

9

Informação e persuasão no âmbito da Retórica do Design [Gráfico]

A condição acima mencionada sobre persuasão traz à baila o entendimento do papel do Design [Gráfico] perante a própria história do Design. Nesse sentido, um dos momentos mais determinantes foi a influência provocada pela institucionalização da Bauhaus [1919-1933], escola criada com a fusão de dois institutos de ensino, na República de Weimar⁹⁹: a Escola Superior de Belas Artes e a Escola de Artes Aplicadas. Em sua origem, sob a direção de Walter Gropius entre os anos de 1919 e 1928, a Bauhaus (*casa estatal de construção*) buscava a união da arte e da técnica. Adequando-se à necessidade de crescimento da produção industrial, enfatizava o aprendizado pela prática, explorando e combinando formas, cores, materiais e texturas. Seu desenvolvimento veio contribuir com a criação de métodos de educação adequados exclusivamente ao desenho industrial, buscando uma nova síntese estética ao integrar todas as artes e manufaturas, sobretudo aquelas já notoriamente aplicadas na Arquitetura, além de instituir uma arte que fosse capaz de alcançar, com um mínimo de custo, o mais elevado nível artístico, procurando conceber objetos que estivessem ao alcance de todas as categorias sociais (cf. Bürdek, 2006:33; Kopp, 2004:59; Maldonado, 1999?:51; Heskett, 1998:103; e Niemeyer, 1997:43).

O surgimento da Bauhaus está atrelado à crescente industrialização, que, iniciada na Inglaterra no século XVIII, chegou à Alemanha e outros países centrais da Europa na primeira metade do século XIX¹⁰⁰. Uma industrialização

⁹⁹ Em 1918, “a I Guerra Mundial termina com a assinatura do Tratado de Versalhes. A Alemanha é derrotada; é fundada a República de Weimar” (Lupton e Miller, 2008:6).

¹⁰⁰ Henderson (1979:8-10) explica que a industrialização afetou os países da Europa em épocas e ritmos diferentes: “Enquanto na Grã-Bretanha, o primeiro país a tornar-se industrializado, o processo começou no século XVIII (em 1780, de acordo com alguns historiadores; segundo outros, em 1740), certas partes da Europa não foram industrializadas senão muito mais tarde. (...) Em contraste, a Alemanha, a França e a Itália continuavam países agrários em 1815. Na Alemanha, a produção de artigos manufaturados estava principalmente nas mãos de artífices (...). Só depois da unificação das alfândegas alemãs (*Zollverein*) e da construção dos caminhos-de-ferro em 1840 é que um rápido progresso se conseguiu, e a região do Rhur experimentou então a sua primeira explosão industrial. Só depois da unificação política de 1871 é que o ritmo da

que alterou consideravelmente as condições de vida: a mecanização trouxe reestruturações sociais, grande parte das populações foi proletarizada (cf. Droste, 2006:10). Nesse cenário da Revolução Industrial, houve uma transformação paradigmática. A sobrevivência da economia começara a demandar estratégias como a absorção de maior contingente de mão de obra assalariada e a tomada de novos mercados, leia-se aqui, por exemplo, a conquista de novas colônias (cf. Bomfim, *in* Couto e Oliveira, 1999:145). Com isso, “ao contrário da Inglaterra, sua grande rival no panorama econômico entre o final do século XIX e início do século XX, a Alemanha, pobre em matéria-prima e sem possessões às quais pudesse impigir seus produtos, desenvolvia programas comerciais, políticos e até mesmo bélicos” (*ibid.*). Então, sem matéria-prima e colônias, sem mercado consumidor, a economia alemã presenciava seu alijamento, uma das causas que futuramente veio contribuir para a deflagração da Segunda Grande Guerra¹⁰¹.

A Bauhaus, de certa forma, vem preencher ideologicamente uma lacuna marcada pela incapacidade de sobrevivência da Alemanha perante as exigências de um comércio voltado à produção industrial¹⁰². Buscava-se um padrão formal que pudesse substituir a grande variedade de estilos presente na indústria alemã que colaborava com a oneração da produção (cf. *ibid.*). “A meta da atividade de projeto na Bauhaus era a de criar produtos para camadas mais amplas da população, que fossem acessíveis e tivessem alto grau de funcionalidade” (Bürdek, *op.cit.*, p.31). Influenciada, sobretudo, por outros movimentos, como o De Stijl¹⁰³ e o Construtivismo Russo¹⁰⁴, a Escola ajudou consideravelmente na cristalização de um estilo e uma estética específicos para o campo do Design.

industrialização alemã alcançou o movimento febril que caracterizou o último quartel do século XIX”.

¹⁰¹ A Alemanha vivia uma devastadora hiperinflação. “A moeda corrente de baixo valor nominal valia tão pouco que era retirada de circulação” (Egherman, *in* Lupton e Miller, 2008:39). “Hugo Stinnes, o magnata da mineração de Rhenn, incentivou o Reichsbank a imprimir mais dinheiro. Em 1923, trezentos moinhos de papel e 2 mil gráficos trabalhando 24 horas por dia não conseguiam fazer dinheiro suficiente para dar conta da inflação” (*ibid.*). “Em novembro de 1923, um pão custava 20 bilhões de marcos; um jornal, 50 bilhões. O marco valia um trilionésimo de seu valor anterior à [primeira] guerra” (*ibid.*). “Herbert Bayer projetou freneticamente as notas de dois e três milhões de marcos para o Reichsbank em 1923. Elas foram postas em circulação antes que a tinta pudesse secar” (*ibid.*, p.40).

¹⁰² “O Tratado de Versalhes custou aos alemães 13% do seu território anterior à [primeira] guerra, causando a perda de 15% do seu solo arável e 75% de seus depósitos de minério de ferro. Em 1919, a força industrial alemã alcançava apenas 42% do nível de 1913” (*ibid.*).

¹⁰³ De Stijl (O Estilo) foi um movimento holandês de vanguarda na arte e na arquitetura. “A característica mais óbvia do De Stijl era sua retangularidade, exemplificada nas pinturas abstratas

“Em 1923, Kandinsky afirmou a existência de uma correspondência universal entre as três formas básicas e as três cores primárias. Indo do quente ao frio, do claro ao escuro e do ativo ao passivo, essa série é uma sentença elementar da ‘linguagem’ da visão” (Lupton, *in* Lupton e Miller, 2008:39). Entende-se que “a geometria era a principal maneira de o designer funcionalista fugir ao estilo renascentista, ao Fraktur¹⁰⁵ e à tradição germânica de tipos caligráficos pesados e artesanais” (Hollis, 2005:53). Nessa direção, conforme comenta Cardoso (2008:135), o conhecido “alto” Modernismo teve como preceito máximo o Funcionalismo, “(...) ou seja, a idéia de que a forma ideal de qualquer objeto deve ser determinada pela sua função, atendo-se sempre a um vocabulário formal rigorosamente delimitado por uma série de convenções estéticas bastante rígidas” (*ibid.*). Daí, o difundido conceito bauhausiano de que a *forma segue a função*. E o princípio de que o ornamento é força de trabalho e de matéria-prima desperdiçadas (cf. Maldonado, *op.cit.*, p.38).

Bürdek (*op.cit.*, p.31) explica que a *função* significava sempre a ligação de duas suposições: “a de que é válido, no design, combinar harmonicamente as condições da produção industrial (técnica, construção, material) com as condições sociais, o que significa condicionar as necessidades da população às exigências do planejamento social”. Desse modo, “tipificação, normalização, fabricação em série, produção em massa viraram padrão nos trabalhos na Bauhaus” (*ibid.*).

Diante da barbárie promovida pelo Nacional-Socialismo de Hitler, a Bauhaus encerra suas atividades em 1933, por determinação dos nazistas (cf. Bomfim, *op.cit.*, p.148). Entretanto, “o fechamento da Bauhaus e a dispersão subsequente dos seus integrantes deram alento a uma série de importantes iniciativas de ensino de design do lado de cá do Atlântico (...)” (Cardoso, *op.cit.*, p.186). O principal destino foram os Estados Unidos, que acolheram a maioria dos intelectuais, cientistas, políticos e artistas exilados pelo Nazismo (cf. *ibid.*).

de Piet Mondrian, que geralmente mostram uma grade de linhas pretas sobre uma tela branca, com uns poucos retângulos coloridos nas cores primárias ou cinza” (Hollis, 2005:68).

¹⁰⁴ “Os construtivistas rejeitavam a idéia de que uma obra de arte era única. Para eles, isso era uma crença da velha sociedade burguesa. Armados de formas oriundas da nova pintura abstrata, partiram para demolir a divisão entre arte e trabalho. A produção mecânica de imagens através da fotografia se adequava à sua ideologia. A reprodução industrial por meio das máquinas impressoras também convinha a seus objetivos de trabalharem todos juntos no estabelecimento do comunismo” (*ibid.*, p.45).

¹⁰⁵ Fraktur é uma família tipográfica alemã que se aproxima ao estilo das fontes góticas (cf. Horcades, 2004:28-31).

Um legado da ideologia Bauhaus foi então perpetuado após o êxodo de seus ex-integrantes. Por exemplo, a primeira herdeira, a *Nova Bauhaus*, foi fundada em 1937, em Chicago, sendo depois renomeada como Escola de Design e, em 1944, finalmente rebatizada como Instituto de Design (cf. Cardoso, *op.cit.*, p.187; e Lupton e Miller, 2008:6). E, como parte dos empenhos para a reconstrução da Alemanha após a Segunda Guerra Mundial, houve em 1953, na cidade alemã de Ulm, na Baviera, o início das atividades da “Escola de Ulm”, que, inspirada nos preceitos da Bauhaus, “projetou para o mundo uma face crescentemente tecnicista, apostando cada vez mais na racionalização e no racionalismo como fatores determinantes para as soluções de design” (Cardoso, *op.cit.*, p.18). Por sua vez, os ulmianos também influenciaram a formação de outras instituições voltadas ao ensino do Design:

- Nos anos 60, ex-alunos de Ulm participaram, com grande influência, da criação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) no Rio de Janeiro.
- No início dos anos 70 foi fundado em Paris um Instituto para Design Ambiental, que, entretanto perdeu por apenas alguns anos.
- Nesta mesma época foi iniciado no Chile o desenvolvimento de produtos para as necessidades básicas. Os conceitos de projeto foram fortemente orientados pela influência de Ulm (...).
- Na Índia foi também visível a influência de Ulm no Nacional Institute of Design (NID), em Ahmedabad, e no Industrial Design Center (IDC), de Bombaim.
- O mesmo pode ser dito da Oficina Nacional de Desenho Industrial (ONDI) em Cuba, do curso de pós-graduação da Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) da Cidade do México e do Laboratório Brasileiro de Design (LBDI), de Florianópolis no Brasil (Bürdek, *op.cit.*, p.54).

Assemelhando-se aos padrões bauhausianos, mesmo encerrando suas atividades em 1968, a Escola de Ulm disseminou um legado além de suas fronteiras a várias instituições de ensino. Nessa influência, são abrigados e percebidos certos princípios pedagógicos e conceitos de Design inspirados originalmente na Bauhaus, principalmente aqueles voltados ao Funcionalismo. Sendo então a Escola de Ulm a representante de uma importante corrente influenciadora de diversos cursos de graduação e pós-graduação em Design no decorrer dos tempos, suas idealizações e contributos merecem respeito e menção. Com efeito, ao abordarmos a Retórica como campo de atuação dos discursos persuasivos, tal entendimento de sua herança não deve ser descartado.

A partir dos preceitos ulmianos, respaldados no ideal funcionalista, segundo o qual se procura produzir objetos desprovidos de ornamentos, respaldando a noção de que a simplicidade deve nortear as soluções de design (*a forma segue a*

função), o sentido empregado àquilo que vem a ser *persuasivo* pode se tornar um campo de tensão e debate, já que o interesse para o exercício do Design seria o discurso de caráter mais *informativo*. Tem-se aqui o confronto entre *persuasão* e *informação*.

Enquanto a noção de *informação* é caracterizada pelo engendramento de discursos simples e diretos, impondo-se como o verdadeiro interesse idealizado, a noção de *persuasão* tende a ser assumida como aquela que constrói discursos não desejados pelo Design. No entanto, para esta Tese, alerta-se que o sentido de *persuasão* não se remete à condição mais “propagandística” da ideia do termo ou a uma “vertente autoritária”, como entendida por Andrade e Medeiros (2001:284) (vide item 8.3). Inclusive, a teoria perelmaniana preza o não autoritarismo, buscando o debate para confrontar posições em defesa de teses as quais são fundamentadas em argumentos. E, nesse caso, o que seria da *informação* senão uma tese a ser defendida por um orador perante um auditório? A *informação*, para passar credibilidade, dentro da teoria da Nova Retórica de Perelman, necessitará de premissas adequadas que estabelecerão níveis persuasivos em seus argumentos, o que a desvincula da possível ideia de persuasão preconizada historicamente por *leis funcionalistas*. Desse modo, o emprego de *persuasão*, nesta Pesquisa, aproxima-se da ideia de Argan (2004:8), quando este expõe que “persuadir significa solicitar e acreditar em algo que não está presente, mas que, apesar disso, se coloca no horizonte do possível”. Propõe-se aqui complementar a exposição de Argan.

Numa Retórica do Design Gráfico, a *persuasão* atua não apenas em algo que não está presente, mas em algo que “aparentemente” não está presente. Esse ato do “aparentemente” é o lugar em que funcionam a conotação e a semântica, ideologicamente orquestradas para que a composição de um discurso seja materializada e graficamente apresentada. Assim, surge a Retórica como um instrumental, um ferramental para compor os discursos a serviço da Ideologia.

Nos capítulos seguintes, são apresentadas análises, discussões e inferências sobre a ação da Retórica no Design a partir dos enunciados construídos em composições gráficas.