

Gustavo Amarante Bomfim

*Idéias e Formas
na História do Design:
uma investigação
estética*

*Editora Universitária
João Pessoa
1998*

AUH 2502

SEMINÁRIOS 1,5,6

720/76

90

Um estudo sistemático do relacionamento entre design e estética supõe a definição de um instrumento de trabalho que possa ser aplicado tanto em uma análise histórica, como em uma síntese programática. A construção desse instrumento pode seguir dois caminhos preferenciais: ou o design (praxis) é o ponto de partida para se estabelecer a relação design - estética, onde essa ciência seria então integrada como exemplo de outras ciências (economia, ergonomia, etc.) que podem fundamentar a praxis, o que caracteriza um processo indutivo; ou a estética é o ponto de partida para a integração com o design que, nesse caso, se tornaria um dos possíveis objetos de estudo da ciência, através de um processo dedutivo. Os dois caminhos apresentam obstáculos: no primeiro caso a estética seria considerada de modo muito superficial, como se o objetivo fosse criar uma "estética do design", o que, na realidade, não pode existir sem a tutela de uma estética geral. No segundo caso seria necessário analisar as diversas teorias que compõem a estética para, posteriormente, aplicá-las ao caso específico do design, tarefa que está além dos limites deste trabalho. Esses obstáculos motivaram a concepção de um compromisso entre as duas possibilidades. Design e estética serão estudados separadamente para a fundamentação de uma síntese posterior.

(3)

Design (to design) do latim "designare" - "de" e "signum" (marca, sinal) significa desenvolver, conceber. A expressão design surgiu no século XVII, na Inglaterra, como tradução do termo italiano "disegno", mas somente com o progresso da produção industrial e com a criação das "Schools of Design", é que esta expressão passou a caracterizar uma atividade específica no processo de desenvolvimento de produtos. Atualmente, "industrial design" vale como conceito internacional para design industrial ou desenho de produto, "industrielle Formgebung" (alemão), "esthétique industrielle" (francês), "diseño industrial" (espanhol), "technitscheskaya Estetika" (russo), etc.

Para evitar a repetição desnecessária do adjetivo "industrial", nesse trabalho será utilizado somente a expressão "design" como referência ao processo de configuração de produtos industriais.

Este capítulo trata da definição de design (3) e essa tarefa será realizada através de dois meios. No primeiro deles serão consideradas as definições que se encontram na bibliografia oficial, em estatutos de organizações, em anais de congressos, seminários, etc. Estas definições variam de acordo com os contextos sócio-econômico-políticos e temporais em que foram criadas. São, portanto, definições formais, ou seja, convenções que têm validade limitada a um determinado espaço histórico e geográfico, ainda que muitas vezes sejam utilizadas como se fossem universais: Não é por outro motivo que definições oriundas de organismos nacionais ou internacionais são frequentemente vagas e abrangentes, pois quanto maior é sua precisão, menor será sua aplicabilidade e legitimidade. No segundo caso pode-se definir design com auxílio de modelos que representem os fatores e relações mais significativos dessa atividade. Nesse caso a compreensão do design resulta de uma visão dinâmica, tal como num filme, que produz a sensação de continuidade, embora de fato seja uma sucessão de imagens estáticas.

Os dois caminhos não são excludentes e sim complementares, pois se no primeiro o ponto central é o conteúdo do design, no segundo, o que ganha relevo são os fatores que condicionam essa atividade, moldando-a de acordo com circunstâncias particulares.

O modelo será construído gradativamente através da análise de quatro definições formais. Essas definições foram escolhidas através de dois critérios: o critério da generalidade, que as definições do ICSID (International Council of Societies of Industrial Design), ao menos hipoteticamente, pretendem alcançar; e o critério da particularidade do design em relação

a contextos sociais, políticos, econômicos e ideológicos definidos. Neste caso foram consideradas entre outras possibilidades uma definição de Tomas Maldonado, no contexto da República Federal da Alemanha, e outra de Martin Kelm, representando a extinta República Democrática Alemã.

"Um desenhista industrial é uma pessoa que se qualifica por sua formação, seus conhecimentos técnicos, suas experiências e sua sensibilidade visual no grau de determinar os materiais, a estrutura, os mecanismos, a forma, o tratamento superficial e a decoração de produtos fabricados em série por meio de procedimentos industriais". (4)

(4)
ICSID, 1957
In: *Industrial Design an International Survey*
UNESCO/ICSID, 1967
Pag. 3

"O desenho industrial é uma atividade no extenso campo da inovação tecnológica. Uma disciplina envolvida nos processos de desenvolvimento de produtos, estando ligada a questões de uso, produção, mercado, utilidade e qualidade formal ou estética de produtos industriais". (5)

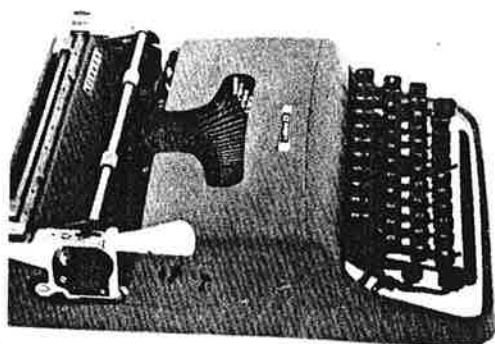
(5)
ICSID, 1973
In: *Design for Industrialization*
UNIDO/ITD 353, 1975
Pag. 2

"O desenho industrial é uma atividade projetual que consiste em determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Por propriedades formais não se entende apenas as características exteriores, senão, sobretudo, as relações funcionais e estruturais que fazem com que um produto tenha uma unidade coerente do ponto de vista, tanto do produtor, como do consumidor". (6)

(6)
Maldonado, T.
Aktuelle Probleme der Produktgestaltung
1963

"... por desenho industrial se entenderá neste caso um processo de formação estética que em colaboração com a ciência, a tecnologia, a engenharia e outras disciplinas se integra na preparação e desenvolvimento dos produtos e conduz à otimização dos valores de uso,

(7)
Kelm, M.
Produktgestaltung im Sozialismus
Berlin, 1971
Pag. 12

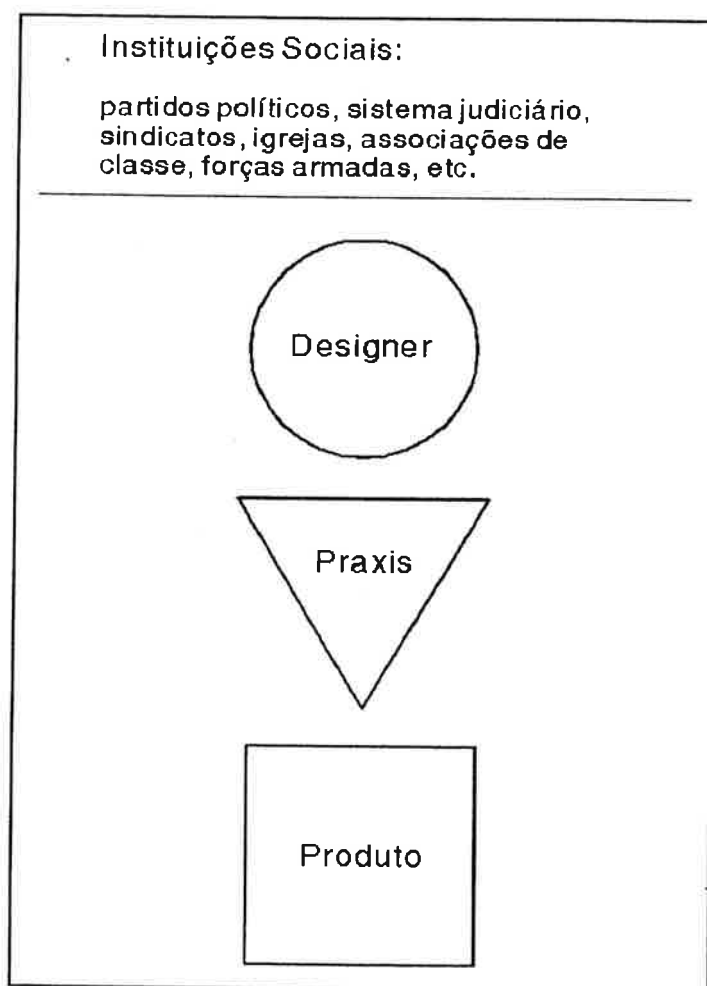


Fotos 1 e 2
As máquinas de escrever "Lettera 22" (design de M. Nizzoli, 1950) e "Lettera 10" (Design de M. Bellini, 1978) mostram a evolução histórica do conceito de design na empresa Olivetti para princípios técnicos praticamente idênticos.

Figura 1
Processo de Configuração

segundo exigências técnico-econômicas da produção industrial socialista". (7)

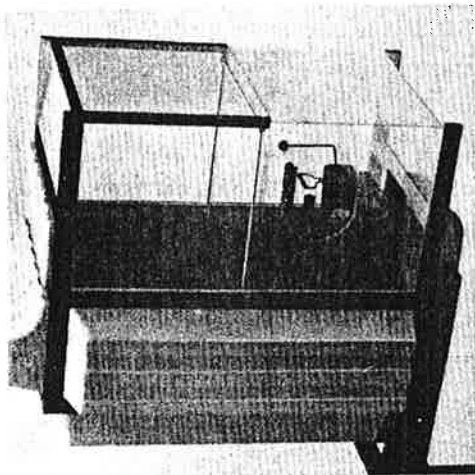
A lista de definições poderia ter continuidade, mas através destes exemplos é possível concluir que o design é uma atividade que tem como objetivo a configuração de produtos industriais. Resta, contudo, indagar como e o quê se configura.



O design, do mesmo modo que qualquer outra atividade do processo extremamente complexo e dinâmico do trabalho social, é orientado por um conjunto de objetivos de natureza política, ideológica, social, econômica, etc., que são determinados pelas instituições sociais, ou seja,

2. Relacionamento entre Design e Estética

2.1 Design



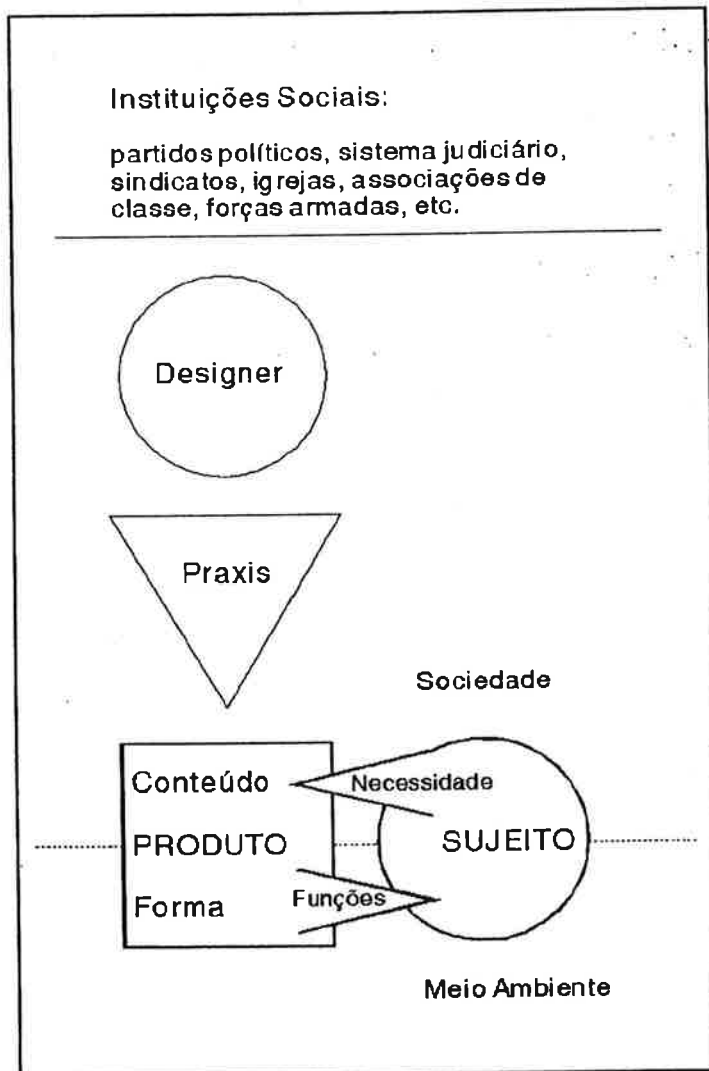
Fotos 3 e 4

A versão funcionalista do design foi privilegiada nos anos 60 tanto na República Democrática Alemã, como na República Federal da Alemanha. A contribuição sócio-econômica do design se diferenciou, no entanto, na natureza dos produtos que mereceram maior atenção dos profissionais. Protótipo de uma cabine de guindaste (design de G. Boettcher, RDA) e automóvel "Autonova" (design de M. Conrad, F. B. Busch e P. Manzoni, RFA).

Figura 2
Processo de Utilização

partidos políticos, sindicatos, associações de classe; enfim, pelas organizações que em determinada sociedade possuem e exercem poder, legítimo ou não. Esses objetivos dizem respeito a uma ou muitas estratégias de desenvolvimento, que caracterizam o processo histórico da sociedade na realização de suas utopias. Nesse processo as utopias têm um duplo significado: de um lado elas são o objetivo distante a ser alcançado (ideal), de outro, são o anúncio do possível (real).

objetivos



Para qualquer sociedade os produtos,
independente de suas características

2. Relacionamento entre Design e Estética

2.1 Design

(8)

Como exemplo deste fato pode-se comparar as opiniões sobre a função do design de Raymond Loewy e Tomas Maldonado que, embora antagônicas, são coerentes com os contextos sociais e políticos em que foram expressas:

"A crise econômica na América em 1930 foi o berço do "styling", uma nova maneira de design, cuja influência na atualidade ainda é perceptível. O Bauhaus, seus seguidores e colaboradores foram desde o início contrários ao styling, especialmente contra seu oportunismo comercial, sua indiferença aos valores artísticos e culturais. Contudo, o problema não é simples: os estilistas criaram também produtos que tiveram que ser aceitos pelos partidários do Bauhaus. Estilistas como Henry Dreyfuss ou Walter Teague foram, em parte mandados ao inferno, em parte glorificados. Apenas sobre Raymond Loewy parece haver consenso em condená-lo ao inferno."

Maldonado, T.

Neue Entwicklung in der Industrie und die Ausbildung des Produktgestalters.

In: Ulm No. 2/Out. 1958

Pags. 29 e 30

"Sempre há um crítico de arte encastelado em sua torre de marfim clamando por cruzadas contra pobres designers, que ele culpa de vulgaridade, baixeza e prostituição estética, o que é indigno para um homem que honra sua profissão. Gostaria apenas de saber o que um designer na opinião dessa gente deveria fazer. É preciso décadas para educar a massa no reconhecimento e valorização das formas mais simples, bonitas e objetivas. Está comprovado que a opinião pública não aceita de modo algum aquelas formas criadas através da objetividade. Os poucos que se identificam com sua época representam no máximo uma percentagem ínfima do mercado consumidor. Novamente, o que pode fazer um designer? Será que ele deve desenvolver modelos para seus empresários que não serão fabricados, que o leve à falência e desempregue dezenas de milhares de operários e funcionários? Será que não é de interesse de todos des acostumar o público lento mas definitivamente do cromado, sem que este o perceba? Meus clientes, meus sócios e eu temos perseguido constantemente este objetivo. Mas deixe-nos a possibilidade de alcançá-lo de modo sistemático!"

particulares, são instrumentos para a realização da utopia, através da realização dos indivíduos ou parte deles em seus relacionamentos com outros indivíduos (sociedade) e com seu contexto material e temporal (meio ambiente). A atividade do designer é, portanto, dependente das diferentes estratégias traçadas pela sociedade institucionalizada para a realização de seus membros(8).

As diferentes atividades que formam o trabalho social para a realização da utopia são orientadas por um conjunto de valores. Assim, por exemplo, no relacionamento prático entre um indivíduo e seu meio ambiente material os objetos serão avaliados pela sua eficiência na satisfação de necessidades práticas, o que se refere ao valor objetivo (o útil, o funcional, etc.). Os atos e atividades no relacionamento entre indivíduos serão avaliados por critérios éticos (o bem, o mal). Da mesma forma, na percepção estética do meio ambiente e das atividades humanas, haverá o belo, o trágico, etc., isto é, critérios estéticos e assim por diante. A legitimação dos objetos e fatos (real) que são portadores de valores positivos (ideal), ou seja, aqueles que contribuem para a realização da utopia, é resultado da confrontação de interesses dos diferentes grupos que formam o todo social. Após a legitimação desses interesses são transformados em leis, normas ou critérios que passam a reger, orientar e avaliar as diferentes formas de relacionamento e trabalho da sociedade.

Um produto é uma unidade entre forma e conteúdo. O conteúdo se refere aos aspectos "internos" do objeto, isto é, aos elementos e relacionamentos que caracterizam sua natureza. A forma é o "externo" dos objetos, ou seja, a estrutura visível, resultante de elementos como

Loewy, R.
Haesslichkeit Verkauft sich Schlecht
Duesseldorf, 1953
Pag. 154

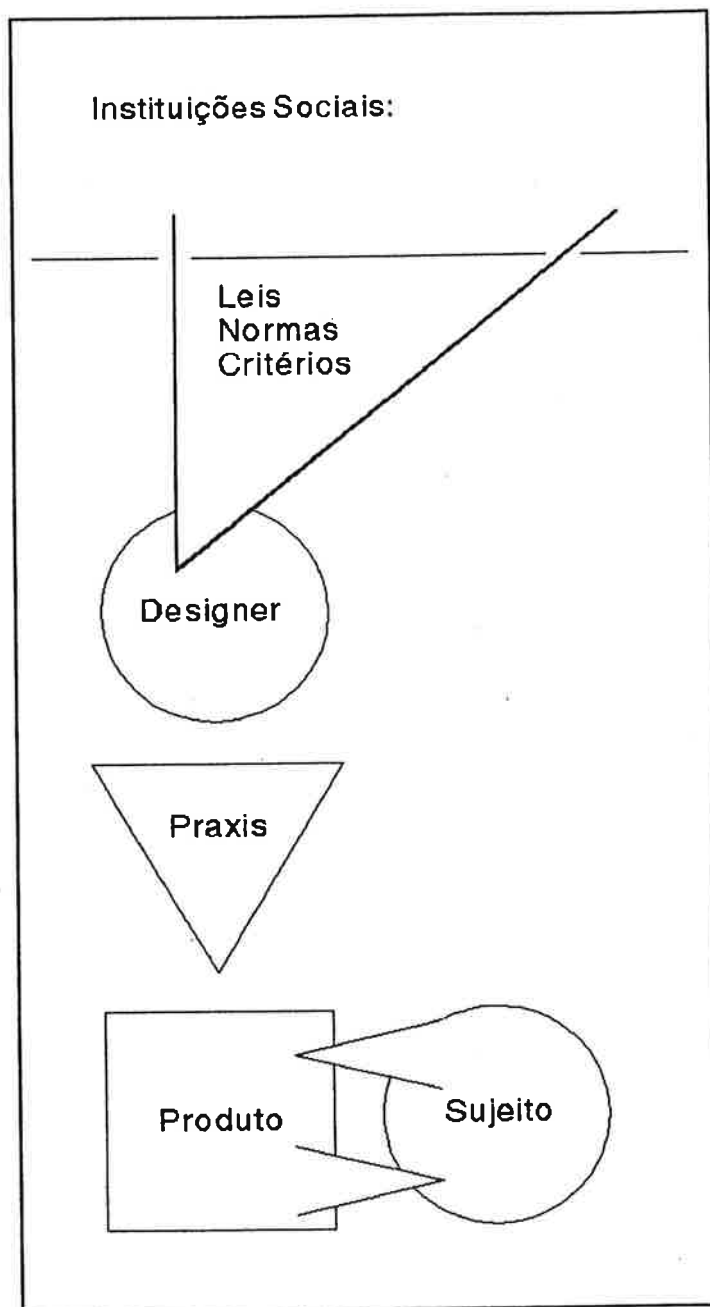


Figura 3
Processo de Legitimação

cor, superfície, proporções, textura, etc. Forma e conteúdo são indivisíveis e dependem dos seus processos de produção e utilização. No processo de produção há distintos fatores a se considerar, como custos, as possibilidades tecnológicas de fabricação, os materiais, problemas com estoque, embalagem e distribuição, o atendimento de leis e patentes, etc. No processo

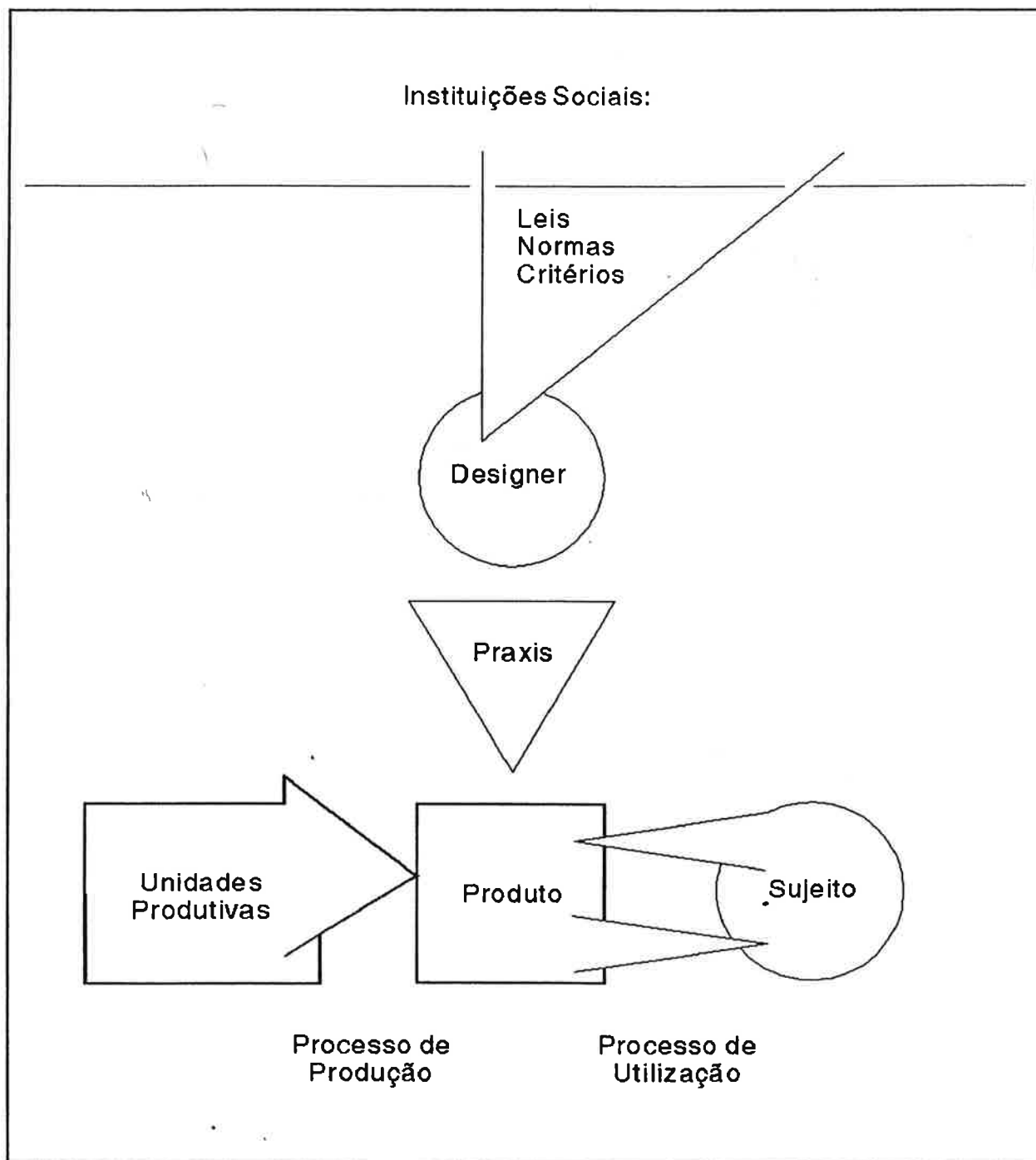


Figura 4
Processo de Produção

de utilização há outros fatores, tais como o funcionamento do produto, sua adaptação ao uso, as possibilidades de manutenção, conservação e limpeza, etc. Há ainda problemas gerais, como o efeito da produção e utilização

de produtos sobre o meio ambiente e a sociedade, que devem ser levados em conta.

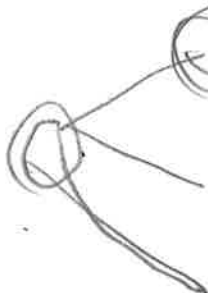
A aplicação da totalidade de objetivos estabelecidos pela sociedade que se traduzem através de leis, critérios ou normas é intermediada pelo conhecimento teórico. Esse fundamenta a prática quando a precede e a critica quando a sucede. A controvérsia entre os que afirmam existir uma teoria autônoma do design e aqueles que acreditam que essa teoria não passa de um conjunto de conhecimentos subtraídos das ciências clássicas, permanece sem solução e não será tematizada no âmbito deste trabalho. (9)

(9)

Maser, S.

*Einige Bemerkungen zum Problem einer
Theorie des Designs
Braunschweig, 1972*

A análise das definições anteriormente apresentadas permite as seguintes conclusões:

- 
1. Design é essencialmente uma praxis, que se ocupa da configuração de produtos industriais;
 2. essa praxis é acompanhada de teorias, que têm duas funções: a fundamentação e a crítica, e
 3. teoria e praxis são partes de um mesmo processo, cujo desenvolvimento objetiva uma situação ideal, pré-determinada por valores que almejam uma utopia.

No modelo há quatro planos distintos:

1. O plano da ideologia ou filosofia, onde são definidos os objetivos, os valores e a política para o desenvolvimento da sociedade em direção à utopia. Esse plano corresponde à sociedade institucionalizada.
2. O plano do conhecimento teórico, isto é, os instrumentos necessários para viabilizar os objetivos e a política no campo do real. Esse é o plano das ciências.

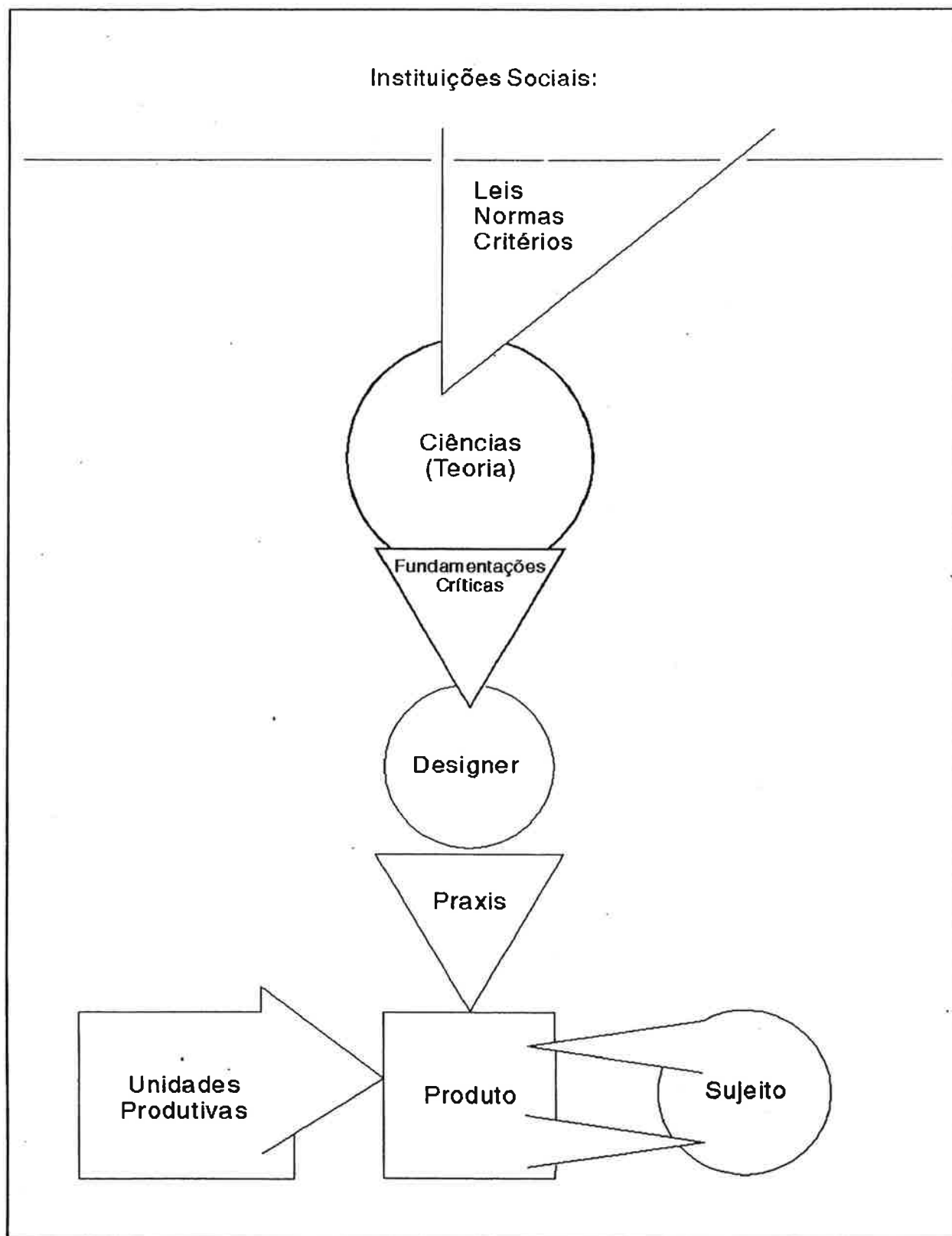
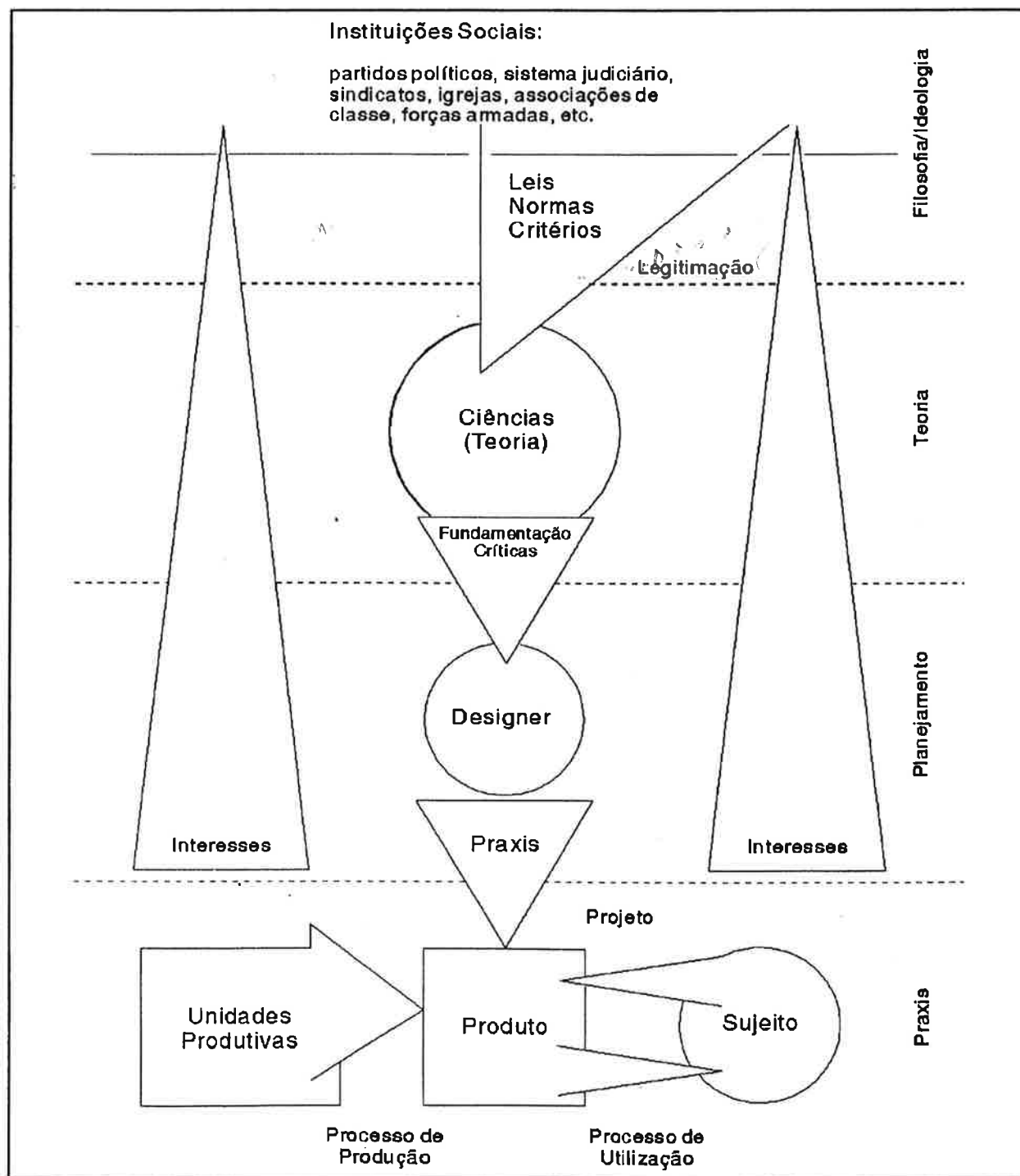


Figura 5
Processo de Fundamentação

3. O plano do planejamento, ou seja, a aplicação de conhecimentos de diversas áreas na solução de problemas específicos e concretos.

4. O plano da praxis, através da qual uma parte da realidade efetivamente se modifica.

Figura 6
Processo do Design: Modelo Geral



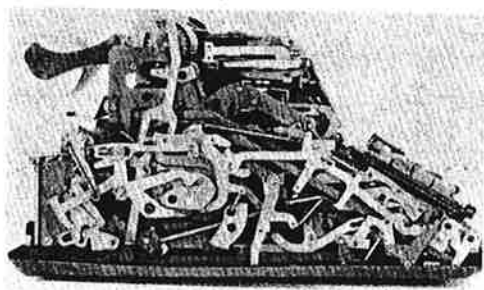


Foto 5
No nível objetivo a forma de um produto é definida pelo seu funcionamento prático. Mecanismo da "Divisumma 24" da Olivetti.

Neste trabalho é de especial importância a análise da relação entre produto e usuário, pois é nessa relação que ocorre a percepção e a avaliação estética. Do ponto de vista metodológico, há pelo menos quatro níveis distintos de análise do relacionamento entre as necessidades de um usuário e as funções de um produto:

1. O nível objetivo, quando a análise se concentra sobre as funções práticas ou objetivas, ou seja, a performance técnica de um produto sem a consideração de um usuário específico. Nesse nível a forma do produto só tem interesse enquanto meio para a realização das funções práticas.

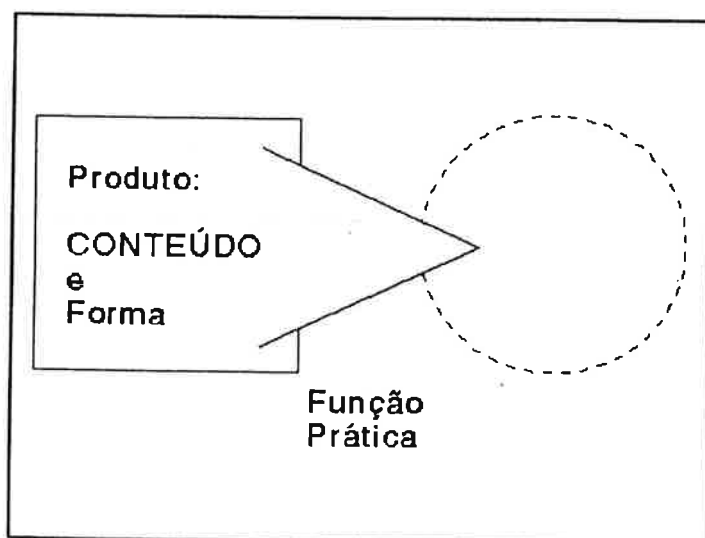


Figura 7
Aspectos objetivos do Processo de Utilização

2. O nível bio-fisiológico, quando as funções práticas e o processo de utilização são igualmente considerados. Nesse caso a forma do produto é desenvolvida de modo a otimizar a eficiência das funções práticas tendo em vista as características bio-fisiológicas de um sujeito-tipo determinado estatisticamente.

Figura 8
Aspectos subjetivo-biofisiológicos do
Processo de Utilização

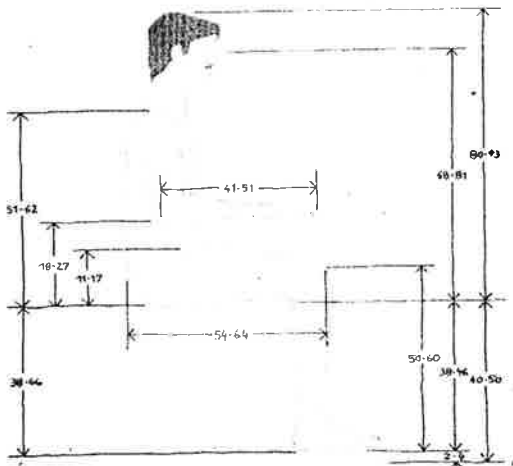
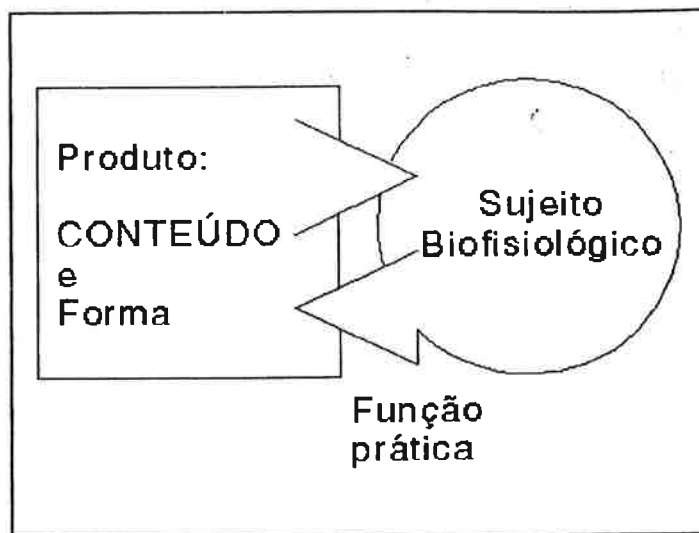


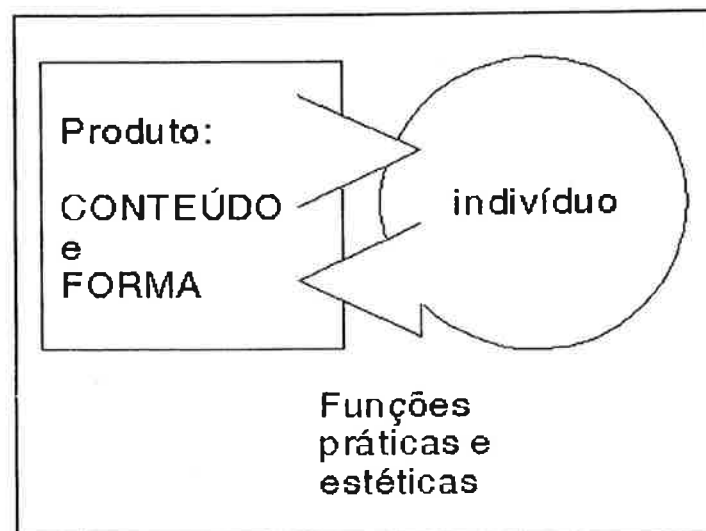
Foto 6
No nível biofisiológico a forma de um produto
é adaptada às características biofisiológicas
de um grupo de usuários.

Figura 9
Aspectos subjetivo-psicológicos do Processo
de Utilização.

Foto 7
No nível psicológico a forma de um produto é
compreendida como portadora das funções
práticas e estéticas. "Das Dinge zum Besitzen"
(a coisa para se sentar). Design de B. Sippek.



3. O nível psicológico, cuja análise encerra a interação entre um sujeito (indivíduo) e um produto. Neste caso forma e conteúdo têm igual importância, já que as funções práticas e estéticas são explicitadas.



4. O nível sociológico, em que a análise se volta para o relacionamento entre produto e sujeito (sociedade). Neste caso a forma além de intermediar o conteúdo e comportar valores estéticos é compreendida também como signo.

Figura 10
Aspectos subjetivo-sociológicos do Processo
de Utilização.

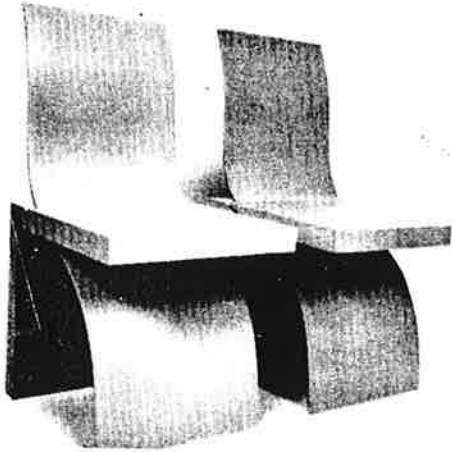
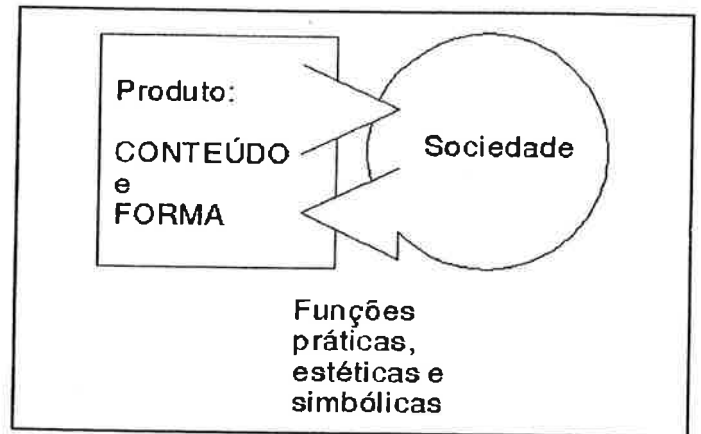


Foto 8
No nível sociológico a forma de um produto é
determinada pelas suas funções práticas,
estéticas e simbólicas. Cadeira-objeto
Design de A. Oedekoven



Há ainda outros níveis de análise no relacionamento entre um sujeito e um produto, pois qualquer objeto pode possuir uma infinidade de sub-funções atribuídas pelo usuário, mesmo à revelia da intenção de quem os criou. Nesse caso fala-se em funções ou relacionamentos implícitos ou explícitos.