

UM MANIFESTO ANTI-DESIGN

I. UMA IDÉIA

O designer não é artista. Aliás, ele faz questão de deixar isso bem claro. No Brasil, ele briga com o publicitário, com o arquiteto, com o micreiro. O designer gosta de brigar.

Mas ele sequer sabe quem é. Ele adora falar sobre “criatividade”, uma questão complicadíssima das quais os filósofos, os místicos, os cientistas e os psicólogos se debatem por anos. Mas será que o designer procura esses estudos?

Quantos são os designers que discutem em sala de aula Platão, Kant, Hegel, Nietzsche, Freud, Jung, Sartre, Bachelard, Hillman, Peirce...? Sempre existe um maluco em cada cinquenta “normais”. Mas, onde eles estão? Por que não fazem barulho? Será que estão dormindo?

Enfim...

Mas como pode o designer saber o que faz, se não sabe nem o que é?

Ele não é artista, ele não é “marketêro”, ele não é publicitário, ele não é arquiteto. Ele é essa “coisa” que às vezes lembram de chamar quando alguém precisa de uma “logomarca” (que por sinal, sequer existe).

O designer é preguiçoso: quer a parte prática. E que paradoxo este é! Mal sabe ele que está em um molde filosófico pragmático, que opera somente em função de um mercado, que por sua vez possui um modelo econômico americano. Para os desavisados, isto é o chamado comportamento neoliberal norte-americano, que tantos gostam de criticar, mas não se dão conta que o simples fato de não saber que vive nele já o fortalece. E ao pormos nestas palavras, pode ficar mais claro para alguns que um Design brasileiro torna-se complicado de se realizar.

É engraçado que quando falamos em mitos como os dos deuses egípcios, parece não haver contestação do público geral para dizer que eles são realmente mitos. Mas ao tocarmos em pontos como “Mercado”, “Estado”, “Leis”, ninguém compreende a abstração que estes termos envolvem.

Ora, alguém já viu o mercado andando por aí? E o Design? E o “jeito certo” de se fazer Design? Não é estranho como essas abstrações, essas construções humanas ganham tanta força pela repetição, que acabamos acreditando que elas realmente são reais? Estão repetindo o mesmo erro de alguns positivistas: confundem o que é “modelo” com o que é “real”.

Como é que o designer no Brasil, como universitário, e assim integrante da elite intelectual brasileira, espera ser um formador de opinião se simplesmente aceita o modelo dos outros? Pior: será o designer brasileiro um conformado ou um ignorante?

Se o Design é isso que aprendemos na academia, uma grande simulação baseada em valores de mercado que nunca são exatamente concretos, ou seja, são também simulações, dizemos alto e claro: não acreditamos no Design.

Propomos então aqui uma idéia que acreditamos ser nova e interessante dentro deste cenário.

Entendam: às vezes, é necessário o oposto se apresentar para que algo possa se definir. Temos assim a definição da Arte pela Anti-Arte, a Lei pela Transgressão, a Ordem pelo Caos. Todo modelo requer um Anti-Modelo.

Então, através deste manifesto, declaramos público o que acreditamos: o Anti-Design.

Melhor ainda: acreditamos na tensão entre Design e Anti-Design. Mas tendo em vista que em terras brasileiras sequer existem produções sobre o segundo elemento, buscamos, através deste modesto manifesto, uma definição.

II. UMA CONTESTAÇÃO COMO CRIADORA DE TENSÃO

Lembrem-se: da repetição à imposição, é um pulo. O poder do torturador, por exemplo, só se dá pela repetição dos seus atos – uma única chibatada pode ser facilmente esquecida e perdoada (“foi um acidente, sem querer”), ao passo que uma série de chibatadas torna-se uma tortura (é calculado, consciente).

O poderoso se impõe pela força, enquanto que o líder surge naturalmente. Interessante notarmos que esta “força imposta” pelos poderosos muito freqüentemente ocorre por meios muito elegantes, sutis e democráticos. Para quem então será conveniente seguirmos tudo o que aprendemos? Para nós? Para os professores? Para aquele Frankenstein chamado “Mercado”?

O Anti-Design, por não estar preso à necessidades pré-impostas por alguém, nos permite entender escolas de pensamento como a fenomenologia, por exemplo, que tanto teria a contribuir para a produção acadêmica.

No modelo atual de Design, ela acaba deixada de lado, pois não é “prática” o suficiente (ao menos assim pensam os que precisam de dados concretos). Mais uma vez, estamos sob o domínio de uma escola de

pensamento fria, que reduz a experiência universitária a um campo de conhecimento limitadíssimo de um curso técnico, e sequer temos consciência disso. Pior: aplaudimos e damos graças pelo curso ser mais “prático” e “fácil”, o contrário de “teórico” e “complexo”. Não é incomum ouvirmos dos colegas o quanto o estudo de teoria é “chato” e “inútil”, com defesas ideológicas infames como “para quê que eu vou usar isso na minha vida?”. Este é o maior exemplo do “cego que não quer ver”.

Por favor, não entendam aqui um detrimento ao trabalho prático. Ele é fundamental. Mas nós desafiamos os estudantes que lêem este manifesto a pensarem no número de vezes que tiveram discussões ferozes de cunho ideológico-teórico com professores. Não temos dúvidas de que foram muito menores do que as de cunho ideológico-prático.

Infelizmente, sem o conteúdo teórico a prática não tem força na academia. E um curso que se diz universitário (e que pretende se manter assim) não pode se dar ao luxo de passar por esses cenários.

O Anti-Design nos permite criticar o Mercado, contestar o “Espetáculo” – afinal, o Design é escravo do mercado, o que impede a liberdade acadêmica. Falar mal deste mito torna-o um herege. Basta dizer que consideramos um designer bem-sucedido aquele que for trabalhar na Globo, que por sua vez, é a maior “emburrecedora” da sociedade brasileira. Não creio ser necessário nos estendermos mais neste assunto.

E por favor, não queiram nos dizer o contrário. Não sejamos cínicos. Sem o mercado, o Design perde identidade. Cansamos de ouvir professores e profissionais dizendo que “se não vender, se não tiver propósito, é Arte”. Estão confundindo a universidade com a prática de mercado – um erro gritante e triste.

O Design, como área “científica” universitária, está fadado a morrer nos termos que se encontra, pois os cursos universitários desta área viraram cursos técnicos – e tem gente aí fora achando isso ótimo!

A profissão sequer é reconhecida ainda, e não acho que seria grave atrevimento falar que grande culpa disso é nossa pobreza intelectual, nossa falha reflexiva (incluímos aqui alunos e professores). Estamos pensando no Design só dentro do mercado, e não saímos dele. Chovemos assim no molhado, pois justificamos até mesmo os atos de contestação dentro do mesmo modelo! “Você deve contestar, mas deve vender. Se vira!”.

Estamos então vivendo em função de querer agradar a uma simulação chamada mercado que sequer nos conhece! Seria engraçado, se não fosse patético. Somos penetras em uma festa, marginais vagabundos, mas nos sentimos convidados de honra, e falamos com autoridade: “se não vender, não é bom!”.

Nós é que deveríamos ser os maiores críticos de toda essa bagunça! Mas assusta perceber que um olhar externo, de fora do modelo atual, não é sequer ouvido pela grande maioria.

Mesmo que fôssemos reconhecidos em nossas profissões, se criticássemos o mercado pelas suas próprias condições de existência estaríamos fazendo o mesmo que esperar que um carro sem gasolina ande ao empurrarmos o pára-brisa. Qualquer leigo em física mecânica entende que o carro só vai andar se for empurrado de fora, ou seja, que uma força EXTERNA atue.

Por sinal, espero que esta última explicação possa fazer refletir melhor aqueles que disserem que o Anti-Design já exista no Brasil.

Arte não é Anti-Design – é Arte.

Publicidade não é Anti-Design – é Publicidade.

Micreiro não é Anti-Designer – é Micreiro.

O Anti-Design é contestação, protesto, crítica, provocação – no Design! É a recusa de modelos impostos, principalmente os modelos redutores, que vêem o humano como uma máquina precisa, estritamente biológica, consumista e previsível que busca tudo o que é mais prático.

Não vemos outra forma de fazer o Design “andar” no campo intelectual sem ser contestado, sem ser provocado e posto em contraste, sem uma força que seja ao mesmo tempo EXTERNA e IRMÃ. E se ele não anda, mesmo após tantos apelos por parte de alguns participantes desse mito, o Anti-Design deverá suprir essa necessidade.

A todos aqui que dividem nossa opinião e se identificam com essas idéias: temos agora um nome.

III. UM EXEMPLO

Um breve exemplo:

não parece existir evidência maior dessa nossa pobreza intelectual do que trabalhos de Psicologia e Design. Todos falam de Gestalt, Cognitiva, Comportamental, que são importantíssimas e fundamentais, ao mesmo tempo em que são linhas mais funcionais, cruas, científicas, aplicáveis rapidamente ao mercado. Em outras palavras: seus resultados são mensuráveis por formas visuais e números. E todo designer gosta de um número, uma estatística, qualquer coisa que prove por A+B que o trabalho dele vende (mesmo que no dia seguinte ninguém mais lembre). Para o Design, essas psicologias “funcionam”.

Mas o que é este “funcionar”? São os números que aparecem no pagamento mensal? Onde está Freud, Jung, Adler, Frankl, Lacan, enfim, todos aqueles que fizeram longos tratados sobre a experiência humana e os símbolos produzidos na psique? Será que toda nossa experiência se resume a números? Será que o Design, produzindo ícones que vão de um lado para o outro no mundo atual, criando as mais diversas sensações e experiências no público, não teriam absolutamente NADA a aprender com essas escolas mais profundas que não são possíveis de serem mensuradas por instrumentos e/ou números precisos? Mais uma vez: será toda a experiência humana possível de ser expressa em números?

(por sinal, um fato interessante: apesar de sermos tão dependentes de valores numéricos como estatísticas, notas e cifras, aquele pensamento filosófico chamado “positivismo” sequer é citado. Mais e mais, parece que o designer não sabe quem é, nem o que faz).

E onde está o fenômeno? Onde está o Mito? Onde está o Símbolo profundo?

Onde estão os poetas? Onde está a ficção científica? A fantasia?

Para onde foi o inconsciente no Design?

Será que o fato de não ser mensurável (numérica ou graficamente) torna o estudo da produção de símbolos pela experiência pessoal simbólica inútil ao designer?

(Que fique claro: o símbolo semiótico não corresponde exatamente ao símbolo psicológico.)

IV. UMA TENTATIVA

Como toda “ciência” humana, o Design nunca possuirá definições mais precisas e rígidas como nas ciências exatas. Contudo, é triste ver que não existem mais brigas novas. As brigas que ocorrem na academia são as mesmas de décadas atrás, e a sensação de que andamos em círculos é inevitável.

Somos então anti-designers que não aceitam mais as fórmulas prontas da academia, destas que não conseguem definir um “Design brasileiro”, em que todo mundo critica todo mundo... e no final não dizem nada.

Claro que é bom falarmos de empreendimentos, “fórmulas mágicas”, “10 passos para o sucesso”, etc. É apenas uma pena que a maioria vicia nisso, aceitando no final a ilusão de que “auto-estima” e “sucesso” se compram em livros e palestras de outras pessoas. Aliás, é possível vender auto-estima? Vender sucesso? Felicidade? Segundo aquele mito gigante chamado mercado, e os seus números infalíveis, sim.

No final disso tudo, o senso crítico do designer atual se baseia no seu próprio “achismo”, que acaba resultando em... nada (mais uma vez).

Pois lhes dizemos bem claramente: o Design, como existe hoje no Brasil, morrerá se não criar tensões de nível intelectual. De tensões práticas já somos mestres – basta ver a definição de professores para “o que é um trabalho bom”, outra grande falácia que temos de enfrentar.

Como compreendemos que isso é “besteira” para a maioria dos designers que vivem cegos (ou conformados) com essa realidade pragmática e fria que reduz nossas humanidades a cifras e estatísticas de eficiência, lhes dizemos de modo complacente: não se preocupem. Podem ficar com seu Design.

Nós, Anti-Designers, os marginalizados dos marginalizados, temos agora uma nova casa.

Mas lhes fazemos também um convite: venham nos visitar. Estamos logo ao lado (de repente, estamos até dentro de você). Nós não buscamos regras, instituições definidas, formas ou modelos. Somos uma ideologia, uma nova escola de pensamento, que pretende dialogar e contestar – mesmo que, em primeiro momento, vocês nos achem ingênuos.

Alertamos-lhes: o Design como existe hoje parece não encontrar antítese. Isso é preocupante (para não dizer desesperador). Hoje em dia, toda idéia que busca um contraste acaba sendo rebaixada como ingenuidade, lixo, pelo simples fato de dizer que o modelo pragmático mercantil não deve ser o único ponto de vista. Será esse realmente um ambiente acadêmico então, onde idéias das mais absurdas devem ser discutidas, ou uma ditadura ideológica? Se essa ditadura não existe, pior ainda: as idéias novas se rebaixam por algo que sequer tem forma ou nome. Ou seja, os designers estão perdidos, e não sabem nem o porquê.

Portanto, se o Design quiser sobreviver, é melhor que nos enfrente – afinal, o designer briga com todo mundo, não é? Caso dessa vez não compre a briga, podemos até profetizar: o Design morrerá sozinho, admirando o próprio reflexo no espelho.

Obviamente, o que falamos não é nenhuma novidade. Muitos já fizeram e continuam fazendo um “Anti-Design”, principalmente no exterior (vide o movimento Anti-Design ocorrido lá fora há mais de 50 anos atrás), indo assim contra essa ideologia pragmática e mercantil importada que engolimos como um grande sapo, sempre com a mesma desculpa de que “não há outra forma”. Dessa maneira, não é incomum encontrarmos “designers” disfarçados de “anti-designers” – e vice-versa.

Mas o próprio Design como um jogo parece então ter regras muito complicadas, que não são necessárias de ser entendidas – contanto que venda.

E daí, claro, cria-se essa cultura descartável que temos hoje em dia, na qual ao invés de visitarmos museus, visitamos shopping centers das cidades que visitamos.

E o designer está sempre ali, criando os ícones que serão usados por alguns meses... e depois jogados fora.

A pior forma de Mercado é aquela que se vê como única instância moral – e é esta a forma que vivemos. Se nós acadêmicos não contestarmos e vivermos pelas suas regras, quem é que irá pensar sobre isso? Talvez, quem sabe, o Anti-Design possa ajudar-nos.

EU, PAULO, ACRESCENTO AQUI UM TRECHO DE UM LIVRO SOBRE EDUCAÇÃO QUE JULGO TER MUITO A VER COM ISSO TUDO:

“Nossos sistemas de idéias (teorias, doutrinas, ideologias) estão não apenas sujeitos ao erro, mas também protegem os erros e ilusões neles inscritos. Está na lógica organizadora de qualquer sistema de idéias resistir à informação que não lhe convém ou que não pode assimilar. As teorias resistem à agressão das teorias inimigas ou dos argumentos contrários. Ainda que as teorias científicas sejam as únicas a aceitar a possibilidade de serem refutadas, tendem a manifestar esta resistência. Quanto às doutrinas, que são teorias fechadas sobre elas mesmas e absolutamente convencidas de sua verdade, são invulneráveis a qualquer crítica que denuncie seus erros.”

Edgar Morin