

18.

TRÊS FÓRMULAS NARRATIVAS E MAIS UMA PERGUNTA

Ora, como foi e como é narrada hoje a história do Campo da Arte e do Design hoje no Brasil? Isto é, como os fatos históricos concretos do passado e do presente são transformados em ideias ou noções abstratas e como elas são inculcadas nos alunos de design? O Campo da Arte e o Campo do Design possuem sua história, suas fórmulas narrativas, ou seja, suas fórmulas de legitimação, cantadas sistematicamente pelos docentes nas escolas de design. O que é eleito para ser narrado como verdade histórica, sabidamente é uma convenção dos pares – dos historiadores do campo –, os quais são os agentes encarregados de contarem isso que chamamos de a *verdadeira história do design*. No caso da arte vimos que, historicamente, são apresentados majoritariamente enunciados mitológicos⁸⁴ (que normalmente remetem suas origens a concepções míticas do tempo), cujas fronteiras tendem a se concretizar apenas simbolicamente, nos olhos da mente.

Ainda que muitas vezes as fórmulas narrativas apresentem-se meio embaralhadas com a realidade, vejamos três dessas formas de narrativa de um modo que acreditamos ser o mais didático.

A primeira, ou a que me parece ser a mais importante narrativa mítica da arte e, mais tarde, do design, é aquela contada nas histórias que chamamos comumente de *histórias da arte*, que são em realidade

84 KRIS, Ernest *et* KURZ, Otto. *Legend, myth and magic in the image of the artist. A historical experiment*. New Haven and London: Yale University Press, 1979.

biografias de artistas que repercutem hegemonicamente sobre as demais, isto é, que contemporaneamente se disseminam para além das elites que adquirem “obras de arte” ou objetos de design autorais e da crítica que os legitima, na cultura de massa e na cultura popular. Essas histórias fornecem uma série de narrativas, imagens, sistemas de organização, cenários, eventos e ritos, regras e cerimônias que devem ser observadas nas práticas sociais dos campos da arte e do design. Os êxitos e os fracassos daquilo que simbolizam ou representam as memórias compartilhadas dão sentido ao que nomeamos arte ou design. Por seu intermédio, designamos ou classificamos os membros dessas comunidades reais e das imaginadas, podemos nos ver e nos classificar. Com nossos racionais olhos da mente podemos saber se pertencemos a essa ou àquela forma de ser, ou se estamos absolutamente fora delas. Esse tipo de fórmula narrativa fornece importância ao trabalho rotineiro trilhado mecanicamente pelo artista e o designer, estabelece méritos à enfadonha repetição dos trabalhos, associando-os a uma espécie de desígnio fundamental que precede a fama daqueles que pretendem pertencer à categoria carismática de artista ou de designer e, mais importante, continua existindo após a sua morte. No caso do Campo do Design, aqui do Brasil, os dois heróis fundadores, até o momento, são Aloísio Magalhães e Lina Bo Bardi, ou melhor, pode-se verificar um grande esforço dos pares para legitimá-los como os pais do Campo do Design no Brasil.

Configura-se assim a velha imagem de um ateliê imundo, pobre de mobiliário, com cortinas rasgadas, cheio de pontas de cigarro apagadas; de uma mansarda em um prédio de uma rua alcantilada de paralelepípedos molhados pela chuva e açoitada por ventos frios. Da echarpe vermelha em que a cabeça afunda nos ombros ou da boina basca. Do revoltado cabelo do artista em um vento que só nele venta, do pai alcoólatra e da mãe prostituta; de uma grave doença venérea, ou outra nos pulmões, ou ambas. Das brigas de rua e bebedeiras; da sua miserável existência, pela eterna insuficiência de recursos. Das atitudes insanas, como cortar a orelha e enviar para um amigo; e finalmente, do reconhecimento público após a morte. Imagens que fixam o ponto em que

convergem as identificações de pertencimento a esse espaço social fugidio, uma categoria profissional marginalizada ou celebrizada a duras penas. As nossas mais queridas e sentimentais lembranças, aquelas que fornecem uma continuidade, nos prendem de forma invisível à trama da cultura que consagra e legitima os campos da arte e do design.

O segundo grupo de fórmulas narrativas de legitimação é formado por aquelas que produzem prestígio às origens, dão crédito à continuidade, relevo à tradição e autoridade à noção de intemporalidade para o campo. A identidade de pertencimento à indemarcável espacialidade do campo é representada como algo primigênio, estava ali todo o tempo, desde sempre, mas ninguém conseguia ver. Uma natureza verdadeira, uma ordem natural muitas vezes afocinhada no sono, mas esperando ser acordada de sua misteriosa sonolência e pronta para preencher seus deveres e desempenhar obrigações, cumprir suas incumbências. Parece que os elementos essenciais do que o senso comum designa como sendo arte e design permanece imutável, apesar das eventualidades, acaso ou contingências que se sucedem em sua história. O mito afirma que o artista é artista desde o seu nascimento, manifesta essa tendência com antecipação desde muito cedo, ainda que ela possa eventualmente “desaparecer” durante a sua vida se ele não for protegido por algum mecenas. De forma contínua e unificada, o imutável emerge inexorável ao longo das mudanças e reivindica seu caráter permanente. Por exemplo: a família estava totalmente errada. Sob intensa pressão familiar o rapaz foi levado a exercer a profissão de médico, mas um dia ele abandonou tudo: mulher, filhos, dinheiro, influência, prestígio e posição social da carreira médica e foi pintar quadros. Aliás, nesse processo verificou-se também que ele era de outra orientação sexual, como também artista de circo – malabarista, piloto de monociclo e montador de pernas de pau – e ainda com vocações para música. Coitado. Acabou morrendo de SIDA (Aids). Essa fórmula narrativa mítica validando uma vida ilógica e estapafúrdia parece ser típica tanto para artistas como para designers.

Um detalhe importante sobre as narrativas de legitimação do Campo da Arte e do Design, a estratégia de consagração dos seus enunciados de pertencimento, é o fato de elas serem atualizadas, substituídas

parcial ou totalmente. É preciso entender que elas não são tão antigas como parecem ou alegam ser, normalmente têm origem recente. Outras, como Hobsbawm⁸⁵ demonstrou, são inteiramente inventadas. As fórmulas narrativas inventadas se traduzem por um conjunto de relatos, representações de regras e cerimônias simbólicas que os agentes devem observar nas práticas sociais. Elas trazem valores e normas de comportamento e se expressam por sua similaridade quase escatológica com um passado “histórico”, isto é, se adaptam pela repetição inconsciente e externa às práticas concretas daquele período, reivindicando uma continuidade com o passado. Evitam uma comprovação dos fatos concretos e um cotejamento das práticas antigas com as atuais, remetendo-as a uma intemporalidade metafísica. São, com efeito, uma estratégia discursiva de repetição de certas estruturas que pretensamente teriam sido comuns. Assim, torna-se uma verdade o fato de que todo artista ou designer deve sofrer muito. Devem ter necessariamente uma vida marginal e viverem excluídos do convívio de sua comunidade. O artista e o designer morrem pobres e esquecidos até que um dia eles são “descobertos” e passam a ser celebrados por seus méritos e conquistas. Por essa razão, devem ter suas vidas contadas para os mais jovens.

Na formação da identidade de pertencimento ao Campo da Arte e do Design enquanto “artista” e designer, quando o candidato passa a possuir os méritos necessários ou julga desfrutar do conjunto das características próprias e exclusivas diante das quais ele é visto como membro definitivamente reconhecível, transforma-o em uma espécie de povo escolhido. O enunciado do axioma que constrói a identidade de artista e do designer é incerto e situado de modo ambíguo entre o passado e o futuro. Ele dá margem ao raciocínio de que por vezes é necessário voltar ao passado para restaurar o presente para defender nostalgicamente um “tempo perdido”. Um tempo em que os homens reconheciam de forma mais orgânica o membro nato da “corporação” ou da família. Vem daí também a noção de que alguns são dotados desde o nascimento e têm o direito profético de purificação do campo – os

85 HOBBSAWM, Eric *et* RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

seus messias –, da eliminação dos partidários corrompidos – expulsá-los do templo –, aqueles que ameaçam a identidade do grupo, ou então de preparar uma marcha florescente para o futuro.

O terceiro modelo de narrativa de legitimação do Campo da Arte é a narrativa ou mito anedótico da perfeição técnica do artista ou designer ao copiar as coisas do mundo natural. O desenho como arte, como ferramenta capaz de realizar uma cópia perfeita das coisas do mundo, parece ser o mito de fundação da arte, e de certo modo ainda persiste no Campo do Design, localizando a origem da arte ou do criador, do artista ou do designer e sua natureza essencial.⁸⁶ Esse tipo de narrativa confunde-se, portanto, com a questão platônica da representação do mundo sensível. Platão, como todos nós sabemos, era herdeiro da Escola de Eléia e não admitia que o visível, o percebido pelo sentido da visão, pudesse ser objeto do conhecimento. A formidável oposição entre o filósofo e o artista lançada por Platão, a desconfiança de um e o amor do outro pelas coisas visíveis, parece ser, ainda hoje, um problema no que diz respeito à figuração das formas, a como representá-las tecnicamente, se aquilo que nos aparece aos olhos é passível de ser conhecido ou se seriam necessários os olhos da mente. Nesse sentido, a famosa disputa dos pintores gregos Zeuxis e Parrasius⁸⁷ é emblemática, pois funda a origem da arte como representação verossímil das coisas do mundo. É interessante observar que o mesmo mito serve de anteparo fundador das rupturas produzidas bem mais tarde pela arte moderna, no que diz respeito à tradição clássica. O mesmo mito gerou a estética clássica e a anticlássica, isto é, a proposição alternativa à estética clássica, a estética anticlássica ou moderna, que refuta a cópia ou a doutrina da representação verossímil das coisas do mundo.

86 Os designers hibridizaram a noção da verossimilhança, por uma capacidade milagrosa de solucionar os problemas do mundo. O designer, empregando o desenho ou a capacidade de projetar, pode realizar coisas que os simples mortais não realizam. Essa noção se associa ao “*deus artifex*”, ou divino criador.

87 A narrativa é contada por Plínio (*Gaius Plinius Secundus*), o Velho, em sua História Natural (*Historia Naturalis*), no livro número 35. Zeuxis teria pintado um cacho de uvas tão verossímil que os pássaros vinham bicá-las, confundindo-as com uvas verdadeiras.