

Marcos N. Beccari¹

Do ornamento ao design total: um panorama histórico a partir de Hal Foster

From ornament to total design: a
historic overview from Hal Foster

Del ornamento al diseño total: un
panorama histórico desde Hal
Foster

Resumo

Este artigo retoma o polêmico texto “Design e crime”, de Hal Foster, para delinear um breve panorama histórico acerca das relações entre a ornamentação do Art Nouveau e o que o autor denomina “design total”. Para tanto, revisito o debate oitocentista em torno do ornamento e explico como o culto à personalidade emerge com a ornamentação da vida pública. A partir disso, sustento que a difusão do design na vida contemporânea está atrelada a uma conduta do “designer de si”. Assinalo, por fim, a atualidade da provocação de Foster, indicando que, na contramão das narrativas que expõem o design como superação do ornamento, o design segue operando em larga medida à guisa de uma racionalidade ornamental.

Palavras-chave: Hal Foster, Ornamento, Design Total, *Art Nouveau*.

Abstract

This paper takes up Hal Foster’s controversial “Design and Crime” to outline a brief historical overview of the relationship between Art Nouveau ornamentation and what the author calls “total design”. To this end, I revisit the nineteenth-century debate about ornament and explain how the cult of personality emerges with the ornamentation of public life. From this, I argue that the diffusion of design in contemporary life is linked to the behavior of the “designer of yourself”. Finally, I point out that Foster’s provocation remains current, indicating that, contrary to the narratives that expose design as the overcoming of ornament, design continues to operate largely as an ornamental rationality..

Keywords: Hal Foster, Ornament, Total Design, *Art Nouveau*.

Resumen

Este artículo retoma el controvertido texto “Design and crime”, de Hal Foster, para esbozar una breve descripción histórica de la relación entre la ornamentación Art Nouveau y lo que el autor llama “diseño total”. Comienzo repasando el debate sobre el ornamento del siglo XIX y explicando cómo surge el culto a la personalidad con la ornamentación de la vida pública. A partir de esto, sostengo que la difusión del diseño en la vida contemporánea está vinculada a la conducta del “diseñador de sí mismo”. Finalmente, señalo que la provocación de Foster sigue siendo actual, indicando que, contrariamente a las narrativas que exponen el diseño como una superación del ornamento, el diseño continúa operando en gran medida en una racionalidad ornamental.

Palabras-claves: Hal Foster, Ornamento, Diseño Total, *Art Nouveau*.

¹ Artista, pesquisador e professor do Depto. de Design e do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Coordenador do Grupo de Estudos Discursivos em Arte e Design da UFPR. Doutor em Educação na Universidade de São Paulo (USP), graduado em Design Gráfico e Mestre em Design, ambos pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Influenciado principalmente por Nietzsche e Foucault, dedica-se a pesquisar Crítica e Filosofia do Design, Estudos do Discurso e Estudos da Visualidade. E-mail: contato@marcosbeccari.com.

Link para Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1779138299755162>.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2178-097X>.

Introdução

Pode-se afirmar que, quando se conseguiu superar a separação entre arte e técnica, abriu-se um horizonte dentro do qual podemos criar designs cada vez mais perfeitos, liberar-nos cada vez mais de nossa condição e viver de modo cada vez mais artificial (mais bonito). [...] A palavra design adquiriu a posição central que tem hoje no discurso cotidiano porque estamos começando (e provavelmente com razão) a perder a fé na arte e na técnica como fontes de valores. Porque estamos começando a entrever o design que há por trás delas (FLUSSER, 2013, p. 186).

Embora Flusser não se considerasse um nietzschiano, o trecho acima parece-me análogo ao seguinte aforismo de Nietzsche (2012, § 301): “Tudo o que tem algum valor no mundo atual não o tem em si, não o tem por sua natureza – a natureza é sempre sem valor – mas um dia ganhou valor, como um dom, e nós somos os doadores. Fomos nós que criamos o mundo que diz respeito ao homem!”. Flusser emprega um raciocínio similar ao localizar o design “por trás” dos valores que emanam da arte e da técnica. Não faz muito sentido, sob esse prisma, diferenciar arte e design, porque ambos revelam que os valores não têm uma existência em si, ou per se, em termos ontológicos: são o resultado de uma produção, de uma criação humana. Ao mesmo tempo, toda obra humana *fabrica* uma realidade à medida que os valores nos afetam e se materializam.

Este artigo aborda a materialização dos valores por meio da arte e do design. Mais especificamente, delinheio um panorama histórico a partir do polêmico texto *Design e crime*, do crítico norte-americano Hal Foster. Por meio da revisão e da ampliação de seu argumento, que traça correlações discursivas entre a ornamentação do *Art Nouveau* e o paradigma que o autor chama de “design total”, pretendo discorrer sobre como a difusão do design na vida contemporânea veio a rematar certa ornamentação do indivíduo, aqui designado por “designer de si”. Com isso, na contramão das narrativas que expõem o design como superação do ornamento, sustento que o design atua em larga medida à guisa de uma racionalidade ornamental que mobiliza de assalariados a dirigentes em busca de um lugar no mercado do “desenvolvimento pessoal”.

Começo por revisar o texto *Design e crime* (FOSTER, 2011), cujo título faz alusão direta ao manifesto modernista *Ornamento e crime* (LOOS, 2004). Apesar dessa alusão, vale mencionar que a argumentação de Foster se inicia remetendo-nos a outro texto de Loos, o conto *The Poor Little Rich Man* (“Pobre pequeno homem rico”). Escrito em 1900, ele narra a história de um homem muito rico que contrata um arquiteto para reformar toda sua casa, envolvendo sua vida em arte. Porém, uma vez concluída, o homem não pode mudar mais nada sem a permissão do arquiteto, de maneira que ele mesmo se torna um objeto, um elemento dispensável da sinfonia barroca que o envolve. Esse efeito insidioso de uma arte total é o que conduz o argumento de Foster em torno de um design total que, transpondo o legado do *Art Nouveau*, emparelha todas as dimensões da vida.

Na sequência, tento contribuir com a arguição de Foster por meio de um panorama histórico em torno do ornamento, a começar pelos discursos oitocentistas que

o alçaram para além de sua acepção tradicional de mera decoração. Recorro então à Richard Sennett para explicar como, ao largo do debate intelectual, a ornamentação da vida pública propiciou o advento de um “sujeito com personalidade”. Tal sujeito, prossigo, inaugura uma racionalidade neoliberal ao engajar-se cada vez mais consigo mesmo, acoplando os diferentes aspectos da vida a partir da conduta “designer de si”. Concluo, por fim, assinalando a atualidade de *Design e crime*, que revelou a função totalizante que o design continua a exercer na vida dos sujeitos para com suas próprias realidades.

Arte e design total: um ponto de partida

O argumento de *Design e crime*, publicado em 2002, começa por indagar a revalorização recente do *Art Nouveau* em exposições e livros acadêmicos. Emblemático da arte europeia na virada do século XIX para o XX, esse movimento tipicamente moderno e cosmopolita abarcava todas as categorias atreladas ao projeto, desde o vestuário e as artes decorativas até o mobiliário urbano e edifícios. Foster sublinha esse princípio de arte total, “em que tudo, da arquitetura a cinzeiros, era coberto por um tipo de decoração floreada” (FOSTER, 2011, p. 50), para compará-lo, de maneira intencionalmente anacrônica¹, ao que denomina “design total”, paradigma que marcaria a passagem do século XX ao XXI (momento em que o texto fora escrito).

Para sustentar essa intuição, Foster retoma o célebre *Ornamento e crime*, escrito por Adolf Loos em 1908. Esse texto figura, por certo, não apenas como a crítica mais austera já feita contra o *Art Nouveau*, mas também como base da aversão modernista contra o ornamento, tradicionalmente associado às artes decorativas em geral – “a evolução cultural é proporcional ao afastamento do ornamento em relação ao utensílio doméstico” (LOOS, 2004, p. 224). Um aspecto importante da equivalência que Loos estabelece entre *Ornamento e crime* – “crime” no sentido de reverter o caminho civilizatório do Ocidente – incide sobre o sentido de “totalidade” de uma arte total: “Para o designer *Art Nouveau*, essa completude reúne arte e vida, e bane todos os sinais da morte. Para Loos, por outro lado, essa triunfante superação dos limites é uma catastrófica perda de limites” (FOSTER, 2011, p. 51). Mas Foster, nesse texto, apesar da alusão (ou, mais precisamente, paródia) explícita no título, não pretende endossar a visão de Loos, tampouco atualizá-la ou expandi-la mediante o século inteiro que a sucede. Em vez disso, Foster assinala certa simetria entre *Art Nouveau* e modernismo, algo que obviamente escapara do olhar de Loos: enquanto o *Art Nouveau* aspirava embutir arte em objetos utilitários, os modernistas aspiravam elevar o objeto utilitário ao nível da arte.

“Esse velho debate ganha uma nova ressonância hoje, quando o estético e o utilitário não estão somente fundidos, mas quase totalmente subsumidos no comercial e tudo [...] parece ser considerado como *design*” (ibidem, p. 52). É a partir dessa premissa que Foster constrói o seu argumento em torno de um *design total*, cujo

¹ Procedimento que o autor já havia proposto anteriormente, em *O retorno do real* (publicado originalmente em 1996). Por meio dos conceitos “paralaxe” e “efeito à posteriori”, o autor acentua “o fato de que nossas elaborações do passado dependem de nossas posições no presente, e que essas posições são definidas por meio de tais elaborações” (FOSTER, 2014, p. 10).

alcance consolidaria e até suplantaria a velha pretensão totalizante do *Art Nouveau*. Não se trata aqui, vale pontuar, da alcunha profissional e disciplinar do design, pois não interessa a Foster como os designers entendem a si mesmos ou o que fazem. A amplitude a que o autor se refere diz respeito, de imediato, ao uso corrente do termo: design de cidades, design de museus, design de corpos etc.² Além disso, Foster compreende, na esteira de Baudrillard, que o design se tornou, desde a Bauhaus, nos anos 1920, elemento chave para uma economia política do signo-mercadoria³. Dito de outro modo, quando a mercadoria não mais precisa ser qualquer tipo de objeto, mas antes uma imagem que circula num sistema próprio de equivalências, o domínio do “valor de troca” é integrado ao da “mídiação” da economia, “em que o produto não é mais pensado como um objeto a ser produzido mas como um dado a ser manipulado – ou seja, a ser projetado e projetado de novo, consumido e consumido de novo” (ibidem, p. 54).

Ocorre que, argumenta Foster, essa subsunção do signo-mercadoria não é suficiente para definir o amplo fenômeno de um “design total”. Aquilo que fora imaginado no *Art Nouveau* e, segundo o autor, readaptado pela Bauhaus resulta na estandarização de mercadorias em abundância, o que não garante, por si só, um consumo em igual medida. O consumidor teve de ser atraído, estimulado e “empoderado” por meio da subjetivação da mercadoria, isto é, com produtos que, embora produzidos em massa, tenham um direcionamento preciso, sendo constantemente divididos em nichos e parecendo sempre atualizados. Para Foster, o design total atuaria justamente nesse processo de identificação do indivíduo para com os signos que o cercam, materializando por outros meios a antiga ambição do *Art Nouveau* de embutir arte em todas as coisas.

Para ilustrar a dimensão discursiva do design total, o crítico elege um livro-portfolio do designer canadense Bruce Mau⁴ intitulado *Life Style*, e sublinha trechos que revelam o núcleo normativo desse novo paradigma – por exemplo, “a única maneira de construir valor real é adicionando valor: embrulhando o produto em inteligência e cultura. O produto aparente, o objeto da transação, não é de maneira alguma o produto real. Este passou a ser cultura e inteligência” (MAU *apud* FOSTER, 2011, p. 56). Eis a enunciação de uma economia pautada no signo-mercadoria, cuja lógica de transação permanente corrobora com o processo de desterritorialização que Deleuze e Guattari (2010) associaram ao capitalismo: um tornar abstrato e intercambiável dos corpos, objetos e relações⁵. É uma lógica que também remete, talvez de maneira mais patente, ao destino que Marx (2011, p. 541) já previra para a forma-mercadoria, “como um produto social universal o mais total possível (porque, para um desfrute

2 Bruno Latour (2014) parte da mesma constatação em seu artigo “Um Prometeu cauteloso?”.

3 A exposição que Baudrillard faz da modernidade destaca a desestabilização e a mobilidade crescentes, desde o Renascimento, dos signos e códigos na economia cultural do Ocidente. E, a partir de movimentos como a Bauhaus e o De Stijl, junto com o avanço das técnicas industriais no século XX, teria emergido um novo tipo de poder político fundado na capacidade de produzir equivalências entre os signos, cujos meios de reprodução tornam-se, assim, mais importantes que os de produção material. Ver: BAUDRILLARD, 1995, p. 111-112; p. 191-212.

4 Bruce Mau tornou-se conhecido, inicialmente, pelos projetos gráficos feitos no final dos anos 1980 para a Zone Books (que curiosamente tem Hal Foster como um dos editores). Depois disso, o designer passou a trabalhar com arquitetura, arte, museus, cinema e filosofia conceitual. Hoje o seu rol de clientes abrange empresas como Disney, Coca-Cola, Unilever, Samsung e Netflix. Cf. <https://www.brucemaudesign.com/>. Acesso em 22 dez. 2019.

5 Sobre essa lógica da desterritorialização, Foster comenta, ironicamente, que “Muitos jovens artistas e arquitetos ‘deleuzianos’ parecem não entender esse ponto básico, pois tomam uma posição ‘capitalógica’ como se fosse uma posição crítica” (2011, p. 56, nota 16).

diversificado, tem de ser capaz do desfrute e, portanto, deve possuir um elevado grau de cultura)".

É por esse caminho que Foster sentencia o design como um agente primordial não somente de uma integração entre arte e vida, signo e mercadoria, como também de certa "vingança do capitalismo contra o pós-modernismo" (2011, p. 57) – no sentido de neutralizar e normatizar tanto o espólio modernista quanto os desvios pós-modernos. "É claro que não era isso que os mestres da Bauhaus, alguns dos quais marxistas, tinham em mente, mas tal é frequentemente 'o pesadelo do modernismo' nas artimanhas da história" (ibidem, p. 53). Mesmo ao longo do período do *Art Nouveau*, entre os anos 1890 e 1910, é significativo como ideais socialistas (ex. William Morris) e elementos aristocráticos (ex. Mucha) tenham se entrelaçado e se diluído aos poucos num vago decorativismo comercial. Noutros termos, se inicialmente havia a intenção de requalificar o trabalho artístico no quadro de uma arte integrada aos costumes, esta logo se tornou a apoteose de um quadro discursivo muito mais amplo, aquele no qual o sentido de "ornamento" assumirá a dimensão de um design total.

O discurso do ornamento

Claro está que, ao se referir ao *Art Nouveau*, Foster não está interessado em aspectos estilísticos e princípios de ordem estética – elementos aos quais, no entanto, o movimento é comumente associado. O que importa ao crítico é, na esteira de Loos, a noção de ornamento enquanto imagem de mundo traçada pelo *Art Nouveau*, sobretudo mediante transformações urbanas inerentes ao desenvolvimento industrial da virada do século XIX ao XX. Cumpre indagar, nesse sentido, em que tipo de quadro discursivo se tornou plausível o entusiasmo para com os adornos florais e arabescos que invadiam o cenário urbano europeu, mas que não se estendiam ao crescente subúrbio das fábricas e dos intermináveis guetos da habitação operária. Sob esse prisma, não é suficiente dizer, por exemplo, que o ornamento servia de maneira a compensar um processo industrial que ainda não dispunha de uma metodologia projetual adequada – embora fosse comum de o artesão intervir no produto semipronto, restringindo-se às fases finais da produção. Só que não foi apenas por uma questão de aperfeiçoamento técnico que, no auge do *Art Nouveau*, o elemento ornamental deixava de ser mero acréscimo para ser incorporado como armação tectônica dos produtos e ambientes projetados.

Na verdade, entre muitos artistas e intelectuais do *fin de siècle* a discussão em torno do ornamento já se encontrava avançada, para muito além da esfera do estilo ou do valor estético suplementar⁶. Em 1851, no capítulo "Treatment of Ornament" de *The Stones of Venice*, John Ruskin (2007) já elogiava a arquitetura gótica, cuja ornamentação constitutiva seria a expressão mais elevada da unidade entre natureza e espírito⁷. Para o arquiteto inglês Owen Jones (2010), por sua vez, o ápice da lógica

6 Esfera que, segundo Paim (2000, p. 15), remonta às coleções de gravuras ornamentais feitas desde o século XVI, que serviam de material de consulta a arquitetos, artistas e artesãos.

7 Tal par corresponderia, no fazer humano, à relação entre a execução e o intelecto, a partir da qual Ruskin estabelece três tipos de ornamento (o servil, o constitucional e o revolucionário). O segundo volume de *The Stones of Venice*, publicado em 1853, traz o texto "The Nature of Gothic", em que Ruskin expande sua tipologia e sua reflexão quanto à arquitetura gótica.

ornamental estaria na arquitetura moura; em *Gramática do Ornamento*, de 1856, ele analisa o tema ao longo dos séculos e em culturas distintas, reivindicando ao final do livro o surgimento de uma arquitetura pautada por um sistema tectônico ornamental.

É também na segunda metade do século XIX que emergem, após o isolamento da pintura como categoria autossuficiente de estudo historiográfico, as chamadas teorias da “visibilidade pura” e da “empatia”. A primeira tem sua origem em Konrad Fiedler e exercera maior influência sobre a historiografia da arte: sua ênfase em padrões formais possibilitará, de modo geral, uma “história dos estilos”. Nesse ínterim, em 1893 o vienense Alois Riegl chega a propor, em *Questões de estilo*, uma história das formas ornamentais, o que lhe requer uma ousada tese: a de que a arte surgiu com o ornamento⁸. No caso das teorias da “empatia”, a arte é considerada como expressão de um sentimento em relação ao ambiente natural ou social; logo, tratava-se de compor certa psicologia que estaria por trás do padrão formal de determinadas obras. Wilhelm Worringer, um dos expoentes dessa perspectiva, opunha empatia à abstração como polos que motivam a produção artística⁹, e considerava o *Art Nouveau* como expressão máxima da vontade de empatia, da primazia do orgânico sobre o abstrato.

O que havia em comum em todas essas abordagens é a elevação do ornamento para além de sua acepção tradicional de decoração, encarando-o como “objetivação de um querer artístico absoluto que nada devia à imitação das formas naturais” (PAIM, 2000, p. 47). Com efeito, a ornamentação recebia o poder de desfazer qualquer distinção entre arte pura, decorativa e “aplicada”, de modo que a produção artística pudesse se estender a tudo o que compõe o ambiente e serve à vida humana¹⁰. Não surpreende, pois, que alguém como Henry Van de Velde tenha sido um dos expoentes do *Art Nouveau* e, ao mesmo tempo, um dos pioneiros do modernismo; pode-se mesmo dizer que o designer belga foi a “ponte” entre William Morris e a Bauhaus (cuja primeira sede, em Weimar, foi por ele projetada). De maneira análoga, Peter Behrens, um dos fundadores da *Werkbund* alemã, projetou desde cartazes e tipografias até construções inteiras como a fábrica da AEG, transitando por muitos estilos – moderno, neoclássico, expressionista etc.

De fato, o que estava em jogo nunca foi somente uma questão estilística. Na verdade, retomando a crítica de Foster, se a prédica da arte total se encaminhou rumo a de um design total, foi em decorrência de uma conjuntura que transpõe o debate artístico e intelectual em torno do ornamento, passando pelo que Richard Sennett (2014, p. 190) chamou, em *O declínio do homem público*, de produção material da vida pública. É preciso compreender, na esteira de Foucault (2008), que um sistema econômico de produção é também um sistema antropológico de produção; e que, por conseguinte, o design emerge enquanto advento de uma nova forma de subjetivação.

8 Mais precisamente, o ato genuinamente criador da arte, segundo Riegl (1980, p. 15), não teria decorrido do impulso mimético (tradicionalmente associado à pintura), mas do impulso ornamental, que passou a obedecer às “leis artísticas fundamentais da simetria e do ritmo”.

9 Worringer (1997) chega a localizar geograficamente tais coordenadas: a empatia seria típica de povos mediterrâneos, cujo meio natural tende a ser afável, ao passo que as sociedades nórdicas expressariam, pela abstração, uma tensão constante para com um ambiente hostil.

10 Por outro lado, entre muitos intelectuais do século XIX (como Baudelaire) ainda prevalecia certo desprezo pelo ecletismo e pelas formas “degradadas” de arte. Ver, a esse respeito, PODRO, 1984.

A ornamentação da vida pública

No século XIX, com o aumento da produtividade industrial, a lógica da larga escala não apenas despiu o trabalho de seu caráter artesanal, como também mudou o sentido de fabricar: quem antes fabricava artefatos duráveis passou a produzir, a baixo custo, objetos feitos para serem rapidamente descartados. Todavia, não basta haver produção em larga escala para que haja consumo em igual medida. Quanto a isso, também não é suficiente deter-se apenas na influência da publicidade, embora sua ampla disseminação tenha ocorrido nesse mesmo contexto, com o aprimoramento das artes gráficas e decorativas. Interessante é notar, por exemplo, como as primeiras lojas de departamento ganharam força, sobretudo em Londres e Paris, na medida em que o avanço da fabricação de vidro possibilitara a instalação de grandes vitrines: os produtos, antes escondidos nas estantes de pequenas lojas, passaram a ser exibidos à multidão dos passantes. Em paralelo, todo um novo modo de “estar em público” fora instaurado a partir da construção de parques urbanos, cafés, vias reservadas ao trânsito de pedestres, além da popularização do teatro e da ópera¹¹. Nesse cenário, minuciosamente esquadrihado por Sennett (2014), os bens de consumo e vestuário, tanto quanto as próprias atividades mundanas, tornaram-se signos da personalidade, assim externalizada, dos indivíduos.

Tal comportamento, que sustenta boa parte da *moda* tal como a conhecemos hoje, simplesmente não tinha lugar antes das metrópoles oitocentistas, quando era inadequado exibir alguma personalidade para além do domínio simbólico da estirpe social. A antiga etiqueta do decoro civilizado, afinal, pautava-se na impessoalidade e na total discrição dos sentimentos, de modo que a personalidade se limitava a uma questão de linhagem e boa reputação na sociedade. Em contrapartida, mediante a padronização inerente à lógica industrial – isto é, quando um grande número de pessoas passaria a comprar os mesmos produtos e usar as mesmas roupas, além de frequentar os mesmos espaços públicos –, torna-se atraente a ideia de ser alguém único, distinto, não igual a todo mundo. Disso deriva o estímulo do indivíduo em projetar sua personalidade nas mercadorias que, por sua vez, prometem expressar a personalidade do comprador. Foi por meio da produção material, com efeito, que a personalidade penetrara no domínio público¹².

Claro que não eram todas as pessoas que podiam experimentar essa materialização da personalidade, mas não deixa de ser significativa a intersecção da identidade burguesa com a economia industrial, pois representava discursivamente certa unidade entre caráter e aparência, sentimento e vida pública¹³. E, como intuía Foster, foi com base nessa lógica específica que o design concretizaria aquela abrangente

11 “A difusão das comodidades urbanas ultrapassou o pequeno círculo da elite e alcançou um espectro muito mais abrangente da sociedade, de modo que até mesmo as classes laboriosas começaram a adotar alguns hábitos de sociabilidade, como passeios em parques, antes terreno exclusivo da elite, caminhando por seus jardins privados ou ‘promovendo’ uma noite no teatro” (SENNETT, 2014, p. 32).

12 Jurandir Freire Costa extraiu de Sennett uma ideia tão simples quanto certa: a de que a identidade burguesa encontrou nos produtos industriais um esteio similar ao que a identidade aristocrática cultivara nos vínculos de sangue. Desse modo, “O universo sentimental deixou de ser um fantasma etéreo, engavetado no interior da mente. Emoções, objetos e mundo não eram mais concebidos como entes metafísicos isolados em desertos ontológicos incomparáveis e incomensuráveis. Agora faziam parte do complexo organismo-mundo, indivíduo-realidade ou sujeito-objeto material” (COSTA, 2005, p. 155).

13 Anseio que já se esboçava há muito antes: “Rousseau aspirava a uma vida social em que as máscaras tivessem se tornado rostos, e as aparências, sinais de caráter” (SENNETT, 2014, p. 269).

(e, como vimos, multifacetada) aspiração oitocentista de uma arte total, encarregando-se de nada mais nada menos que a *forma* como somos levados a viver, a nos comportar, a nos relacionar com os outros e com nós mesmos. As consequências dessa conjunção foram descritas inúmeras vezes sob a alcunha de “consumismo” ou de “fetichismo das mercadorias”. Mas se Foster pensa em termos de “design total” é por considerar que o design, para além de sua propensão comercial, tende à totalização – não apenas no sentido de uma individualização universal dos costumes (o que é diferente, e mesmo o oposto, do que se poderia chamar de uma universalidade normativa dos indivíduos, como nos antigos enquadramentos de linhagem sanguínea), mas também, e fundamentalmente, na direção de uma integração de todas as dimensões da vida humana, compondo assim uma *racionalidade*.

A racionalidade do design total

O termo “racionalidade” não é empregado aqui como um eufemismo para “capitalismo”. Embora tenha inegavelmente um caráter capitalista, o design total diz respeito a uma racionalidade específica que requer ser analisada como tal, e não à luz de um invariante econômico macroestrutural¹⁴. Em primeiro lugar, na contramão de uma leitura de mundo que o divide em domínios autônomos e separados (econômico, político, social etc.), pensar em termos de racionalidade destaca o caráter transversal dos costumes, dos discursos e das relações de poder. É nesse sentido que tal conceito fora adotado por Foucault a fim de ampliar sua concepção de “governabilidade”, antes centrada nos modos de governo da população e, depois, articulada na correlação entre as técnicas de dominação e as técnicas de si¹⁵. Sob esse prisma, o “design total” a que se referia Foster funciona não apenas de modo a materializar condutas e valores, mas também de maneira a *produzir* uma racionalização dos usos e costumes, tornando desejáveis e úteis certos tipos de relações sociais, certas maneiras de viver, certas subjetividades. Por conseguinte, o design total enquanto racionalidade não equivale a uma tática ordenada de conformação dos indivíduos a determinado código normativo; trata-se, antes, de um modo ativo de produzir coerência nas práticas sociais, de maneira que os indivíduos venham a conformar-se *por si mesmos* a certas normas.

Como opera essa racionalidade? Antes é preciso lembrar como ela foi “operada”: como vimos, o discurso do ornamento encontrou no *Art Nouveau* um terreno fértil para a proliferação de seu antigo anseio por uma “arte total”, isto é, espraiada em todo o ambiente urbano. No entanto, também vimos que tal anseio dependeu, para se concretizar, de uma ampla reconfiguração da vida pública, dando materialidade e visibilidade à noção burguesa de “personalidade”. Com efeito, a passagem de uma arte total a um design total tem a ver com as transformações em torno do

14 Segundo Wendy Brown (2019, p. 32), enquanto “a abordagem neomarxista tende a se concentrar nas instituições, políticas, relações e efeitos econômicos”, a abordagem foucaultiana (aqui adotada) enfoca a produção de sujeitos, revelando “como o capitalismo não é singular e não segue sua própria lógica, mas é sempre organizado por formas de racionalidade”.

15 Ver, quanto a isso, FOUCAULT, 2014.

ornamento: aquilo que antes expressava um impulso estético “elevado”, após inspirar visões progressistas para o avanço industrial, termina por se alastrar no cotidiano da maneira mais “mundana” possível. Essa profanação do ornamento não implica a sua decadência, e sim um novo sentido: ele vale pelo que é, e não pela tradição à qual remete. Se o futuro civilizacional anunciado pelo *Art Nouveau* se mostrou provisório e passageiro, sendo logo em seguida condenado por Adolf Loos e os modernistas, é porque *aquela* ornamento já se mostrava antiquado. Ocorre que as alternativas que o sucedem, como o próprio modernismo, também tentaram valer por si mesmas, desenhando no presente uma forma em aberto do futuro. De certo modo, portanto, o design é outro nome para a ornamentação, ainda que ele pretenda superar ornamentos antigos – cultivando assim um altivo olhar progressista.

Claro que a figura profissional do designer, que emerge em meados do século XX, distinguia-se radicalmente do legado do *Art Nouveau*¹⁶. Entretanto, no âmbito ampliado da racionalidade de um “design total”, o que conta não é o discurso dos designers acerca de si mesmos, mas a maneira como o design é largamente inserido, apreendido e reforçado na vida cotidiana. Nesse sentido, é preciso ter em vista que, nos termos de Jurandir Freire Costa (2005, p. 178-179), “muito do que somos depende, de fato, do modo de produção material de nossa existência, mas muito do que queremos ser condiciona o modo como produzimos materialmente as circunstâncias de nossas vidas”. Logo, se os primeiros objetos industriais já corporificavam ideais de personalidade – o que se dava amiúde pela imitação de um estilo de vida “superior”, como parte da burguesia oitocentista ainda fazia em relação à aristocracia –, isso só veio a se tornar algo parecido com o “design total” a partir do momento em que os indivíduos assumiram a propensão de serem designers de si mesmos, isto é, fazendo de si um projeto constante.

Dito de outro modo, mediante um cotidiano cosmopolita que se apresenta, mais do que nunca, como o lugar de todas as inovações, de novas demandas e “oportunidades”, a racionalidade do design total pauta-se na responsabilidade do indivíduo pela realização de si mesmo. Trata-se de uma versão mais sofisticada, mais “individualizada”, da ética burguesa; mas, diferentemente do ascetismo que Weber associara ao protestantismo, o “designer de si” não vê necessariamente no trabalho o caminho de sua salvação. O grande princípio dessa nova ética repousa sobre a conjunção entre as aspirações individuais e o modo como se vive, o que remete ao célebre tratado do *Self-Help*, escrito em 1859 por Samuel Smiles (1863, p. 17): “Pode ser pouco importante a maneira como um homem é governado de fora, pois tudo depende de como ele se governa por dentro”¹⁷. Tal conduta não equivale àquela do “governo de si” que Foucault (2014) examinara na sabedoria antiga, centrada no *distanciamento* em relação a si e a todo papel social; trata-se, ao contrário, de um *engajamento total* consigo mesmo, visando o aumento de motivação, foco e desempenho. Ou seja, o

16 Ademais, considerando que certa estética neoclássica seria leigamente exaltada no fascismo italiano e no nazismo alemão, o desapego às grandes tradições europeias por parte de muitos designers, artistas e arquitetos tornou-se um imperativo político.

17 No original: “It may be of comparatively little consequence how a man is governed from without, whilst everything depends upon how he governs himself from within”. Samuel Smiles, após ter sido um dos reformadores britânicos mais engajados de sua época, decepcionou-se com a vida pública a partir dos anos 1850. No lugar de tentar transformar a sociedade, passou a tentar transformar as pessoas – eis a premissa de *Self-help*, uma coletânea de biografias de pessoas comuns cujas trajetórias de vida, marcadas pela persistência e capacidade de lutar contra as adversidades, poderiam servir de exemplo a outros.

que distingue esse sujeito não é mais seus ganhos ou o seu status, mas o próprio processo de aprimoramento – ou design – que ele realiza sobre si mesmo, com o intuito de aprimorar-se, superar-se, realizar-se.

A partir desse *ethos* eminentemente neoliberal, todas as dimensões da vida são reordenadas como um desfile de situações a serem filtradas pelo design: como viver sexualmente, como fazer amizades, como vencer no mundo dos negócios, como aproveitar melhor o tempo de lazer, como ser feliz e dar sentido à vida etc. Tudo isso converge em novos paradigmas como o da “formação para toda a vida” (*long life training*) e o da “empresa de si mesmo”¹⁸ – que pressupõem a integração da vida pessoal e profissional com vistas a um portfólio de experiências (alimentando as redes sociais) –, além de diferentes técnicas como coaching e programação neurolinguística (PNL), que visam fortalecer o eu, potencializá-lo e adaptá-lo a situações difíceis. Mesmo no campo de atuação dos designers, não surpreende que abordagens como *design thinking* e *design de interação* promovam a participação das pessoas no processo criativo, de modo a gerar desde interfaces mais “amigáveis” até experiências personalizadas.

Em suma, a racionalidade do design total é aquela capaz de fazer da individualidade uma disciplina universal. Se outrora o *Art Nouveau* via no ornamento a forma plena de uma “arte total”, hoje as diversas esferas da vida – trabalhar, aprender, se relacionar etc. – estão conectadas à medida que somos levados a ver o mundo com as lentes do design. E se a ornamentação da vida pública articulou, no fim do século XIX, a noção de um “sujeito com personalidade”, a atual ornamentação da vida individual se expressa pela flexibilidade e capacidade de adaptação dos “designers de si”¹⁹, cuja lógica da autoinovação justifica a adesão de tantos assalariados às condições cada vez mais flutuantes e precárias que lhes são impostas. Ornamentos sofisticados, enfim, para impelir ao indivíduo toda a responsabilidade por seu próprio destino – o que se traduz, por exemplo, em uma teoria intitulada “Orientações Fundamentais das Relações Interpessoais”, desenvolvida em 1958 pelo psicólogo Will Schutz: “Eu escolho minha vida – meus comportamentos, pensamentos, sentimentos, sensações, recordações, fraquezas, doenças, corpo, tudo – ou, então, escolho não saber que tenho escolha. Sou autônomo quando escolho a totalidade da minha vida” (SCHUTZ *apud* DARDOT & LAVAL, 2016, p. 344).

Considerações finais

Passadas quase duas décadas da publicação de *Design e crime*, a intuição de Foster acerca da expansão do design orientada a um novo tipo de subjetividade, aqui designada por “designer de si”, resistiu às críticas daqueles que rogam pela dignida-

18 Essa noção é acuradamente examinada no capítulo “A fábrica do sujeito neoliberal” do livro *A nova razão do mundo*, de Pierre Dardot e Christian Laval, segundo os quais “o momento neoliberal caracteriza-se por uma homogeneização do discurso do homem em torno da figura da empresa. Essa nova figura do sujeito opera uma unificação sem precedentes das formas plurais da subjetividade” (DARDOT & LAVAL, 2016, p. 326).

19 Designação similar fora cunhada por Boris Groys (2009): a de um self-design, referindo-se à manutenção ou cuidado de si a partir de um princípio de design, ou seja, de trabalho constante do indivíduo em torno de sua própria imagem pública. Embora original e complementar ao que proponho aqui, a concepção de Groys não envolve diretamente a conduta de engajamento do indivíduo consigo mesmo, e não adota o conceito de racionalidade que eu empresto de Foucault.

de disciplinar do campo do design. Foster não foi o único a fazer frente à atmosfera de bem-estar social que pairou nos últimos balanços do século XX, mas foi um dos poucos a tecer um exame sóbrio acerca do design que dali emerge, na contramão de certa celebração dos designers – que, na passagem para o século XXI, ainda em meio às transformações relacionadas às técnicas digitais, já gozavam de uma notoriedade cada vez maior no mundo globalizado. Se mesmo hoje o escrutínio de Foster não é bem recebido entre os designers, acredito que é porque eles sequer o “digeriram” minimamente, isto é, com a diligência necessária mediante uma perspectiva externa ao design – e nem por isso leiga.

Foster, que é herdeiro do ceticismo pós-estruturalista em relação à arte moderna²⁰, demonstra desenvoltura e erudição para abordar o design. O mote da “integração entre arte e vida”, que o autor já esmiuçara em relação às vanguardas e neo-vanguardas do século XX (FOSTER, 2014), reaparece em *Design e crime* para indagar a persistência e as consequências do modernismo no design – legado que historicamente ultrapassa suas fronteiras disciplinares. Foster elabora, como poucos, uma analogia crítica a partir de Adolf Loos para perscrutar o status global do design como agente decisivo da cultura contemporânea. Ele tinha plena ciência de que, como bem sintetiza Jurandir Freire Costa (2005, p. 178), “demonizar o consumismo capitalista é a forma de encontrar um monstro à altura da demência”. Bem diferente é pensar, como Foster nos sugere, que valores e ideias não se sustentam mais (se é que um dia já se sustentaram) sem um design que lhes confere visibilidade e materialidade. A questão central, portanto, não é saber se o design corrompe ou não a realidade humana, mas como ele já se tornou indispensável nos processos de gestação, manutenção e reprodução dessa mesma realidade.

Referências

BAUDRILLARD, J. **Para uma crítica da economia política do signo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

BROWN, W. **Nas ruínas do neoliberalismo: A ascensão da política antidemocrática no Ocidente**. São Paulo: Politeia, 2019.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, 2010.

20 “Os críticos formados em meu meio são mais ambivalentes a respeito dessa arte [modernista], não só porque a recebemos como cultura oficial, mas porque fomos iniciados por práticas que desejavam romper com seus modelos dominantes” (FOSTER, 2014, p. 11).

FLUSSER, V. **O mundo codificado**: Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac & Naify, 2013.

FOSTER, H. **Design e crime**. ARS (São Paulo), v. 9, n. 18, p. 48-59, 2011.

_____. **O retorno do real**: A vanguarda no final do século XX. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

FOUCAULT, M. **Nascimento da biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. "As técnicas de si". In: _____. **Ditos e Escritos Vol. IX**: Genealogia da Ética, Subjetividade e Sexualidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

GROYS, B. Self-design and aesthetic responsibility. **E-Flux**, ed. 7, p. 1-8, 2009. Disponível em: http://worker01.e-flux.com/pdf/article_68.pdf. Acesso em 22 dez. 2019.

JONES, O. **A gramática do ornamento**: ilustrado com exemplos de diversos estilos de ornamento. São Paulo: SENAC, 2010.

LATOURETTE, B. Um Prometeu cauteloso? alguns passos rumo a uma filosofia do design (com especial atenção a Peter Sloterdijk). **Agitprop**: revista brasileira de design, São Paulo, v. 6, n. 58, jul./ago. 2014.

LOOS, A. **Ornamento e crime**. Lisboa: Cotovia, 2004.

MARX, K. **Grundrisse**. São Paulo: Boitempo, 2011.

NIETZSCHE, F. **A gaia ciência**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

PAIM, G. **A Beleza sob Suspeita**: o ornamento em Ruskin, Lloyd Wright, Loos, Le Corbusier e outros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

PODRO, M. **The Critical Historians of Art**. New Haven: Yale University Press, 1982.

RIEGL, A. **Problemas de estilo**: Fundamentos para una historia de la ornamentación. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.

RUSKIN, J. **The Stones of Venice – Volume I: The Foundations**. New York: Cosimo, 2007.

SENNETT, R. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. Rio de Janeiro: Record, 2014.

SMILES, S. **Self-help: With Illustrations of Character and Conduct.** Boston: Ticknor and Fields, 1863. Disponível em: <<https://archive.org/details/selfhelpwithill00smil-goog/page/n5>>. Acesso em 22 dez. 2019.

WORRINGER, W. **Abstraction and Empathy: A Contribution to the Psychology of Style.** Chicago: Ivan R. Dee, 1997.

Submetido em: 30/12/2019

Aceito em: 12/03/2020