

Afinal, qual atopia?

Acho que no último simpósio do LaRS (O Outro, realizado nos dias 12 e 13 de agosto de 2002) cometi um equívoco. Em minha fala de abertura, perguntando-me sobre o lugar do design, afirmei que era o lugar do outro e que isto queria dizer que o lugar do outro vinha a ser um sem-lugar, uma atopia. Dessa afirmação poderíamos deduzir que o lugar do design era estar em todos os lugares. Contudo, se interpretado de forma negativa poderíamos afirmar que o seu lugar é o lugar nenhum. Por conta desta observação e dos seus resultados um tanto ou quanto desarrumados, os membros do laboratório (LaRS) pensaram em tomar a atopia como tema para este simpósio (2003). Depois da escolha do tema fiquei pensando que teria havido uma certa imprevidência, descuido ou negligência da minha parte quanto a definição de certos termos. A minha imprudente afirmação tinha provocado mais interrogações do que respostas. Pude verificar também como uma pequena afirmação irrefletida poderia gerar tantos desdobramentos quando enunciada no contexto acadêmico. Daí porque decidi utilizar o breve tempo que disponho para explicar qual é o lugar do design e que outro lugar é este que deveria ser o lugar do design.

Para dar início a minha reflexão gostaria de apontar para dois aspectos que julgo essenciais: 1) há muito tempo a nossa existência foi inundada por objetos industriais. 2) Além da infestação dos objetos produzidos pela indústria é preciso colocar em relevo mais uma função utilitária que ele possui e que raramente é enfatizada: a sua função mercadológica. Talvez ela seja a função mais importante, a intenção primeira, se a compararmos com as outras funções que chamamos utilitárias. Diferente dos objetos artesanais, que também atendiam funções utilitárias na vida dos homens, os objetos industriais, por conta dessa função mercadológica ocultam a relação fundamental entre o homem com as coisas do mundo. Como sabemos os objetos industriais escondem a humanidade daqueles que os criaram. São impessoais e objetivos como uma mercadoria e daí a escalada para a indiferença com a qual os tratamos. Eles revelam a reificação das relações sociais, pois substituem a agregação entre as pessoas. Resumem-se

paradigmaticamente como essência da sociedade pós-moderna, a civilização do "ter". Gostaria de salientar que não estamos propondo a recuperação do modo de produção artesanal para salvar a humanidade dos objetos, ou o seu verdadeiro lugar, mas procurando garantir um aspecto que o mantenha humanizado, ainda que ele seja produzido de forma uniforme e estandardizada.

O lugar do design, portanto não deve ser aquele que reflete uma experiência dispersa, que não acumula as vivências daqueles que o produziram. Sua verdadeira localização é aquela que possibilita objetivar a subjetividade do homem que o criou. No processo de industrialização que se iniciou desde o final do século XVIII pudemos verificar a dinâmica paralisante da produção dos objetos e também verificamos que não se pode competir com ela utilizando-se do modo artesanal de produção. O modo de produção do capitalismo lançou suas bases e de lá para cá vem consagrando sua forma sem piedade em relação ao velho modo de produção. Esta dinâmica foi tão bem sucedida que mesmo os objetos de arte agora produzem uma sensação de estranheza para quem os observa.

Os objetos são coisas do mundo e o mundo têm coisas que não são objetos. Contrariamente às coisas do mundo os objetos foram criados pelos homens e antes da criação dos objetos, as coisas do mundo se apresentavam como misteriosos enigmas para os homens. As coisas do mundo não tinham explicação, sua existência independia de um enunciado explicando a sua razão de ser. Criando os objetos os homens pretenderam dar uma explicação, um senso para as coisas do mundo, dar um sentido para a enigmática presença de coisas que não eram aquelas criadas pelos próprios homens. O objeto criado pelo homem refere-se às coisas do mundo, homologamente são tomados à sua semelhança. Transformando as coisas do mundo em objetos, mesmo que elas ainda não pudessem ser explicadas, os homens verificaram que elas perdiam a qualidade de mistério e a estranheza que causavam, assim ficava mais fácil de suportar ontologicamente a existência no mundo. A criação dos objetos é uma apropriação do real, nesta apropriação os homens colocam a sua humanidade. O objeto industrial, se considerado sob o ponto de vista de sua função mercadológica é um objeto deslocado do seu verdadeiro lugar. Se estabelece por

seu simples uso mecânico, por uma função burocrática. O objeto industrial não consegue objetivar o imaginário do homem que o construiu, não possibilita a descoberta de outros significados nele imanentes. Assim o lugar do design é o lugar do objeto criativo que traduza a subjetividade dos homens, seja ele feito artesanalmente seja ele fabricado pela mais alta tecnologia industrial.