

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Arte e design: do intertextual a relação social recíproca

Elenir Morgenstein e Alberto Cipiniuk

UNIVILLE

elenir.m@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Arte e design: do intertextual a relação social recíproca

Art and design: from the intertextual to the reciprocal social relation

Morgenstern, Elenir; Mestre; UNIVILLE

elenir.m@gmail.com

Cipiniuk, Alberto; PhD; PUC-Rio

acipiniuk@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta parte da pesquisa de doutorado “Arte e design: do intertextual a relação social recíproca”. A referida investigação, cujas reflexões fundamentam-se na antropologia, procura definir o que atualmente é nomeado pelo termo ‘design’, num questionamento acerca das fronteiras em que se estabelecem suas bases. O artigo apresenta um cruzamento entre textos compostos pela tradição artística e textos recentes do design gráfico, considerando as práticas sociais como constitutivas das noções fundamentais que definem socialmente o design.

Palavras Chave: design; arte; antropologia.

Abstract

This paper presents part of the doctorate research "Art and Design: from the intertextual to the reciprocal social relation". This investigation, on which reflections are based on anthropology, tries to define what is currently named "design", questioning about the borderlines where their bases are established. The paper shows a cross line between texts written by the artistic tradition and recent graphic design texts, considering the social practices as constructive of the fundamental notions that socially define design.

Keywords: art, design, anthropology

Introdução

O presente artigo relata parte da pesquisa de doutorado intitulada “Arte e design: do intertextual a relação social recíproca” desenvolvida junto ao curso de doutorado em Design – PUC-RIO. Nessa investigação, objetivando definir uma territorialidade ao campo do design gráfico, analisamos artefatos literários, oriundos dos campos do design e da arte, a fim de identificar possíveis ‘cruzamentos’. Considerando que o limite de um campo é o limite dos seus efeitos, pretendemos verificar, por meio de uma abordagem **antropológica**, que considera a literatura artística, e os textos de design, como concretizações de práticas e relações sociais, acreditamos que os textos são artefatos culturais, assim podemos estabelecer

conexões entre os textos produzidos pela tradição artística e os atuais pertencendo ao campo do design.

A pesquisa, com aporte teórico na **teoria social dos sistemas simbólicos** de Pierre Bourdieu, contrapõe-se às abordagens discursivas que, fundadas no paradigma estruturalista objetivista, entendem arte e design como ‘linguagens’ e por meio de ‘leitura’ visual prendem-se a uma análise estético-formal.

As literaturas, ou os artefatos literários produzidos por ambos os campos, são verificadas analisando-se algumas de suas temáticas que auxiliaram na definição de elementos fundamentais para as práticas da arte e do design. Entendemos que os textos selecionados não abordam questões discutidas pelo campo do design, mas aspectos que, teoricamente, tem definido elementos fundamentais no contexto da produção e interpretação da **imagem**, seja ela empregada para elaboração de objetos de arte ou de design.

A literatura artística na definição do campo do design

A noção de design, enquanto campo específico de conhecimento configurou-se há pouco tempo. Assim, os artefatos literários produzidos são, ainda, limitados em termos quantitativos. Contudo, se compararmos os artefatos literários representativos da arte, à prática social exercida pelos designers, percebemos uma homologia teórica muito grande. Verificamos que divergências acerca da definição dos termos e do entendimento acerca dos atributos essenciais, que configuram distinção de um e outro campo, referem-se mais aos aspectos corporativos das relações estabelecidas, pelos profissionais que atuam nessas áreas, do que a razões de natureza teórica.

Entendemos que muitas das reflexões, oriundas da literatura artística, têm alicerçado investigações do campo do design. Assim, a intenção expressa neste artigo era a verificação empírica, junto a artefatos literários da tradição artística, de teorias **acerca da arte** (imagem) que fundamentam as atuais práticas do design (gráfico). Neste intento, arte e design foram analisados como campos autônomos, segundo o desejo de seus pares, e não como signos (como propõe os estruturalistas). Por meio de levantamento da literatura artística, pretendeu-se estabelecer relações e limites, entre arte e design, visando definir uma territorialidade para o campo do design. O ensejo era o de auxiliar na definição da real natureza dessa atividade profissional e visualizar a extensão de sua atuação. Há que se esclarecer, porém, que os textos reunidos para a interseção proposta, não referenciam especificamente as práticas de artistas e designers, e sim a determinação de sua essência, a saber, sua definição, por meio do levantamento teórico de suas noções fundamentais.

O primeiro trabalho realizado com essa finalidade remonta à monumental “*Die Kunstliteratur*” de Julius Von Schlosser¹, realizada em Viena no início do século passado (1924). Para efeito do nosso trabalho elegemos um trabalho mais recente, a seleção de textos realizada por Jacqueline Lichtenstein (diretora geral e apresentadora) reunidos na Coleção ‘A Pintura’ e publicados no Brasil em 2007. Essa escolha deveu-se a questões de ordem prática, isto é, aos comentários introdutórios dos temas, assim como a sua existência em português. Do campo do design, elegemos autores de referência para o atual ensino do design gráfico nas universidades brasileiras. Acrescentamos ainda a revisão dos artigos apresentados nos últimos quatro anos de dois congressos, realizados no Brasil: Congresso Brasileiro de

¹ SCHLOSSER, Julius Von. *La Littérature Artistique*. Paris: Flammarion, 1984.

Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D de 2006 e 2008) e Congresso Internacional de Pesquisa em Design (CIPED 2007 e 2009). Nossa compreensão fundou-se no fato de que os artigos apresentados nestes dois congressos são representativos das reflexões da categoria acerca de suas práticas profissionais recentes.

As noções, ou princípios fundamentais, destacadas para esta revisão, que propõe a interseção entre arte e design, foram selecionados temporalmente de forma aleatória, sendo organizados em três grandes grupos: natureza conceitual, natureza prática e epistemologia. Neste artigo apresentamos apenas parte da pesquisa que referencia os princípios de natureza conceitual desdobrando-se nas noções de ‘belo artístico’ e ‘criatividade’.

a) ESTÉTICA – O BELO

O discurso relativo ao belo é de interesse para a arte e para o design. Assim como existe uma historicidade das formas, discorre Lichtenstein², há uma historicidade das idéias, no caso a do belo, que determina os projetos e as realizações de artefatos e objetos de arte. A noção de beleza, numa dimensão histórica tomou, em épocas diferentes, sentidos diversos, até radicalmente opostos. A intenção estética, presente em diferentes períodos, tem definido o que é “belo”, ou melhor, o que pode ser considerado artefato com pretensões de alcançar um valor em uma hierarquia entre os artefatos, tendo como nível mais baixo qualquer objeto, digamos industrial, e o seu ponto mais alto, o objeto de arte, ou seja, a forma como foram consagrados.³ Considerando-se que é possível que o “ponto de vista estético” crie o “objeto estético” há que se perguntar: o que move o ponto de vista estético? Quais fatores extra-estéticos têm contribuído para a constituição da noção estética de diferentes períodos em variadas culturas?

Ao longo da história e da teoria da arte, o belo é estudado pela literatura artística como um processo de ‘ressignificações’, tal como preferem os teóricos vindos da formação em Ciências Sociais que se inclinaram para a teoria da comunicação (semiologia, teoria da informação, lingüística etc.). O objeto belo possui uma essência ideal que é transcendental e universal, isto é, válida para todos os lugares do planeta e para todos os períodos históricos. Desde Platão, que acreditava na pressuposição de uma idealidade, de uma estrutura tectônica ou geométrica, calcada na relação harmônica ou proporcional das diferentes partes, até o Renascimento, isto é, o início da Idade Moderna, onde a idealidade do belo, ainda que baseada no idealismo platônico implicasse em uma superação ou aperfeiçoamento da natureza, a essência era transcendental. Mais tarde, já em Baudelaire, por exemplo, abrindo possibilidades para novas experiências formais, no entanto, não abandonou a antiga ou tradicional noção do belo.

Platão⁴ argumentava que o que é feito em conformidade com uma concepção do espírito é belo. Assim, o que é feito em conformidade a uma produção material já existente no mundo sublunar não é belo. Para esse filósofo, quando alguém produzia uma obra tomando como modelo algo já existente no mundo, se seus olhos estavam de fato fixos nele, não faziam algo belo. O próprio modelo, segundo Platão, continha a dessemelhança e não era fundamentalmente belo. Sendo assim, uma cópia fiel aos modelos que o artista pudesse encontrar no mundo natural se afastaria mais ainda da beleza.

Na mesma linha idealista, já no início do século XIX, conceituando como belo o que era produzido pelo espírito e não pela imitação, Hegel declarava que a existência das

² LICHTENSTEIN, Jacqueline. *A pintura Textos essenciais* (vol. 4 *O belo*). Ed. 34. São Paulo. 2007 p. 10.

³ Ver BOURDIEU, *Op. cit.*: 2008 p. 32.

⁴ *Apud*. JUNIUS, Franciscus. *A pintura dos antigos*. In.: *A pintura Textos essenciais* (vol. 5: “*Da imitação a expressão*”). Ed. 34. São Paulo: 2004. p. 79.

representações provinham do espírito que as produziu. Para esse autor, os objetos encantavam-nos não porque eram naturais, mas porque eram feitos naturalmente.⁵

Um pouco mais tarde, Baudelaire⁶ acrescentou à noção de beleza um novo item. Para esse teórico, o belo era composto por dois elementos, sendo um ‘eterno, invariável’, estando aí a antiga crença acerca da beleza produzida pelo espírito e outro ‘relativo e circunstancial’. O teórico desafiava (em seus escritos) qualquer um a descobrir alguma espécie de beleza que não contivesse os dois elementos. Na verdade ele expressava a ambigüidade da cultura moderna, que pode ser entendida como a expressão de uma crise, a crise do fundamento, no qual Platão acreditava.

Nesses textos o juízo estético é concepção do espírito, uma espécie de manifestação transcendental desconectada da razão e da lógica e situada fora do contexto social em que é produzida. Em diferentes períodos, a crença acerca do belo como fruição do espírito, esteve presente nas literaturas alusivas à arte. Mesmo na modernidade e até no período contemporâneo, quase sempre, atribui-se (por vezes de forma escamoteada) aos artefatos apreciados, segundo códigos instituídos, um valor ideal. Trata-se de algo que se executa mediante um “dom” especial deslocado das possibilidades concretas do mundo real em que vive o suposto “criador” ou o observador. Mas, como alguma coisa pode ser transcendental se é concebida segundo cânones vigentes ou calcada no mundo natural?

No exame dos textos atinentes ao design pudemos perceber que em grande maioria eles exemplificam esta questão, isto é, definem fundamentos para as práticas do design de acordo com a mesma raiz filosófica, aquela que emprega valores fundados na metafísica, como se os artefatos de design não estivessem sujeitos a um tempo, espaço e condições definidas concretamente. Santaella, por exemplo, ao discorrer acerca da lógica do design, entende a estética como algo guiado pelos sentimentos destacando, nesse processo, “*pensamento, criação e sentimento*”.⁷

Pirauá e Coutinho⁸ (fundados em Dziemidok, 1996), propondo uma avaliação estética de *websites*, apresentam uma definição de “estética”, segundo eles, bem abrangente e apropriada ao campo do design. Para os autores, a estética é a “filosofia dos fenômenos estéticos”. Consideram que estes fenômenos podem ser entendidos como quaisquer eventos que digam respeito à percepção das formas (visuais, sonoras, táteis etc.) do objeto (material ou virtual) pelo sujeito. Tem-se aqui o mesmo princípio apresentado anteriormente no texto de Santaella, ou seja, o juízo estético é guiado pelos sentimentos. Ou, em outros termos, a ação humana ou as práticas sociais, como fruto da mente (alma). É interessante observarmos como a emoção, um efeito da percepção estética no usuário do produto, pode se exteriorizar em forma de aceitação, rejeição ou neutralidade, traduzindo uma dimensão idealista ou metafísica. Os autores desse artigo acreditam que do confronto entre o “gosto” do usuário e a estética⁹ do produto surge uma resposta (juízo estético) que está diretamente conectada à

⁵ HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. *Estética*. In.: *A pintura Textos essenciais* (vol. 10: “Os gêneros pictóricos”). Ed. 34. São Paulo: 2006 p. 109.

⁶ BAUDELAIRE, Charles. *O pintor da vida moderna* In.: *A pintura Textos essenciais* (vol. 4: “O belo”). Ed. 34. São Paulo. 2007 p. 124-125.

⁷ SANTAELLA (2002) *apud*. BARBOSA, Ricardo Tiradentes; MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. *A Lógica do Design: Pensar, Criar e Sentir*. In.: Anais 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (2008).

⁸ Avaliação estética de websites com usuários: um experimento. PIRAUÁ, José; COUTINHO, Solange Galvão. In.: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

⁹ Nesse caso o termo “estética” deve ser compreendido mais como sinônimo de “forma” do objeto e não como afirmaram mais acima, apêndice da filosofia que se dedica ao estudo do belo. Na verdade verificamos que esses autores não possuem muita frequência na área da filosofia e empregam os termos de forma aleatória e quicá irresponsável.

sensação de prazer ou desprazer sentida pelo utente e, conforme os autores, essa sensação é propulsora de ações. A concepção de Pirauá e Coutinho é idealista, mas não como aquela que fora empregada por Platão. O idealismo desses autores é moderno, pois consideram que o fenômeno estético é subjetivo, psicológico, pois produz sentimentos psíquicos ou da alma e são esses sentimentos que dirigem as ações humanas. Ocorre que o sujeito dessa definição teórica não é um sujeito histórico, situado no tempo e também no espaço, mas uma entidade transcendental, portanto idealista.

Tal como ficou exemplificado no texto acima, verifica-se que o juízo estético, assim como o gosto, é uma concepção idealista. A estética e o gosto são concebidos como fruto de um engenho espontâneo que “aflora” proveniente de pensamentos e sentimentos, não são circunstanciais, não consideram o *habitus* gerador de tais adágios e, por conseguinte, dos processos ditos criativos. Também desconsideram a possibilidade de uma produção expressiva gerada pela própria prática em que ocorreria processo inverso, ou seja, a ontologia não estaria no ‘pensar’, mas no ‘fazer’.¹⁰ Tais posturas teóricas, fundadas no paradigma objetivista, e certamente alinhadas pelo positivismo, alicerçam seus postulados em direcionamentos estruturalistas (cujo desdobramento se deu na disciplina da semiótica) aplicando indiscriminadamente suas receitas sem considerar que o meio social onde o objeto se encontra, onde foi produzido. Considerando o objeto, enquanto condição marcada historicamente e situada socialmente, é também gerador das práticas produtivas que envolvem criatividade.

A partir desse exemplo e de muitos outros, evidencia-se por meio do cruzamento entre os textos da tradição artística com os textos recentes que definem as práticas do design, que a noção de beleza está intimamente relacionada às categorias utilizadas para perceber e apreciar a os artefatos artísticos que, por sua vez, estão ligadas ao contexto histórico: ou seja, como escreveu Bourdieu, associadas a um universo social situado e datado.¹¹ Ressaltamos que em ambas as literaturas encontram-se teóricos que acentuam a noção carismática ou idealista acerca do ‘belo’, o que leva ao entendimento do produtor (artista ou designer) como um ser dotado de capacidades superiores. Seguem essa noção por avaliarem a dimensão estética das imagens sem considerar o que lhes é complementar, isto é, as práticas e relações sociais concretas que geram o universo simbólico. Ou seja, sem atentar para o fato de que a noção de beleza depende do meio social ao qual pertence o observador, analisam as imagens deslocadas das relações nas quais foram produzidas, mediadas e apreciadas. O processo de aceção das imagens, bem como sua valoração técnica e estética, configura-se como resultado partilhado de uma coletividade sendo que o agente, inserido em determinados contextos, é partícipe das noções construídas. As convenções que permeiam a representação gráfica são inculcadas em grupos de agentes que, inscritos socialmente, reforçam o *habitus* cultural de uma parcela “cultura”.

b) CRIATIVIDADE

Integrado ao sistema de idéias que articula os valores representativos da noção de “belo” veicula a noção historicamente construída, acerca da criatividade. O conjunto de normas elaborado e representativo da “criação”, fundada na espontaneidade de uma inspiração inata, configura-se em uma das invenções do romantismo.¹² Essa ideologia profissional do “criador” e da “criação”, produto de um longo e lento trabalho histórico - cuja

¹⁰ Sennett defende a idéia de que “fazer” é “pensar” mostrando que o trabalho feito pelas mãos pode animar o trabalho feito pela mente (“mão inteligente”). (SENNETT, Richard. *O artífice*. Ed. Record. Rio de Janeiro:

¹¹ BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007, p. 292.

¹² Ver BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p. 104.

elaboração principal se dá durante o século XIX¹³ (movido pelo conjunto de condições econômicas e sociais) com a emergência moderna dos termos e com a instituição do campo artístico¹⁴ -, vem sendo aplicada (como espécie de carisma¹⁵) a determinadas categorias profissionais (no caso ‘artistas’ e ‘designers’).¹⁶ Assim, constitui-se o campo artístico de modo anti-histórico como o lugar em que se produz e reproduz incessantemente a crença idealista no valor da arte e no poder de criação do valor que é próprio do artista. Sendo que o artista não é visto como um homem, ou alguém pertencente à humanidade, mas o gênio, um super-homem, alguém dotado de uma natureza carismática.

Da literatura artística, tangenciando a noção de criatividade, destacam-se, nesta pesquisa, duas linhas de pensamento: 1) criatividade como algo que está ‘dentro’ do criador (em sua alma ou mais recentemente, seu inconsciente); 2) criatividade como exteriorização de um estilo pessoal. Na seqüência, alguns desses pressupostos serão confrontados com textos representativos do design.

1) Criatividade como algo que está ‘dentro’ do criador (em sua alma ou mais recentemente, seu inconsciente)

Entendendo a criatividade como algo que está dentro do criador, destaca-se Baudelaire¹⁷, que reverencia a criatividade como pertencente à natureza interior ao homem. Para este teórico os pintores que obedecem à imaginação procuram em seu dicionário elementos que se adaptem à sua concepção; ou melhor: ajustando-os com arte, dão-lhe uma fisionomia inteiramente nova. Segundo Baudelaire, quem não tem imaginação copia o dicionário e, disso, resulta um dos maiores vícios, o da banalidade, que é típico dos pintores cuja especialidade os aproxima mais da natureza exterior, como os paisagistas que, em geral, consideram um triunfo não mostrar sua personalidade.¹⁸ Tais artistas de tanto contemplar, esquecem de sentir e de pensar. Os escritos de Baudelaire delineiam a ‘criatividade’ como algo que está dentro do artista. Ou seja, que o “criador” encontrará internamente, sem necessidade de participação exterior, condicionado a fatores extra-estéticos. Parece se tratar de uma fórmula antiga, mas na prática de designers e estudantes de design, esse ideal ainda vigora.

Alexandre Wollner, por exemplo, ao referir-se a esta noção aplicada ao design, escreve que criatividade não se ensina. Para o autor, é possível, no máximo, transmitir certa consciência do que é necessário para ser criativo, para perceber as possibilidades que existem na consciência e no inconsciente, nas coisas que se aprende agora e se aprendeu anteriormente.¹⁹ Encontra-se nesse texto—de forma subliminar, a criatividade apresentada como alguma coisa que é buscada junto à consciência e ao inconsciente do criador. Não se entende criatividade como algo desenvolvido conforme condições socialmente proporcionadas, ou ainda materialmente disponibilizadas.

Não parece um tanto óbvio que o pai de Picasso era pintor e professor de desenho? E que o do pai de Mozart, era maestro e professor de música? Não que isto se torne uma condição para o sucesso do artista, mas configura-se em contexto facilitador em termos materiais e culturais. Como pensar que Picasso seria “Picasso” sem as condições que lhe eram circundantes? Como atinar que simplesmente se trata da retirada de elementos criativos da

¹³ Surgimento do artista em lugar do artífice.

¹⁴ O campo artístico (artistas, críticos, historiógrafos, colecionadores...) constitui-se baseado na crença dos poderes quase mágicos reconhecidos ao artista moderno (Ver BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p.288, 289)

¹⁵ Dom ou graça divina. Trata-se de uma interpretação inadequada do texto bíblico.

¹⁶ BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p.288.

¹⁷ BAUDELAIRE, *Op. cit.*: 2004 p. 120.

¹⁸ *Idem*.

¹⁹ WOLLNER, Alexandre. *E a formação do design moderno no brasil*. São Paulo: Cosac& Nayfi, 2005. p.5

mente? Como esses elementos teriam ido parar lá? E quais foram as condições ontológicas dessa “criatividade acumulada na mente”?

Dos textos procedentes do design encontra-se, ainda, em Baxter (1998) uma exemplificação do processo da criatividade como organização das idéias na mente, relacionando-o à afirmação de Thomas Edison: “criatividade é 1% de inspiração e 99% de transpiração”.²⁰ Por mais que esse pensamento apreenda a produção, o trabalho, como componente do processo criativo, ainda ignora as contingências extra-estéticas, que, conforme nosso entendimento, não só influenciam, mas de fato, movem as ações chamadas criativas, portanto sofre do mal da percepção idealista. Como lançar teorias acerca da criatividade sem considerar que cada caso é um caso, ou seja, que as mesmas condições racionais, ou intelectuais, podem conduzir a resultados diferenciados quando expostos a fatores externos variados?

O design gráfico, como expressão de idéias constituídas em uma mente individual (“parto da mente”), está presente também nos escritos de Gomes.²¹ Para este teórico, entre as habilidades que identificam o sujeito como criativo encontram-se as manuais, que permitem representar e modelar idéias e a compreensão visual de seus projetos. Para Gomes, quando se imagina, transmitem-se os sentimentos, e quando se desenha, as ideias. A noção de que as ideias são transmitidas pelo desenhador (como Gomes refere-se ao designer gráfico, que atua em seu ofício por meio de desenhos) perpetua a noção de criatividade como algo retirado da mente.

A atividade prática do designer gráfico é comumente, entendida como “forma de expressão de ideias”.²² Por esse prisma a atividade criativa é entendida como algo natural ou espontâneo que, retirada da mente, permite ao designer exercer sua capacidade criadora. Atividade que, por sinal, é vinculada a categoria dos designers e dos artistas, como se os demais trabalhos humanos não fossem criativos.

2) criatividade como exteriorização de um **estilo** pessoal

Da segunda linha de pensamento, pautada na crença acerca da criatividade como exteriorização de um estilo pessoal, apresenta-se na seqüência alguns exemplos teóricos que, mais adiante, serão confrontados com os textos verossimilhantes da área do design. Encontra-se em Mirabeau²³ um destaque para o homem que desenvolve seu próprio estilo. Van Gogh, segundo Mirabeau, teve em um grau raro aquilo que faz um homem se diferenciar de outro: o estilo. Nesta mesma diretriz podem ser citados os escritos de Émile Zola²⁴ nos quais discorre acerca da distinção do artista por meio de seu estilo. Para Zola, os pintores tornaram-se decoradores mesquinhos que trabalham na horrível decoração de apartamentos modernos; os

²⁰ Apud. BARBOSA, Ricardo Tiradentes; MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. *A Lógica do Design: Pensar, Criar e Sentir*. In.: 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.

²¹ GOMES, Luiz Vidal Guerreiro. *Criatividade: projeto, desenho, produto*. Santa Maria: sCHDs, 2001 p. 26.

²² A partir do surgimento dos primeiros computadores com capacidade gráfica existe uma ruptura sendo que os meios de criação deixam de ser palpáveis e ganham uma nova dimensão. No entanto existe um intenso movimento de retorno a valorização da expressão manual direta, não só como forma de expressão de idéias, mas como um produto final para ilustrações únicas e diferenciadas. (OLIVEIRA, Ricardo Alexaris Capa. *A retomada do traço. Os caminhos do desenho e as novas tecnologias digitais de reconhecimento de expressão manual*. In.: 7 Congresso Nacional de Pesquisa em Design, 2006).

²³ VINCI, Leonardo da. *Tratado da pintura*. In.: *A pintura Textos essenciais*. (vol. 5: Da imitação a expressão). Ed. 34. São Paulo: 2004 p.152

²⁴ VINCI, Leonardo da. *Tratado da pintura*. In.: *A pintura Textos essenciais*. (vol. 5: Da imitação a expressão). Ed. 34. São Paulo: 2004 p.146.

melhores viraram antiquários, roubaram parte de seu estilo de algum grande mestre já falecido e, quando um Delacroix aparece é vaiado, porque não se parece com os outros.²⁵

No século XVI Bellori²⁶ também já manifestava a conexão entre criatividade e expressão de estilo pessoal. De acordo esse autor, o estilo era uma maneira particular e industriosa de pintar e desenhar nascida do gênio particular de cada um na aplicação, e no uso das idéias; este estilo, maneira ou gosto se obtinha da natureza e do engenho. Na mesma vertente, escrevendo acerca das diferentes escolas e estilos dos artistas, Piles²⁷ alertava para o fato de que as obras mais raras não teriam valor algum se não houvesse o público apreciador. Conforme este teórico, seria inútil conservar num palácio magnífico as coisas mais raras do mundo se esquecêssemos de colocar portas ou se a entrada não fosse proporcional a beleza do edifício, a fim de despertar nas pessoas a vontade de entrar e satisfazer sua curiosidade. Denota-se neste texto uma das condições extra-estéticas que compõe a produção artística.

Questões referentes ao ‘estilo’ em diferentes períodos permearam os debates entre filósofos, críticos, artistas, historiadores da arte e designers. Na seqüência, adentrando nos textos concernentes à área do design, pudemos estabelecer a conexão com os postulados oriundos da literatura artística que entendiam a criatividade como exteriorização de um estilo pessoal.

Do campo do design, Almeida Junior e Nojima, com aporte teórico em vários autores, definem criatividade, integrando-a ao conceito de inovação. Para esses teóricos, criatividade é um talento produtivo de se pensar ao reverso das regras, de criar coisas novas a partir da combinação original e harmoniosa do saber já existente. Nesta frase destaca-se também o uso que os autores fazem da palavra “talento”, termo que vem substituindo a palavra “dom”. Incluindo Baxter²⁸, como uma de suas referências, destacam a criatividade (que, segundo eles, é o coração do design, em todos os estágios do projeto) vinculada à inovação, criação de algo radicalmente novo, nada parecido com o que se encontra no mercado. Ainda, edificadas em Baxter, arrazoam que o projeto mais excitante e desafiador é aquele que exige inovações de fato (1998, p. 51).²⁹ Além do peso da idealidade no conceito de talento, esses autores poderiam discutir uma questão importantíssima que é a noção de novo. Não fica claro por qual motivo um artefato é novo. O novo aparece como uma categoria transcendental e nós defendemos o novo como resultado de circunstâncias concretas, demandas do meio social.

A busca por um estilo confere ao artista e ao designer marcas de distinção, reconhecidas, pelos campos da arte e do design, como culturalmente pertinente e esta mesma lei que inflige à busca da distinção impõe também os limites no interior dos quais tal busca pode exercer legitimamente sua ação.³⁰ Em outros termos, os recursos técnicos e esteticamente montados funcionam como espécie de código comum convertendo-se em procedimentos de distinção que precisam ser reconhecidos pelo campo. Como decorrência, um estilo que não se enquadre dentro do que é aceitável, em determinado campo, é desvalorizado. A comunidade intelectual e artística, como argumenta Bourdieu³¹ só consegue

²⁵ ZOLA, Émile. *Uma nova maneira em pintura: Edward Manet*. In.: *A pintura: textos essenciais* (vol I: O mito da pintura) Ed. 34. São Paulo: 2008 p. 144, 145, 146.

²⁶ BELLORI, Giovanni Pietro. *Observações de Nicolas Poussin sobre a pintura*. In.: *A pintura Textos essenciais*. (VOL 10: Os gêneros pictóricos). Ed. 34. São Paulo: 2006 p. 48.

²⁷ PILES, Roger de. *Curso de pintura por princípios*. In.: *A pintura Textos essenciais*. (vol. 3: A idéia e as partes da pintura). Ed. 34. São Paulo: 2008 p. 101, 102.

²⁸ BAXTER, *apud*. ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. Ferramental para uma Retórica do Design Gráfico. 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

²⁹ ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. Ferramental para uma Retórica do Design Gráfico. 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

³⁰ Ver BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p. 109.

³¹ BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p. 110.

afirmar a autonomia da ordem propriamente cultural quando controla a dialética da distinção cultural, sempre ameaçada de degradar-se em busca anômica da diferença a qualquer preço.

CONCLUSÃO

O artigo apresentou os resultados parciais da pesquisa de doutorado “Arte e design: do intertextual a relação social recíproca”. O principal objetivo da referida investigação era o entendimento teórico do design gráfico em termos estéticos (em sua forma ou configuração) e extra-estéticos (como prática social), analisando sua legitimação no meio ao qual se insere.

Ao propor-se a verificação dos limites do campo de design, por meio de cruzamento de textos que definem suas práticas com textos da tradição artística, investigou-se acerca da gênese social desses dois campos, ou seja, as práticas e relações sociais em meio às quais a arte e o design são certificados como tal. A intenção de definir-se uma territorialidade para o campo do design - questão com aparência positivista, mas que na verdade é oposta a ingênua idéia positivista acerca da ciência que é a de estudar afundo um objeto preciso bem circunscrito, ou seja, um fragmento limitado de determinado conjunto teórico – configura-se em uma opção pelo estudo do conjunto dos elementos pertinentes do objeto construído.

A intenção não é *reduzir, ou destruir*, mas como escreve Bourdieu, apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas que nele se geram. A bibliografia eleita, da tradição artística, trouxe à tona os principais fundamentos do campo artístico. Tais noções apresentam-se, da Antiguidade à Modernidade, como alvo dos debates acerca da arte (imagem entendida como algo puro, bastando-se a si mesma) e do design (meios racionais e objetivos com vistas à eficácia de uma comunicação visual). Mediante cruzamento entre os textos provenientes da arte e do design, que se fez mediado pela teoria social dos signos, de Bourdieu, verificou-se que boa parte da literatura, que define as atuais práticas de designers, foi fundada na literatura composta pela tradição artística. Considerando-se que o limite de um campo é o limite dos seus efeitos, entendeu-se que artistas e designer, embora definidos profissionalmente como categorias diferenciadas, partilham de um mesmo campo definido, nesta tese, como campo artístico. Conclui-se que, já que as práticas dos agentes (designers) sofrem o efeito das teorias da arte, a fronteira entre arte e design não existe ou então essas fronteiras são flexíveis ou porosas. Assim, a territorialidade para o design compõe-se por intermédio de sua emulação com o campo artístico.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. **Ferramental para uma Retórica do Design Gráfico**. In.: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

BARBOSA, Ricardo Tiradentes; MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. **A Lógica do Design: Pensar, Criar e Sentir**. In.: 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Ed. PERSPECTIVA, São Paulo: 1982.

BOURDIEU, Pierre. **A Produção da Crença Contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Zouk. São Paulo: 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento.** Ed. Zouk. Porto Alegre, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas Lingüísticas.** Ed. Edusp. São Paulo: 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Ed. Bertrand Brasil. Rio de Janeiro: 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas sobre a teoria da ação.** Ed. Papirus, 2003.

GOMES, Luiz Vidal Guerreiro. **Criatividade: projeto, desenho, produto.** Santa Maria: sCHDs, 2001.

LICHTENSTEIN, *Jaqueline.* *A pintura Textos essenciais.* Volumes: 1, 3, 4,5 e 10. Ed. 34. São Paulo: 2007.

OLIVEIRA, Ricardo Alexaris Capa. **A retomada do traço. Os caminhos do desenho e as novas tecnologias digitais de reconhecimento de expressão manual.** *In.:* 7 Congresso Nacional de Pesquisa em Design, 2006).

PIRAUÁ, José; COUTINHO, Solange Galvão. *In.:* 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

SANTAELLA (2002) *apud* BARBOSA, Ricardo Tiradentes; MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. **A Lógica do Design: Pensar, Criar e Sentir.** *In.:* Anais 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (2008).

SENNETT, Richard. **O artífice.** Ed. Record. Rio de Janeiro: 2009.

VINCI, Leonardo da. **Tratado da pintura.** *In.:* *A pintura Textos essenciais.* (vol. 5: Da imitação a expressão). Ed. 34. São Paulo: 2004.

WOLLNER, Alexandre. **E a formação do design moderno no brasil.** São Paulo: Cosac&Naify, 2005.