de oferta de cursos em design propõe uma escolha ampla de cursos programaticamente diversos. A formação em design se consolidou, o que não quer dizer que com isso todas as questões concernentes estão resolvidas. Acima de tudo no que se refere à Teoria do Design ou à Pesquisa do Design ainda há grandes déficits, e no que concerne às questões dos fundamentos do design, seus conteúdos e sua comunicação, ainda permanecem consideráveis divergências.

É contra este pano de fundo de contexto em mudanças profundas que a questão da relevância da HfG Ulm se coloca e deve ser respondida, mesmo que de forma preliminar, já que uma análise detalhada extrapola o âmbito deste artigo.

O que tornava a HfG Ulm moderna? Na resposta a esta pergunta as posições divergiam – apesar de tudo há algo mais importante do que o simples gosto por formas arredondadas em oposição a formas retas e cantos vivos.

A HfG Ulm aceitou a indústria como um substrato da sociedade contemporânea e valorizava a indústria e a tecnologia como fenômenos culturais.

A HfG Ulm focava sua atenção na relação entre design e sociedade, uma relação que não estava livre de contradições.

A HfG Ulm aceitava a ciência como foco central de referência para o design e a formação em design. Adicionalmente a HfG Ulm insistia na pesquisa no campo de design – com uma orientação experimental de forma a criar um corpo de conhecimento específico para a área.

A HfG insistia em fazer do design uma disciplina autônoma e rejeitava as tentativas de outras áreas de se apropriar do design ou incluí-lo como uma subcategoria.

A HfG não se fixava em objetos individuais mas em sistemas de objetos e em programas de design, isto é, não se concentrava na luminária do designer estrela mas na área em que se utiliza lâmpadas, a da iluminação.

A HfG Ulm não se aproximava lateralmente aos problemas, mas se posicionava ao lado das soluções – em outras palavras se recusava a se engajar em uma dança discursiva e teórica à volta dos problemas.

Se bem que a HfG Ulm considerava a Semiótica como disciplina básica para a formação em design e tenha iniciado estudos nesta área, ela teria se oposto à supervalorização desta dimensão ou mesmo lhe dar autonomia no que se refere ao design. Como é conhecido, nos anos 80 e 90 o caráter de signo dos produtos adquiriu gradualmente um status de “prima-dona”. Além disso dentro desta popularização estética do design este foi reduzido do seu significado simbólico para “algo engraçado”, “uma experiência” ou “o maior barato”. Este processo atingiu o seu ponto alto na “botiquização” do design. Isso é uma das razões para a tendência de se ver o design como um fenômeno superestrutural que se encaixa nas categorias das estruturas da história da arte e da teoria da arte. O discurso de design resultante desta visão dificilmente irá além de uma decodificação de signos. Este tipo de visão teórica deixa de ver que o design tem haver com tecnologia, indústria e economia, ou seja dura materialidade. No que concerne a prática profissional, a redução do design à dimensão de signos e símbolos promove uma imagem do designer como um inspirado e criativo “outsider” da indústria, um embelezador da feiúra industrial, um moderno fazedor de signos ao invés do antigo fazedor de formas, e acima de tudo a imagem de um criador de uma nova e separada categoria de objetos, os “objetos de design” caros, fora de série, elitistas, enfim “de design”. Também na formação em design esta tendência encontrou seu ninho, onde o clichê do design como um curso fácil, divertido, de “moda”, com muito “hip” e “hop”, e que não exige muito esforço do estudante se estabeleceu.

Este processo foi sempre reforçado com a cooperação maléfica dos designers, à medida que delegavam o discurso do design e com isso contribuíram para desqualificá-lo. Este reconhecimento crítico não deve induzir a falsa interpretação, como a de que o discurso do design deve ser reservado aos designers, ou a de que contribuições informativas e valiosas distantes do discurso de design não devem ou não podem ser propostas. Apenas quando adotam uma postura normativa elas devem ser examinadas com base em sua legitimidade, especialmente quando sob a fachada da falta de cânones, um novo cânone se oculta, o cânone da arbitrariedade, que às vezes vai tão longe a ponto de acusar os não arbitrários de autoritarismo.

Os princípios acima mencionados da HfG Ulm, uma instituição que possuía nos anos 50 e 60 o caráter de vanguarda e progressista, são hoje, como já foi dito, largamente absorvidos no ensino e na prática profissional de tal forma que não seria mais vista como excepcional. Os contornos se diluíram e opositores antigos se uniram. Assim, na visão do estabelecimento de posições afirmativas em todas as suas variações a questão fundamental se manifesta: O que oferece, de todo, o modernismo ainda em atratividade? A resposta é, como sempre: Trata-se da promessa de autodeterminação, a redução de controle heterônomo, a redução de poder sobre os outros em qualquer forma, imperativa ou outra, já que o poder pode, e é exercido também pelo design. Em termos da teoria das idéias a HfG Ulm seguia a tradição do esclarecimento, um movimento que não perdeu nada em relevância. Para se convencer disto basta um olhar sobre a situação política global atual. A época atual não sofre de muito, mas de pouco esclarecimento.

A nível sócio-político, a HfG Ulm manteve sua relevância e atualidade. Com respeito ao conteúdo do design, por outro lado, existe hoje um panorama bem amplo, que em última instância se deve à digitalização. A informática e a indústria da computação não apenas oferecem novas ferramentas para a rápida visualização de conceitos de projeto e sua rápida transformação em modelos tridimensionais ("prototipagem rápida") mas também abriu novos campos para o design, particularmente na área das novas mídias, i.e. internet com "networking", "e-commerce" (comércio eletrônico), "e-learning" (ensino eletrônico), "e-mobilization" além de intranets e cd-rom. Dentre outras, estas áreas tornam possível utilizar o design como ferramenta cognitiva para a apresentação e comunicação de conhecimento, com possibilidades de no futuro também servir como ferramenta para a produção de conhecimento, já que a qualidade de uma pesquisa depende não das respostas mas da perspectiva na qual as perguntas são feitas. Há cinquenta anos atrás, estas coisas não podiam ser imaginadas nem em nossos sonhos mais loucos.

Na futura história do design os efeitos da cisão de época entre as fases pré-digitais e digitais serão provavelmente objeto de uma investigação. A HfG Ulm pertence à fase pré-digital da história do design, mesmo que "in nuce" fortes afinidades com fase digital podem ser identificadas – mas isso não significa no retrospecto que as tecnologias digitais tenham sido antecipadas em Ulm. As afinidades se manifestaram em primeira linha nos exercícios do curso básico, que foram dirigidos a produzir figuras contínuas de elementos descontínuos. Os elementos utilizados nos exercícios de retícula na época, poderiam corresponder aos

atuais pixels. Os designs que na época levavam muito tempo para serem produzidos (em guache e cartão de alta qualidade) podem hoje ser produzidos digitalmente de forma muito mais rápida. A digitalização também abriu uma perspectiva fascinante para o design em mídia baseada no tempo, como a animação interativa e a visualização de processos. Com isso hoje em dia, os exercícios no curso básico de design – se quisermos permanecer com este conceito – se concentrariam mais em cultivar uma conscientização do detalhe e no treinamento de competência em processos de geração da criação de forma – i.e. algoritmos de design – o que era o caso nos tempos pré-digitais.

Como é sabido, a HfG Ulm experimentou conceitos diferentes para seu curso básico. O curso básico, inicialmente de um ano, que era mandatário para todos os quatro departamentos (Design de Produtos, Comunicação Visual, Construção Industrializada e Informação) foi reorganizado mais tarde em termos das diferentes disciplinas e finalmente foi dissolvida como unidade pedagógica. Porém a legitimidade da idéia básica de usar exercícios, especialmente elaborados para treinar a competência formal e estética na área de design, nunca foi colocada em questão. Com a invisibilidade do design (uma alusão a uma exposição com o título "Design é invisível", 1980) não há o que fazer. Até aqui não houve um conceito de formação que contorne a materialidade da estética, mesmo que as disciplinas dedutivo-científicas freqüentemente as comparem de forma altamente desconfiada e ingênua com arte e criatividade. Os exercícios no Curso Básico se concentraram exclusivamente nos aspectos visuais das duas ou das três dimensões. Hoje elas seriam expandidas incluindo a dimensão auditiva (sound design) assim como a combinação de imagem e som no fenômeno da interação, os novos parâmetros e conteúdos de design dos quais trata o estudo do audiovisual em nível analítico. Como é conhecido, a HfG Ulm oferecia somente uma graduação, e não um mestrado, sem falar em um doutorado. Nos dias de hoje, a aproximação formal ao modelo anglo-saxão 3-5-8 (três anos para o bacharelado, cinco anos para o mestrado, oito anos até o doutorado), predominante na Europa e particularmente na Alemanha, torna a questão da especialização na formação em design (especialistas sem "especialismo") praticamente irrelevante. Como é conhecido, o mestrado serve a um aprofundamento da área de estudo escolhida. Felizmente, a imagem antes exagerada do designer como coordenador – seu contraponto atual a do "conceitualizador" – se provou insustentável no decorrer dos anos, e evoluiu para a mais modesta e realista concepção do design como uma atividade integrativa.

Teria sentido se pensar hoje em recriar uma nova e atualizada versão da HfG – livre de qualquer nostalgia naturalmente – particularmente tendo em vista as mudanças radicais no contexto político e tecnológico-industrial descrito acima? Provavelmente não, pela razão de que faltam as condições políticas para isso, mas com uma exceção: que um novo tipo de instituição de nível superior seja inventada, onde às categorias do design seja dada o local apropriado, onde elas sejam organizadas em torno dos problemas e não das disciplinas.

Certamente não é coincidência que as duas mais influentes instituições na formação em design (a Bauhaus e a HfG Ulm) tenham se movimentado fora de estruturas acadêmicas. O design é uma área de atividade e de conhecimento que não se enquadra nas estruturas tradicionais das universidades com seus cursos orientados para disciplinas, e sua inserção se transforma em um remendo, mesmo que utilizável, na melhor das hipóteses um remendo no qual o potencial do design não se desdobra inteiramente. O que torna o design interessante e difícil como objeto de um discurso é seu caráter híbrido e paradoxal: Como atividade ele inclui ingredientes imprescindivelmente discursivos e depende de uma base discursiva implícita, mas se manifesta por meio de um resultado não discursivo. Um design não pode ser encapsulado discursivamente – um aborrecimento e uma pedra no caminho para uma consciência meramente reflexiva, que por se fixar apenas em um nível reflexivo, é incapaz de dar o salto para o mundo operativo da consciência.

Um contexto livre do peso das instituições tradicionais poderia também possibilitar a atividade indispensável da pesquisa em design, começando da perspectiva do design e não dos critérios acadêmicos artificiais e suas áreas de interesse desidratadas. Este novo tipo de escola de design não se limitaria, certamente, a um contexto nacional, pois será operacional apenas em um nível internacional. Somente um corpo docente e de alunos composto por membros de culturas diferentes podem oferecer a diversidade necessária e estimulante a um programa de ensino e a um ambiente de aprendizado. Deve-se creditar a Max Bill ter insistido em um estágio inicial, que professores estrangeiros, os conhecidos como “exóticos”, fossem engajados em uma instituição de ensino superior alemã, o que valeu a HfG Ulm, à parte de seus muitos alunos estrangeiros, um caráter internacional e que era um dos motivos de sua influência mundial.

Talvez no futuro, as fronteiras entre design e ciência se diluam; não se trata, como nos tempos da HfG Ulm, de uma cientificação do processo de design, como sempre interpretado, ou da inclusão de conhecimentos científicos no design de sistemas complexos, mas de uma nova ciência enriquecida pela categoria do design. Ao invés de se observar o design da perspectiva da ciência, poderíamos reverter a perspectiva e apropriar da ciência do ponto de vista e com os critérios do design, o que é uma especulação arriscada, o que não diminui sua plausibilidade. Sobre um fundamento novo conseguido em um passo quântico institucional, a ambição da HfG poderia ser atingida, a de que o design fosse colocado no centro nervoso da sociedade. Por não podermos afirmar que esta meta tenha sido atendida, podemos descrever a fase atual “pré-história do design”.