

# O Campo do Design e seus dogmas: aproximação com a Tradição Cética

*THE FIELD OF DESIGN AND ITS DOGMAS: APPROACHING WITH THE SKEPTIC  
TRADITION*

**Paulo Vieira da Silva Magalhães, Doutorando**

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio  
paulovsmagal@hotmail.com

**Alberto Cipiniuk, Doutor**

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio  
cipiniuk@dad.puc-rio.br

## **RESUMO**

Verificamos que entre os pares do Campo do Design é clara e evidente a tendência para definir as imagens gráficas de duas maneiras: i) que as imagens gráficas são absolutamente lógicas, ou seja, sensíveis por definição, porém são consideradas tal como os conceitos, os juízos ou as racionalizações. Assim, a imagem passa a ser levada em conta apenas em sua condição de forma, como se fosse um enunciado ou abstração feita sobre a matéria concreta e sobre a qual ela se aplica. E, ii) que seus significados são fixos em relação a sua situação temporal ou espacial. Assim, verificamos que as imagens gráficas são analisadas como se fossem noções abstratas, limitadas a elas próprias e descoladas do entorno social e histórico em que vivemos e, da mesma maneira, são deste modo em qualquer parte do planeta.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Campo do Design, Tradição cética, Movimento.

## **ABSTRACT**

*We found that among the peers of the Design Field there is a clear and evident tendency to define graphic images in two ways: i) that graphic images are absolutely logical, that is, sensitive by definition, but they are considered as concepts, judgments or rationalizations. Thus, the image starts to be taken into account only in its condition of form, as if it were a statement or abstraction made about the concrete matter and to which it applies. And, ii) that their meanings are fixed in relation to their temporal or spatial situation. Thus, it appears that the graphic images are analyzed as if they were abstract notions, limited to themselves and detached from the social and historical environment in which we live and, in the same way, they are like this in any part of the planet.*

**KEYWORDS**

*Design Field, Skeptical Tradition, Movement.*

## **Introdução**

É comum perceber nas instâncias de legitimação<sup>1</sup> do Campo do Design, particularmente no âmbito do ensino de metodologias de análise da imagem gráfica, que as metodologias são fundadas nas ciências exatas. A imagem gráfica é compreendida como algo lógico e fixo, tal como um algarismo simboliza ou representa abstratamente um quantitativo qualquer. O algarismo cinco, por exemplo, é o símbolo ou o signo gráfico que representa abstratamente cinco unidades. Portanto, uma vez impresso, é gráfico e concreto. Assim, seria algo sensível, mas também uma convenção abstrata, ou seja, significaria uma certa quantidade. O algarismo é uma representação concreta enquanto grafismo e abstrata de um quantitativo que pode ser empregado para qualquer fim, desde que sejam mantidas suas propriedades abstratas ou lógicas de base. Destarte, quando considerado no modo abstrato, não importando do que se trata, o algarismo tem a faculdade de poder tratar de pessoas, animais ou objetos. Com essa significação podemos operar abstratamente com os algarismos indistintamente, pois seu fundamento lógico não se altera para o fim que a utilizamos. Podemos somar pessoas, cães e cadeiras, embora sejam coisas do mundo muito diferentes.

Nesse trabalho procuramos indicar que a percepção equivocada sobre esse tema decorre do fato de que muitos dos pares do Campo do Design reproduzem a noção monista; logo, dogmática, de que uma imagem pode ser configurada por métodos fixos, i.e, que tais métodos podem ser aplicados universalmente. Esquecem, contudo, que no caso das imagens gráficas essa noção cai por terra, posto que elas são sensíveis, e arbitrariamente possuem um estatuto de realidade externo a elas mesmas. Daí podemos afirmar que essa concepção entre os *designers* é dogmática. E sustentar que a análise das

---

<sup>1</sup> A bibliografia hegemônica utilizada no âmbito acadêmico do Campo do Design demonstra isso. Tomemos aqui um exemplo: Os novos fundamentos do *design*, de Ellen Lupton e Jennifer Cole Phillips. O livro, que vem mascarado de “novo” no título, mas que na própria introdução diz ser baseado nas metodologias da Bauhaus, traz “cânones” imutáveis da composição em *design* gráfico: ritmo e equilíbrio, escala, textura, figura/fundo, hierarquia... enfim, todos estes postulados da dita “metodologia projetual” que são ensinados nos bancos escolares como uma verdade natural acerca da composição imagética. Um verdadeiro livro de receitas, cheio de fórmulas pré-concebidas acerca de como fazer o “bom” *design*. Cf. LUPTON, Ellen. **Novos fundamentos do *design***. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

imagens é exercida de modo dogmático é o mesmo que dizer que existe uma reprodução acrítica de que esta ou aquela forma representa (e sempre representou) a mesma coisa, isto é, que sempre possuíram o mesmo significado, seja em diferentes épocas, seja em diferentes espaços geográficos. Isso porque a imagem seria um fim em si mesma, podendo ser compreendida apenas pela lógica interna dos seus elementos constituintes, dispensando o que lhe é externo, isto é, a sociedade que produziu a convenção arbitrária que lhe é atribuída.

É possível compreender ou produzir um entendimento sobre as coisas do mundo empregando um sistema de códigos ou qualquer outra linguagem, considerando que a linguagem é um sistema de códigos. Qualquer coisa do mundo, como, por exemplo, uma maçã pintada por Cézanne pode ser considerada um sinal, mas qualquer sinal também pode ser considerado como uma coisa do mundo, e isto quer dizer que a coisa material (a maçã pintada) ou o sinal (o significado arbitrário ou a explicação de que aquela “coisa” pintada é uma maçã) não modifica a natureza das coisas e dos sinais. Há, portanto, que diferenciar a natureza das coisas da natureza dos sinais. No mundo natural a maçã existia antes dos homens arbitrarem o que era uma maçã, pois ela existia antes e sem as explicações produzidas pelos grupos humanos. A partir de suas práticas e relações sociais, e empregando suas faculdades intelectuais, os grupos sociais inventaram uma explicação sobre isso que era uma maçã, fosse a maçã da macieira, fosse a maçã pintada por Cézanne. Esta invenção humana foi realizada para dar sentido às enigmáticas coisas do mundo, pois elas se apresentavam diante de nós de modo confuso ou contraditório. Daí a criação de um sistema de códigos, como a linguagem. Uma ferramenta em que se oferece para as coisas do mundo a condição de possuir um equivalente abstrato, o signo ou o sinal, algo que significa arbitrariamente alguma coisa. Ocorre que os signos ou sinais não possuem uma significação explícita invariável, válida para todo sempre e em todos os lugares do mundo. Portanto aquela “coisa” pintada, dependendo da localização no planeta, não tem nenhum sentido, e o mesmo vale para uma maçã pintada por Cézanne.

A mesma distinção que devemos fazer entre as coisas do mundo natural e aquilo que convencionamos sobre elas deve existir entre as convenções materializadas em objetos físicos e aqueles materializados pela linguagem, considerada como coisa falada e escrita. Tentar dar igualdade à coisa falada ou escrita à coisa material ou sensível nos parece ser muito mais do que um equívoco teórico. Trata-se, isto sim, de um disparate que recorrentemente vem sendo reproduzido nos bancos escolares com pouca consideração crítica.

Sustentamos que tal concepção monista é idealista, isto é, que se restringe ao plano das ideias e das representações formais, não levando em consideração as bases materiais da sociedade em que são produzidas e utilizadas, nem a sua específica condição sensível. Estas noções, até onde pudemos verificar, são amplamente ensinadas nas escolas de *design* e em outros campos que estudam a configuração (*Gestaltung*) da forma, tais como os campos da arte, da arquitetura entre outros. Defendemos que estas noções de cunho idealista não compreendem o estudo do movimento histórico, que não pode aceitar um estudo das representações simbólicas como dogma, pois sustentamos que a representação simbólica se dá por meio de um fluxo histórico, sendo, portanto, mutável, visto que está em contínua transformação.

Tais noções antagônicas entre monismo e mobilismo têm origens concretas na história, e podemos encontrar na Filosofia Grega a gênese de tal debate. A doutrina mobilista filosófica tem seu principal representante em Heráclito de Éfeso (c. 500- 450 a.C.) que, diferentemente dos monistas da Escola de Parmênides, possuía a concepção de que a realidade natural se caracteriza pelo constante movimento, fluxo, sendo *Panta rei* (tudo passa) a célebre frase atribuída a este filósofo pré-socrático. (MARCONDES, 2007, p. 35). Outro fragmento que ficou famoso é aquele em que Heráclito utiliza o rio para construir sua metáfora. Ao afirmar que “não podemos banhar-nos duas vezes no mesmo rio, porque o rio não é o mesmo”, Heráclito sintetiza a ideia da realidade em movimento, fluxo (*Idem.*, p. 36).

Segundo Marcondes, a tradição da história da filosofia, que foi inaugurada por Hegel, viu em Heráclito o primeiro pensamento dialético por

meio da sua valorização dos opostos que se integram, mas não se anulam. Ainda que os monistas tivessem alcançado uma hegemonia, principalmente entre acadêmicos como Platão e seu mundo real – porém inalcançável – das ideias, mais tarde surgiu uma escola filosófica que se apoia na ideia de movimento: o ceticismo e a tradição cética.

Apesar de o ceticismo não possuir apenas uma concepção linear, podemos encontrar na tradição cética alguns parâmetros e características quase universais desta forma filosófica. Os céticos procuraram se desvencilhar da filosofia dogmática, que buscava verdades tidas como absolutas, e da filosofia acadêmica, que afirmava ser impossível encontrar a verdade. A tradição cética, embora tenha sido inaugurada pelo ceticismo de Pirro de Élis (360-270 a.C.) e cujos pensamentos temos conhecimento por meio de fragmentos de seu discípulo Tímon de Flios (325-270 a.C.), ganha força através do pensamento transmitido por Sexto Empírico (séc. II d.C.), denominado de pirronismo ou ceticismo pirrônico (MARCONDES, 2007, p. 94-95). Segundo Sexto Empírico:

O resultado natural de qualquer investigação é aquele que investiga ou bem encontra o objeto de sua busca, ou bem nega que seja encontrável e confessa ser ele inapreensível, ou ainda, persiste na sua busca. O mesmo ocorre com os objetos investigados pela filosofia, e é provavelmente por isso que alguns afirmaram ter descoberto a verdade, outros, que a verdade não pode ser apreendida, enquanto outros continuam buscando. Aqueles que afirmam ter descoberto a verdade são os “dogmáticos”; assim são chamados principalmente, Aristóteles, por exemplo, Epicuro, os estoicos e alguns outros. Clitômaco, Carnéades e outros acadêmicos consideram a verdade inapreensível, e os céticos continuam buscando. Portanto parece ser razoável sustentar que há três tipos de filosofia: a dogmática, a acadêmica e a cética. (SEXTO, *apud*. MARCONDES, 2007, p. 94)

Diferentemente do senso comum, os céticos não negavam a verdade como os acadêmicos, mas seguiam a investigando. *Skepsis* significa literalmente “investigação”, “indagação” (MARCONDES, 2007, p. 94). São características do pensamento pirrônico a desconfiança em relação aos dados sensoriais, a questão do movimento na natureza que torna o conhecimento instável e a relatividade do conhecimento às circunstâncias do indivíduo que conhece (MARCONDES, 2007, p. 95) – , daí a aproximação com o pensamento de Heráclito. Para Pirro, o objetivo do ceticismo é atingir a *eudaimonia*

(felicidade) através da *ataraxia* (imperturbabilidade). Apesar de Platão ser um acadêmico, podemos encontrar alguns elementos céticos em seu pensamento, como por exemplo da admissão da ignorância pelo sábio, por meio do célebre socrático “Só sei que nada sei”. Outra característica importante do ceticismo é o conflito entre duas teorias dogmáticas mutuamente excludentes, que se denomina de *diaphonia*. (*Idem*, p. 97). Além disso,

Sexto insiste na interpretação da *époché* como suspensão do juízo, i.e., uma posição segundo a qual não se afirma nem nega algo, evitando assim o dogmatismo negativo dos acadêmicos que afirmavam ser impossível encontrar a verdade. (*Idem*, p. 98-99)

O pensamento cético acabou por cair em desuso com a hegemonia do pensamento cristão, que é fortemente doutrinário e perdura durante toda a Idade Média, período em que as discussões das noções céticas estão ausentes, salvo algumas exceções. O pensamento cético volta a ser utilizado com o surgimento do Humanismo e do Individualismo Renascentista, por meio de pensadores como Michel de Montaigne, o qual abordaremos brevemente mais à frente.

Isso posto, sustentamos que o pesquisador do Campo do Design não deve realizar qualquer tipo de estudo sobre os procedimentos de análise da imagem gráfica sem se voltar para uma abordagem histórica e social. É dizer, a forma e a configuração sensível da imagem gráfica não podem ser entendidas como algo descolado do entorno social em que são aplicadas. Isso se torna claro a partir do estudo sociológico do “belo”, em que se compreende que este é uma construção social. Os padrões de “boa forma”, aos quais os *designers* sempre fazem referência, advêm do que a própria sociedade estipula, inconsciente e coercitivamente (*habitus*) (BOURDIEU, 2008), por meio de anúncios, *outdoors*, redes sociais e outros meios de veiculação de imagens. E tais padrões acabam por ser reproduzidos pelos agentes de legitimação do Campo do Design; isto é, pelos professores e alunos, no meio acadêmico, e pelos *designers* que atuam no mercado de trabalho. Disso resulta a constatação de que o “belo” não é categoria fixa, mas precisa ser compreendido como um fluxo – tal qual todo aspecto histórico social o é –,

notadamente porque tal conceito muda de sociedade para sociedade, seja em razão do tempo, seja com relação ao espaço. Por exemplo: o “belo” do Renascimento não é o mesmo “belo” da contemporaneidade, assim como o que é considerado “belo” no oriente não corresponde ao mesmo “belo” na visão do ocidente.

Muitos trabalhos consagrados da história das imagens, talvez quase a sua totalidade, se limitam ao campo pictórico ou artístico e às análises formalistas, levando em conta o que a filosofia estudava até recentemente, isto é, de acordo com a escola grega de Zenão e Parmênides, a célebre Escola de Eléia. A imagem gráfica é, segundo a noção platônica, apenas uma cópia da verdadeira imagem, da imagem real que preexiste no mundo das ideias, *topos uranos*. A vinculação dessas análises aos fundamentos absolutos da representação corresponde à noção fixa de Platão, a saber: que as coisas que podíamos ver de maneira sensível no mundo sublunar eram falsas ou equivocadas, pois o que tinha valor de verdade eram as ideias, que eram alcançadas apenas através dos olhos da razão. Isso terminou por dificultar a percepção das questões fundamentais que se encontram em outros domínios, visto que a história das imagens precisa ser uma história social, e esta se define antes de qualquer coisa como uma história dos fatos sociais. Contudo, a verdade da imagem não está nela mesma, na *coisa em si*, mas nos olhos de quem a vê. Portanto, é a sociedade, o olhar social, que “faz” a imagem, que lhe dá definição e sentido, que constrói seus códigos e seus valores, que organiza as práticas e métodos de investigação e que faz a sua análise. Diferentemente do que se reproduz amplamente no meio acadêmico, não é o artista ou o *designer* que define o conceito da imagem “boa” ou “má”, da “certa” ou “errada”, e tampouco isso é definido pela biologia do ser humano ou pela natureza. Enquanto essa compreensão reducionista não for superada, corre-se o risco de continuar caindo num neurobiologismo estéril. As questões que permeiam as análises e narrativas imagéticas são problemas sociais, e como taia devem ser entendidas, pois o ser humano não vive sozinho, mas sim em sociedade.



Outro problema recorrente é a análise da disciplina da História da Arte, que tende a estudar as imagens do Campo da Arte como sendo parte da biografia dos autores, como se estes tivessem total autonomia para empregar as formas e as cores que aplicam. Com raras exceções, esse equívoco também se verifica no Campo do Design, onde se considera que os *designers* projetam livremente aquilo que desejam e a indústria acaba se apropriando. As biografias e bibliografias que legitimam este viés individualista ainda existem no Campo da Arte, e é muito comum que os livros de História da Arte se aportem citando os artistas e suas vidas como tópicos, e isso também é muito comum no Campo do Design. A ainda breve História do Design também é contada através de “feitos” ingentes de *designers* autores, que criam seus projetos de maneira individual e autonomamente. “Parece estranho que a biografia de indivíduos deva ser considerada um meio satisfatório de uma atividade que é, por natureza, social e não puramente individual”, escreve Adrian Forty sobre a literatura hegemônica do *design* (FORTY, 2007, p. 321). A História do Design, para Schneider,

[...] é uma disciplina científica jovem. Ela está mais avançada na Grã-Bretanha, onde existe desde 1977 uma “*Design History Society*” e onde foi publicado um número considerável de obras de historiadores do *design*. Nas suas pesquisas e nas suas representações históricas, a história do *design* aplica métodos semelhantes aos da história da arte. (SCHNEIDER, 2010, p.11)

Existe a paralisante noção de que o indivíduo (o artista, o *designer*) compõe suas imagens de forma autoritária e solitária, e isso ocorre sem a percepção de que a construção das imagens faz parte, também e, sobretudo, do entorno social de quem a produz. A construção da imagem renascentista, por exemplo, servia para retratar as instâncias dominantes de poder, como a igreja e as cortes absolutistas. Os temas ilustrados pelos artistas pertenciam ao *Grand Goût*, cujos motivos eram as passagens bíblicas e as hagiografias, o que é bastante lógico se considerarmos as estruturas religiosas da época. Mas os mitos pagãos da Antiguidade Clássica e os retratos daqueles que pertenciam ao alto escalão cortesão também faziam parte deste “gosto”

renascentista. Os contratos<sup>2</sup> escritos pelos mecenas, que eram assinados pelos artistas, descreviam detalhadamente quais santos deveriam ser retratados, qual passagem bíblica ou qual história mitológica deveria ser “contada”, bem como a área total reservada para o trabalho, a paleta de cores (com suas quantidades muito bem definidas) e o próprio suporte. Os retratos encomendados eram dos monarcas ou cortesãos que faziam parte do topo da pirâmide social, para que estes fossem representados em cenas bíblicas, por exemplo. Ademais, o julgamento simbólico pertencia àquela sociedade, e a imagem tinha um significado próprio a ela. É dizer, o significado da imagem está sempre atrelado aos valores éticos e morais da sociedade em questão, e mudam de acordo com a localização geográfica e/ou o período histórico.

Na sociedade moderna ocidental, esse entendimento não é diferente. Quem decide qual imagem é “melhor” do que a outra são os que detêm o poder: aqueles que pertencem à classe dominante. Em uma sociedade industrial e capitalista, em que o maior valor é a produção de lucro por meio da exploração do trabalho, quem dita as regras da moda imagética e que faz circular as imagens “mais belas” é quem detém os meios de produção, ou seja, os donos de indústria. E os meios sociais que propagam e inculcam esses valores estéticos são maiormente o *marketing* e a publicidade, por meio dos veículos midiáticos. Daí o porquê de os objetos de uso cotidiano, obras de arte, objetos de decoração e artigos de luxo servirem como forma de distinção social para quem as consome, e geralmente possuem alto valor de troca simbólica. É dizer, quem pode obter objetos de desejo é quem tem maior poder aquisitivo para se diferenciar daqueles que não possuem tanto ou que possuem muito menos. Dessa maneira, cria-se a noção do mais bem-acabado modelo de permanência de dominantes como dominantes e de dominados como dominados.

É interessante notar que, mesmo numa sociedade que se pretendia igualitária, como a União Soviética, o choque simbólico também ocorreu. Com o advento da Revolução Russa de 1917, que levou o Partido Bolchevique ao

---

<sup>2</sup> BAXANDALL, Michael. **O olhar renascente. Pintura e experiência social na Itália da Renascença**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991

poder, a ideia de educação universal foi posta em prática. Nos campos da construção (artes plásticas, arquitetura, engenharia, *design*) predominou a vanguarda denominada de construtivismo, que foi uma reação aos valores estéticos da Rússia czarista. Em uma renúncia ao movimento romântico da Arte pela Arte – que desejava retirar os aspectos sociais e históricos da arte – e do *Kunstwollen* (vontade da arte, potência artística) movimento liderado por Alois Riegl, que compreendia a arte como um fenômeno autônomo do espírito humano, portanto idealista, os soviéticos promoveram a arte como construção para o bem social. Tal noção de construção da sociedade foi refletida na própria estética utilizada, em que a forma geométrica, que era tida como mais acessível por ser mais “simples”, e, desta forma, representava instrumentos mecânicos, proletários marchando, tipografias retas e sem ornamentos desnecessários. Tal espaço figurativo tinha como características o fato de se pretender racional, com estrutura lógica, abstrata e geométrica. Pretendia ser compreendido por uma sociedade internacional e sem classes (SCNHEIDER, 2010, p. 59-62), no sentido de que as imagens, nesse sentido, fossem mais fáceis ou de maior “legibilidade”, tal como os *designers* de hoje recomendam<sup>3</sup> em termos de estabelecer o que supõem ser um maior poder de comunicação do objeto industrial e o sentido que tal objeto produz no observador, de modo a fazê-lo adquirir o produto e, assim, completar o ciclo da produção do mais-valor.

Foram criadas escolas como as *Vkhutemas* (Oficinas de Ensino Superior de Arte e Técnica), em que tanto os filhos de aristocratas (agora destituídos de poder político) como os filhos de camponeses recebiam o mesmo ensino comum. Mas o que os construtivistas – como El Lissitzky, Alexander Rodtschenko e Wladimir Tatlin – não perceberam foi que a “linguagem visual” abstrata não seria compreendida pela classe trabalhadora

---

<sup>3</sup> A utilização e a reprodução de tais valores formalistas de legibilidade e leiturabilidade também estão presentes em nossos bancos de formação do Campo do Design. Cf. BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. Tradução: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2011; LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers**, escritores, editores e estudantes. Tradução: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

e camponesa, mas sim permaneceria como um privilégio das instâncias de legitimação e circulação. Assim, não vingou uma arte proletária “moderna”, mesmo que seus criadores julgassem estar divulgando a “linguagem” gráfica ou visual do povo revolucionário; isto é, aquilo que julgavam ser uma imagem “fácil de ser compreendida”. Esse equívoco se deu pelo fato de os construtivistas considerarem que o valor de uma imagem estava nela mesma e não nas convenções sociais que as pessoas tinham sobre ela. Desta forma, o construtivismo passou a ser visto como produto da “cultura decadente da burguesia” (K. ALIBAN *apud* KOPP, 1990, p. 222), ou associado à arte de Vanguarda<sup>4</sup> que se manifestava no resto da Europa. Assim, o Realismo Soviético, que não era “um sistema de normas e cânones abstratos” (*Idem., Ibidem.*), substituiu a estética construtivista, só que utilizava o espaço figurativo da Renascença, em que a imagem deveria ser fidedigna ou verossímil tal como se apresentava na natureza, ou seja, uma imitação verossímil do real percebido pela visão.

Logo, podemos afirmar que aceitar uma teoria que analise a imagem possuindo valores em si mesma e de acordo com categorias fixas é cair num dogmatismo idealista tal qual aqueles dogmáticos que os céticos se opuseram. A história está em constante movimento, e uma análise imagética é dirigida pelos valores legitimados socialmente por cada período histórico, retratando de modo direto e indireto os seus valores éticos e morais.

## **Estudos dogmáticos no Campo do Design**

Não são poucas as amostras que poderíamos trazer para este trabalho, visto que os agentes de legitimação do Campo do Design operam mormente com noções que impactam diretamente na reprodução do saber. É dizer, utilizam muitas noções e crenças de caráter idealista e dogmático. O estudo da ergonomia voltado à construção tipográfica, por exemplo, promete promover análises acerca de noções puramente formalistas de legibilidade e leitura tipográfica e textual. Essa é mais uma noção idealista, pois não

---

<sup>4</sup> Cubismo, Futurismo, Surrealismo, Fauvismo, etc.

leva em consideração o movimento histórico. Dessa forma, é amplamente reproduzida a noção de que tal tipografia é “melhor” do que outra por apresentar esta ou aquela forma. Desde a Bauhaus e a Nova Tipografia (MEGGS, 2009, p. 402-434) e, depois, o Estilo Tipográfico Internacional (*Idem.*, p. 480) vem se reproduzindo que os tipos sem serifa – sejam eles *humanistas* (Ex.: Gil Sans, de Eric Gill), *transicionais* (Ex.: Helvetica, de Max Miedinger) ou *geométricas* (Ex.: Futura, de Paul Renner)<sup>5</sup> – são os mais legíveis por apresentar formas mais “simples” e destituídas de ornamento. Ocorre que tais classificações não mencionam que este é um estudo datado, isto é, pertence a um local histórico ou geográfico. Parece claro para nós que um monge copista do *Scriptorium* medieval, por exemplo, não compreenderia ou teria dificuldade em compreender um texto impresso com tipos sem serifa, pois estava inculcado pelo *habitus* da época e do local a compreender a caligrafia gótica. Também parece lógico defender que um brasileiro do século XXI não compreenderia qual é o “melhor” ou “mais legível” caractere em sânscrito ou o ideograma japonês, por exemplo.

De igual forma, são ignoradas as bases materiais por detrás da ampla reprodução de tais tipos. Os tipos modernos, tais quais os citados acima, são mercadorias; logo, possuem valor de troca simbólica. Grandes empresas, como a Linotype – que foi criada em 1886 no bairro nova-iorquino do Brooklin, e que utilizava a recém inventada máquina de linotipo (BRINGHURST, 2011, p. 387) – hoje oferece suas famílias tipográficas para serem utilizadas digitalmente, com um custo para a licença de uso. A licença da família tipográfica Helvetica, por exemplo, hoje custa cerca de quatrocentos euros, promovendo, assim, lucros abusivos e promoção de mais-valor. Porém, tais

---

<sup>5</sup> Estas classificações têm origem em analogias com a História da Arte, e os impressores buscaram tal herança no século XIX, criando, assim, um sistema de classificação de tipos. “Letras *humanistas* estão intimamente conectadas à caligrafia e ao movimento da mão. Os tipos *transicionais* e *modernos* são mais abstratos e menos orgânicos. Esses três grupos correspondem grosseiramente aos períodos renascentista, barroco e iluminista na arte e na literatura”. (LUPTON, 2013, p. 42). Tal sistema de classificações foi formulado no século XIX, conforme descrito acima, o que demonstra a conexão carismática e idealista em sua concepção, pois foi idealizada no Romantismo.

dados são apagados do ensino do *design*, e a enorme “fama” de algumas famílias tipográficas não são relacionadas à propagação de sua venda, mas sim com a “boa forma” ou com a moda.

O que se percebe neste exemplo é que esta “ciência” é idealista ou alienada de sua origem social, pois não examina as razões materiais para a qual existe, ou seja, a sua razão de ser. Apenas se reproduz a alienação de que o *designer* está pensando no melhor para o “usuário”, que está movido por uma boa intenção ou acreditando sinceramente que está se conduzindo uma “boa” prática. Não estamos negando a ciência da percepção, não nos recusamos a reconhecer que nosso olho conjugado com nossa mente tende a “fechar” ou concluir aquilo que está inconcluso em uma forma, por exemplo. Contudo, os princípios científicos veiculados pela ciência da percepção não são as únicas circunstâncias em jogo, pois existem também tradições sociais que foram estabelecidas ao longo do tempo e que interferem na nossa maneira de “ver” ou “perceber” as coisas do mundo. Uma pessoa que acredita em alguma coisa, vê ou percebe coisas que os descrentes nesta mesma coisa não conseguem ver ou perceber. Se alguém é educado dentro da tradição religiosa, por exemplo, é possível que este alguém possa “ver” aparições da Virgem Maria, pois para essa pessoa a Virgem é real, ainda que para os descrentes seja apenas imaginada.

Outro exemplo de reflexões teóricas que terminaram por dificultar uma compreensão mais clara das imagens foi o advento da Semiótica, disciplina criada maiormente por estruturalistas como Charles Sanders Peirce, Ferdinand de Saussure e Claude Lévi-Strauss, embora haja muita disparidade nos estudos destes autores. Tal sistema procurava compreender os signos como universalmente invariantes e que faziam parte do discurso<sup>6</sup> – fossem os

---

<sup>6</sup> “Entender-se-á, portanto, daqui para frente por linguagem, discurso, fala, etc. toda unidade ou toda a síntese significativa, quer seja verbal, quer visual: uma fotografia será, por nós, considerada fala, exatamente como um artigo de jornal: os próprios objetos poderão transformar-se em fala se significarem alguma coisa”. BARTHES, R. **Mitologias**. Tradução de Rita Buongiorno, Pedro de Souza e Rejane Janowitz. Rio de Janeiro: Difel, 2003. p. 201.

códigos da língua, fossem os códigos empregados para realização das imagens, pois não percebiam uma diferença entre eles. De forma estruturante, enfim, compreendiam a imagem como uma linguagem (oral e escrita), pois esta também é formada por meio de signos. Empregando conceitos de oposição, como significado e significante, sincronia e diacronia, entre outros, os estruturalistas sustentavam que a cultura, assim como a língua, deveria ser examinada em si mesma, pelos seus próprios critérios, fora do tempo e do espaço, apenas no presente, sem qualquer tipo de exame histórico ou geográfico, haja vista a sua universalidade.

Como pretendiam criar uma ciência dos signos, esta precisava ser universal, e acabaram por criar um modelo formalista e generalizante, que foi construído para funcionar como julgavam que funcionava – daí operavam esta ciência de modo homólogo à metafísica dos eleatas gregos. Para esses teóricos, a frase, por exemplo, possui uma estrutura lógica invariável, servindo para todos os idiomas conhecidos e em todos os períodos históricos. Até onde se sabe, todas as línguas do planeta empregam frases ou sentenças. Mas acontece que o signo pode significar uma coisa em um espaço temporal ou físico, e outra coisa em outro, conforme explicitado e exemplificado anteriormente, de modo que não pode ser universal. Peter Burke denominou tais processos como “enfoques” e não como “métodos” pelo fato de que eles representam novos interesses e novas perspectivas, e não procedimentos propriamente novos de pesquisa (BURKE, 2017, p. 263). Ou seja, hoje sabemos que a opção pela análise da imagem por uma perspectiva semiológica é mais uma opção ideológica, e corre o risco de cair no historicismo. Além disso é materialização de uma ideologia idealista, pois não compreende e nem propõe a análise da imagem como um arbitrário cultural que pertence à dinâmica de um fluxo histórico, mas sim a de que é uma ciência que funda sua verdade apenas em categorias lógicas; portanto, fixas ou invariáveis.

Sustentamos que a análise e a interpretação do sentido semântico da imagem deve se dar como uma construção social, localizada historicamente. É dizer, os fluxos de mudança social são os fatores que determinam a compreensão da imagem como representação de alguma coisa, e isto está

intrinsecamente relacionado com os valores tradicionais e morais da sociedade a ser examinada. No Campo do Design é comum a relação de formas e cores como representantes de valores fixos, como foi o exemplo da Teoria da Gestalt, que pretendia examinar as imagens por um viés psicológico e como algo biológico e invariável nos seres humanos, como condição imutável ou como uma “essência” espiritual fixa no indivíduo, reforçando a noção ideológica individualista. Ou, ainda, que tal cor representa este ou aquele sentimento, o que é amplamente ensinado e reproduzido nas instâncias de ensino em que operam os agentes legitimação do campo.

Um exemplo que julgamos ser muito ilustrativo acerca dos estudos que consideram categorias fixas e dogmáticas no Campo do Design são aqueles que se aportam, conforme afirmado acima, na psicologia humana, em busca de estruturas permanentes da psique, distribuídas igualmente por toda a humanidade, não importando cor da pele, gênero ou orientação sexual, tal como Lévi-Strauss se dedicou a encontrar no tabu do incesto.<sup>7</sup> A análise das cores é um desses exemplos. Heller (2013) escreveu em seu livro “A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão”, que “sempre que o preto estiver num acorde cromático em companhia do vermelho, amarelo ou verde, uma característica negativa será visualizada nele” (HELLER, 2013, p. 53). A palavra que chama a atenção na citação acima é o peremptório “sempre”. Michel Pastoureau, o famoso historiador da cor, demonstrou por meio de seus cuidadosos estudos que os significados das cores estão intrinsecamente ligados à sociedade a ser estudada. Segundo este historiador, as cores e seus significados estão diretamente relacionados com as práticas profissionais da tinturaria, com a indústria têxtil e com a indústria ou fabricação do vestuário (PASTOUREAU, 2016, p. 11).

Esta sim parece ser uma afirmação histórica que oferece uma ferramenta de compreensão ou entendimento científico das cores, pois se preocupa com as bases materiais da sociedade, ou seja, busca em fatos

---

<sup>7</sup> Cf. LEVI-STRAUSS, C. **Las Estructuras elementares de parentesco**. Barcelona: Paidós, 1988.



históricos concretos e nas relações de produção de determinada época os motivos para os fatos terem se dado desta ou daquela maneira. Falando sobre a cor preta, Pastoureau relata que entre as décadas de 1360-1380 os europeus conseguiram finalmente tingir panos de lã com pretos densos, sólidos e brilhantes, o que seus antecessores não haviam conseguido alcançar. Ademais, defende que o que desencadeou este “salto” técnico não foi uma eventual descoberta química e nem a chegada de um corante diferente na Europa, mas sim o fato de haver uma procura por essa cor por parte da sociedade. É porque a sociedade europeia do século XIV passa a ter a necessidade ou o desejo por tecidos e roupas pretas e de grande qualidade, e porque pede aos tintureiros para tingirem tecidos dessa cor recentemente valorizada que se dá o avanço técnico (*Idem.*, p. 92), e não o contrário. Segue relatando que em razão desta valorização simbólica e histórica do preto que, ainda hoje, continuamos sentindo tais efeitos através da utilização de nossos fatos escuros, como o *smoking*, os fraques e vestidos pretos, os ditos trajes de gala.

Podemos perceber que o preto não está sempre relacionado a uma “característica negativa”, como afirma levemente Heller. Com efeito, no início do século XIX, o azul perdeu seu estatuto de cor romântica e deu lugar ao preto, por influência principalmente dos romances góticos ingleses. “É o triunfo da noite e da morte, das feiticeiras e dos cemitérios, do estranho e do fantástico” (Pastoureau, 2011, p. 164). O azul da casaca de Werther cai em desuso nos romances do próprio Goethe, dando lugar ao preto. Em “O Fausto”, o herói deste autor alemão faz um trato com Mefistófeles – troca a alma pela juventude–, em uma atmosfera sombria e escura. E essas relações com a morte, com o misterioso e com o breu se traduzem em outras formas de arte, como por exemplo os *Noturnos*, de Frédéric François Chopin. “[a música] É a arte romântica por excelência, e Chopin o mais romântico de todos os românticos” (HAUSER, 1982, p. 874).

Outra relação romântica com o preto está nas origens do mais famoso termo romântico: o *mal du siècle*. O termo tem sua origem na Idade Média, onde era utilizado para referir-se a uma doença de fato, o excesso de bilis preta. No teatro, redescobre-se Shakespeare e apropria-se de alguns de seus

personagens, como Hamlet, que “torna-se um herói romântico, e sua famosa veste preta, um verdadeiro uniforme, está mais em sintonia com as sensibilidades e as modas do momento [romântico] do que a judiciosa casaca azul de Werther, dali em diante totalmente obsoleta” (PASTOUREAU, 2001, p. 167). Heller ainda afirma que o acorde verde em companhia do azul e amarelo representa esperança (HELLER, 2013, p. 53). A propósito, relacionar uma emoção com uma cor é algo recorrente no estudo psicológico das cores. Acontece que este é outro erro comum. Uma cor pode até despertar alguma sensação, mas isto é porque na nossa sociedade acabamos por nos acostumar a relacionar tal cor com alguma experiência passada, mesmo que inconsciente e coercitivamente, através do *habitus*. Mas isso, na maioria das vezes, não é colocado em evidência.

Parece claro que afirmar que o exame psicológico das cores só pode ser realizado num período histórico onde exista a psicologia, visto que esta pretensão como ciência só foi “descoberta” no final do século XIX. Acerca do azul, Pastoureau afirmou que é a cor preferida dos europeus hoje em dia (cerca de 80% da população tem como cor preferida o azul), mas nem sempre foi assim. Na Roma Antiga, por exemplo, o azul estava relacionado ou era tido como uma cor “ruim”, “feia”, “hostil”, pois, para o cidadão romano, esta cor estava relacionada aos Bárbaros, Celtas e Germanos, que tinham o hábito de tingir o corpo com essa cor. Dessa forma, o azul era relacionado, naquela sociedade, com a morte e com o inferno (PASTOUREAU, 2016, p. 31). Por algum motivo indeterminado, mas certamente tendo sua origem em causas sociais, no século XII este sentido mudou e até mesmo o manto da Virgem Maria passou a ser da cor azul.

O que fica claro neste breve estudo é que o efeito dogmático dos costumes atinge a todos. Voltando ao exame cético, utilizemos Michel de Montaigne filósofo Renascentista, como um breve exemplo. Apesar deste filósofo ser Humanista e, logo, individualista, não deixa de defender que a *science* não passa de um partido, ainda que um “partido bem útil e grande” (CONCEIÇÃO, 2010, p. 122). “Montaigne não trabalha em política com conotações objetivas dos conceitos dado que considera a razão desprovida de

autonomia e constituída da mesma matéria da qual são feitos os hábitos” (*Idem.*, p. 127). Para este cético, a ordem não é imutável, muito menos divina (*Idem.*, p. 129), o que demonstra que é impossível, tratando-se de ciência – seja ela qual for – ser fixa e real, pois, assim como pensava Heráclito, o real é sempre o mesmo, mas parece que nossas percepções e observações sobre ele estão sempre mudando, e aí se encontra também os valores éticos e morais de uma sociedade. Vale lembrar, no aspecto, que de acordo com a história da filosofia ocidental, Heráclito foi a única voz dissidente no pensamento grego, contra o hegemônico monismo da Escola de Eléia. Ademais, a concepção filosófica de Heráclito de Éfeso não deixou discípulos, ao contrário do que ocorreu com Platão, o qual durante o início da Idade Moderna foi revitalizado, catapultando o emprego de categorias fixas de análise na sociedade.

## **Considerações Finais**

Se existe uma forma correta ou uma maneira que poderíamos nomear de mais correta em relação às outras, isto é, uma maneira que arbitrariamente pudéssemos chamar de científica e que com ela poderíamos fazer um exame das imagens gráficas com alguma neutralidade em relação às nossas paixões ou ideologias, nos parece que deve ser feito levando em consideração a noção de que vivemos em sociedade, e que a imagem gráfica, e não o indivíduo e nem alguma força etérea, seriam os únicos determinantes dos valores a ela atribuídos. Ao procurar validar a análise das imagens gráficas por meio de um método que emprega categorias fixas, o Campo do Design (e todos os campos que analisam a imagem) acaba por promover noções que são, além de idealistas, dogmáticas, pois a compreendem como algo “real” estático, fundamentando tanto a sua constituição quanto a sua formulação.

Sustentamos que deveria haver, contudo, um exame crítico para que pudéssemos compreender sem hesitar que uma imagem gráfica pode significar mais de uma coisa, dependendo do lugar histórico, geográfico e social em que a representação imagética pertence. Defendemos que seja

imperativo que o ensino do *design* se afaste das noções idealistas, sejam elas de cunho funcionalista, sejam de cunho carismático, para que então se possa evoluir no sentido de compreender a abrangente totalidade da condição humana, isso porque, tal como a análise de imagens, a vida dos sujeitos é ideológica e política, e a ideologia e a política de certa época ou espaço fazem parte de um movimento histórico.

Entendemos que a tradição cética moderna é um instrumento filosófico de suma importância para realizar o estudo não peremptório do movimento do mundo social. Julgamos que pode ser de grande serventia no sentido de esclarecer que os estudos fixos no Campo do Design são dogmáticos e idealistas, e que não se preocupam em investigar o movimento histórico e as bases materiais para que tal movimento ocorra. Significa dizer, pois, que somente por meio da educação histórico-cultural da sociedade é que se poderá efetivamente compreender que o trabalho do *designer* é, assim como qualquer outro, um trabalho político e social. Projetar não pode ser compreendido como um problema apenas técnico ou metodológico, tampouco como estético ou decorativo, mas sim como um problema ideológico que tem sua gênese na história, na cultura e nos fatos sociais.

## BIBLIOGRAFIA

BARTHES, R. **Mitologias**. Tradução de Rita Buongermino, Pedro de Souza e Rejane Janowitz. Rio de Janeiro: Difel, 2003. p. 201.

BAXANDALL, Michael. **O olhar renascente. Pintura e experiência social na Itália da Renascença**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. Tradução: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2011

BURKE, Peter. **Testemunha ocular: o uso de imagens como evidência histórica**. São Paulo: Editora Unesp, 2017.

CONCEIÇÃO, Gilmar Henrique da. **Política e subjetividade em Montaigne**. Revista Institutio, Porto Alegre, 2010, p. 116-133.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HAUSER, Arnold. **História social da literatura e da arte**. São Paulo: Mestre Jou: 1972-1982.

HELLER, Eva, 1948-2008. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Tradução Maria Lúcia Lopes da Silva. 1. Ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

KOPP, Anatole. **Quando o moderno não era um estilo e sim uma causa.** Tradução: Edi G. de Oliveira. São Paulo: Nobel – EDUSP, 1990.

LUPTON, Ellen. **Novos fundamentos do *design*.** São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos:** guia para *designers*, escritores, editores e estudantes. Tradução: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MARCONDES, Danilo. **Iniciação à história da filosofia:** dos pré-socráticos a Wittgenstein. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

MEGGS, Philip B. **História do Design Gráfico.** Tradução: Cid Knipel. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

PASTOUREAU, Michel. **Azul, história de uma cor.** Lisboa: Orfeu Negro, 2016.

SCHNEIDER, Beat. **Design – uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico.** Trad. George Bernard Sperber e Sonali Bertuol. São Paulo: Blücher, 2010.

LEVI-STRAUSS, C. **Las Estructuras elementares de parentesco.** Barcelona: Paidós, 1988.