

Ontologia idealista no Campo do Design: monismo formalista no ensino da teoria da cor

Idealist ontology in the Field of Design: formalist monism in the teaching of color theory

MAGALHÃES, Paulo; Mestrando; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) paulovsmagal@hotmail.com, Bolsista CAPES
CIPINIUK, Alberto; Pós-doutor; UERJ

No presente trabalho realizamos uma análise crítica acerca do monismo idealista no Campo do Design como parte da ontologia idealista que, até onde pudemos observar empiricamente, é legitimada e reproduzida nos meios de consagração do saber, ou seja, nos bancos escolares que se propõem a ensinar teorias e fundamentos do *design*. Defendemos que ao propor o aprendizado destas teorias e fundamentos, é muito raro uma instrução do contraditório que aceite e analise o movimento histórico concreto como parte fundamental do estudo, de forma a apagar as razões sócio culturais que determinam de fato os porquês de empregarmos a configuração (*Gestaltung*) desta ou daquela maneira. Assim, sugerimos o estudo acerca das ideias monistas principalmente acerca do ensino da teoria das cores. Para tanto, utilizaremos exemplos históricos concretos, primeiro na História da Filosofia e, depois, na História do Design.

Palavras-chave: Campo do Design; Ontologia idealista; Monismo; Mobilismo.

*In the present work, we carry out a critical analysis of idealist monism in the Field of Design as part of the idealist ontology that, as far as we can empirically observe, is legitimized and reproduced in the means of consecration of knowledge, that is, in school benches that propose to teach theories and foundations of design. We defend that when proposing the learning of these theories and foundations, it is very rare for an instruction of the contradictory that accepts and analyzes the concrete historical movement as a fundamental part of the study, in order to erase the socio-cultural reasons that in fact determine the whys of using the configuration (*Gestaltung*) in this or that way. Thus, we suggest the study of monist ideas mainly about the teaching of color theory. To do so, we will use concrete historical examples, first in the History of Philosophy and, later, in the History of Design.*

Keywords: Field of Design, Idealist Ontology, Monism, Mobilism.

1 Introdução: Análise histórico filosófica do problema

No Campo do Design, especialmente no âmbito do *design* gráfico¹, verificamos empiricamente que existe uma “crença”² que é fortemente legitimada e reproduzida: a de que alguns fundamentos teórico-práticos se apresentam como fixos ou monistas³; isto é, que existe uma e apenas uma verdade absoluta acerca destes fundamentos, e que sempre foi assim em todos os lugares do mundo. Ademais, posto que imóvel ou permanente, continuará sendo inflexível. Defendemos aqui que tal “crença” possui natureza idealista e que, portanto, não condiz com a realidade material e concreta dos movimentos históricos. Se esses postulados não fossem uma “crença”, poderíamos perceber que os pares do campo, seguindo princípios científicos, se conduziriam para debates com argumentos a favor ou contra essa postura imobilista, o que não ocorre ou ocorre muito pouco.

Desde o debate entre Sócrates e os sofistas, a “crença” se baseia mais na *doxa* (opinião) do que na *episteme* (conhecimento) e, portanto, tem origens históricas materiais e concretas que datam, pelo menos, desde a Grécia antiga. Na Escola de Eléia, o monismo foi consagrado e traslado por filósofos pré-socráticos como Parmênides e Zenão, que defendiam o movimento histórico apenas como aparência, em oposição à realidade. Desta forma, acabaram por influenciar Platão, que defendia a existência de uma natureza essencial das coisas, que a realidade existe e é uma só (*mono*), o mundo das ideias abstratas e inalcançáveis.⁴

De forma oposta àqueles pré-socráticos, Heráclito de Éfeso adjudicava a favor do mobilismo, i.e., que a realidade se move de acordo com as novas apreensões e compreensões humanas. É dizer, todas as coisas estão em permanente fluxo, e a única unidade real é o movimento, uma unidade plural. Para este filósofo, a realidade se apresenta como um conflito (*pólemos*) perene entre os opostos, o que garante o equilíbrio por meio de suas equivalências e reuniões. Tal corrente filosófica foi, posteriormente, adotada pelo ceticismo ou tradição céтика, em que filósofos como Pirro de Élis e Sexto Empírico afirmavam que a busca pela realidade deve se dar por meio da *ataraxia* (imperturbabilidade) para alcançar a felicidade (*eudaimonia*). Assim, o ceticismo e os célicos advogavam a favor da constante investigação⁵ para resultar na aproximação da verdade, que é inalcançável de fato. Dessa forma, se contrapõem aos dogmáticos, que afirmam terem encontrado a verdade, tal como os supracitados Eleatas e Platão. Um dos procedimentos filosóficos que, segundo os célicos, comprovaria o recém exposto, seria a noção de *diaphonia*, ou seja, quando duas teorias dogmáticas se excluem mutuamente. Para que a investigação céтика se aproxime da realidade, os célicos defendem a suspensão do juízo (*époche*), posição que não afirma nem nega algo (MARCONDES, 2007, p. 93-99).

De acordo com a História da Filosofia, inaugurada por Hegel, hoje sabemos que com o cristianismo e sua consequente institucionalização, a filosofia pagã vai desaparecendo pelo

1 Sustentamos que os fundamentos do Campo do Design constituem uma unidade lógica, servindo tanto aos produtos quanto ao *design* gráfico, porém nesse trabalho nos limitaremos apenas aos exemplos gráficos.

2 Aqui o termo “crença” aparece entre aspas posto que é considerado uma convicção profunda, tal como a fé, mas incompatível com a dinâmica das reflexões racionais. Cf: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença. Contribuição para uma economia dos bens simbólicos.** Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

3 Doutrina da existência de uma realidade única.

4 Cf. PLATÃO, **A Alegoria da Caverna in A República**, VII (514a-517d).

5 Skepsis significa literalmente investigação.

menos até o humanismo do Renascimento. Já o platonismo influenciou fortemente a filosofia idealista cristã, com pensadores da escola neoplatônica de Alexandria, como Fílon de Alexandria, São Clemente, Orígenes e, posteriormente, Santo Agostinho. Dessa forma, a importante discussão filosófica entre o materialismo mobilista e o idealismo monista foi praticamente apagada da filosofia medieval, sendo este último o que primou. O idealismo cristão deve muito às interpretações dos textos de Platão, pois a noção do platonismo cristão perdurou desde o século IV até o século XIII, quando o cristianismo redescobriu Aristóteles, por meio de São Tomás de Aquino, na alta escolástica. Em resumo, foram mais de nove séculos de hegemonia platônica.

Conforme explicitado acima, podemos concluir que a matriz cultural e filosófica (*habitus*) ocidental que perdura até os dias atuais têm origens judaico-cristã-helenísticas, e defendemos aqui que o idealismo neoplatônico cristão prevaleceu sobre o materialismo cético, o que, por consequência, influenciou fortemente algumas faculdades do saber, notadamente as que tratam do estudo da apreensão do sensível (principalmente a partir do movimento romântico do século XIX), como é o caso das Artes ditas pictóricas, da Estética e, consequentemente, das práticas e dos comportamentos empreendidos no Campo do Design. Dessa maneira, estamos também afirmando, e com veemência, que o estudo acadêmico que tenta dar conta de sagrar e consagrar o que é real no Campo do Design tem caráter monista por apresentar as formas e cores (a configuração da forma ou *Gestaltung*) que utilizamos como tendo apenas uma explicação, apenas uma verdade, seja ela de caráter formalista – baseado na geometria pura e no cientificismo racionalista – seja de caráter carismático – baseado no mito romântico do gênio criador e sua capacidade de apreensão do sublime. Tanto aquele quanto este entendimento são de caráter idealista e dogmático. Destarte, propomos no presente artigo tratar sobre o formalismo monista, por meio da demonstração do recém afirmado acima com base em uma análise histórica, material e cultural sobre como e porque tais fundamentos teóricos são legitimados e reproduzidos, sustentando que eles pertencem a ideologias que têm suas gêneses em cosmovisões (*Weltanschauungen*) específicas de um local ou tempo históricos também específicos. Para tanto, traremos exemplos de importantes fatos histórico sociais, procurando expor as profundas contradições existentes no ensino do *design*, que julgamos serem pouco tratadas ou tratadas com pouca profundidade teórica e epistemológica.

2 O estudo cromático como movimento histórico

Partimos da premissa de que existe uma “crença” produzida e reproduzida que é largamente divulgada, tanto nos cursos acadêmicos de *design* quanto no mercado onde o profissional do campo opera, que é a noção funcionalista como uma ciência lógica ou fixa. É dizer, que os fundamentos do *design* gráfico, tais quais: ponto, linha e plano; ritmo e equilíbrio; escala; harmonia; textura; enquadramento; *grid*; e teoria e psicologia das cores (entre tantos outros fundamentos tidos como “básicos” na formação de um *designer*) teriam regras fixas, baseadas em postulados lógicos e racionais, com a única finalidade de serem “funcionais”. Acontece que o que geralmente é velado nesse ensino é o fato de que o “funcional” pertence a um período histórico; isto é, opera de acordo com questões estruturais de uma sociedade, e não é algo fixo e que funciona em todos os lugares e em todos os períodos históricos. As sociedades se transformam de acordo com o movimento histórico, e, dessa maneira, se transformam também uma série de valores arbitrários, como o certo e o errado, o belo e o não-belo. E assim também é para a moderna construção de “funcionalidade”.

O exemplo que trazemos no presente tópico é o caso do uso e do simbolismo da cor, mais especificamente o da cor verde. Ao fazer uma pesquisa no *site* da Amazon na sessão de livros, incluindo a palavra-chave “*design*”, o primeiro resultado na categoria de “mais vendidos” é o livro *A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão*, de Eva Heller (2021).⁶ Tal afirmação é uma prova empírica de que esse livro é utilizado e recomendado por e para professores e alunos, bem como profissionais que trabalham na esfera de produção e circulação das mercadorias que advém de projetos de *design*. De tal forma, consideramos o trabalho de Heller como um postulado hegemônico. A autora, no supracitado livro, afirma que a cor verde é “funcional”, e dá um exemplo: “Garrafas de vinho são, em sua maioria, verdes. O motivo: o verde garrafa é a espécie mais em conta de vidro” (HELLER, 2021, p. 122). Logo depois, ela fornece outro exemplo, o dos uniformes dos cirurgiões:

Os uniformes dos cirurgiões são também, por uma questão de funcionalidade, verdes. Além da ação calmante que confere aos olhos do cirurgião, os uniformes verdes têm a vantagem de que o sangue, caindo sobre um tecido verde, fica marrom, assustando menos. (*Idem.*, *Ibidem.*)

Há alguns pontos a serem observados acerca dos exemplos fornecido pela autora. Primeiro ela aponta que a função do verde nas garrafas é puramente econômica, o que fica claro que é uma função específica de uma temporalidade mercantilista, baseada em um modo de produção capitalista, portanto é uma categoria histórica da Idade Moderna. As ânforas de terracota ou de barro que transportavam os vinhos desde o Neolítico, por exemplo, certamente não eram verdes, pois a lógica capitalista não fazia nenhum sentido naquele período, e mesmo sabendo fabricar o vidro, o valor do material utilizado não se relacionava com uma lógica baseada apenas em valor de troca para gerar lucro. Depois, após esse exemplo, acriticamente ela nos oferece uma afirmação totalmente arbitrária de funcionalidade relacionada à área médica. Simbolicamente se sucede bastante questionável afirmar uma eventual noção da função psicológica da cor (o verde como uma cor que acalma), ou de que o cirurgião ou pacientes, profundamente acostumados com o rubro do sangue, iriam se “assustar menos” com o marrom. Ainda que tecnicamente a cor verde até poderia acalmar nossos olhos e espírito, pois fomos inculcados a “acreditar” nessa proposição por meio do *habitus*, da cosmovisão e da ideologia, isso certamente não se aplicaria em outros períodos históricos, nem em outros lugares do nosso planeta. Acontece que o primeiro exemplo em nada se aproxima do segundo. O primeiro defende a questão ao barateamento de insumos, e o segundo de uma função psicológica. Ambos representam uma funcionalidade localizada – qual seja a modernidade em que o modo de produção é o capitalista e que a psicologia surge, a partir do final do século XIX, como uma ciência – e isso não é enunciado em momento algum por Heller.

Michel Pastoureau, importante historiador da cor, demonstra em seu livro *Verde* (2019) uma versão que apresenta o movimento histórico e cultural acerca da noção funcionalista e monista apresentada acima por Heller e objeto de nossa discussão. Segundo este autor, no início do século XX o verde vegetal e higiênico foi também absorvido pela área médica como seu representante simbólico. O verde já tinha papel importante no campo da medicina desde o medievo, em que a medicina e a farmácia tinham o verde em seus emblemas heráldicos, provavelmente porque os remédios daquela época eram feitos a partir de plantas. Assim, a cor

6 AMAZON, 2022. Disponível em:
https://www.amazon.com.br/s?k=design&__mk_pt_BR=AMAZON&ref=nb_sb_noss Acesso em: 04/03/2022.

da toga de farmacêuticos e médicos eram verdes, com uma função específica: distinção nos rituais acadêmicos e nos campos de batalha (PASTOUREAU, 2019, p. 249-250). Tais funções utilitárias desse simbolismo se aplicam parcialmente, mas a cor verde como representante dessas profissões de algum modo permaneceu, e hoje se emprega uma função simbólica moderna a ele. Ou seja, a antiga noção foi ampliada e envolve muitos outros significados, restringindo, portanto, os mais antigos.

A escolha desta cor [verde] não se deve tanto, como por vezes se afirma, a razões visuais (a luz verde seria a mais neutra, a menos ofuscante nos blocos operatórios) como a razões históricas, emblemáticas ou simbólicas: o verde é a cor da medicina e da farmácia. (PASTOUREAU, 2019, p. 250)

A cor verde (assim como qualquer outra cor) não possui um significado simbólico estático ou fixo tal como defendem os postulados idealistas que circulam entre os bancos escolares dos *designers*, algo que é dado e justificado pela própria natureza da cor, mas sim possui diversos significados históricos, que se transformam de acordo com o movimento cultural de certa sociedade. Os gregos, por exemplo, possuíam léxicos imprecisos se comparados à vasta gama moderna de nomes para as mais diversas especificidades cromáticas. Tanto isso é verdade que é impreciso afirmar se, em determinada obra literária, estão se tratando de verde, de cíntalo ou de azul, pois o termo *glaukos*, utilizado pelos poetas arcaicos, exprime qualquer uma dessas cores. Isso se deve ao fato de os gregos nomearem as cores mais como “sentimento da cor”, ou qualidades da luz ou da matéria. Foi só no período helenístico que o verde desempenhou mais força e ganhou uma definição lexical: *prasinos*, que significa literalmente “da cor do alho poró” (*Idem.*, p.17-19).

O exemplo da teoria e da psicologia das cores é apenas um entre tantos outros possíveis referente aos fundamentos do *design*. Em outro livro, *O Pano do Diabo*⁷, Pastoureau trata do significado das listras com igual desenvoltura e põe por terra muitas de nossas afirmações contemporâneas, vinculando o significado das listras em bases históricas concretas, e que por conta dos usos permaneceram entre nós em vários exemplos, desde o banimento de carros para as faixas para pedestres até o creme dental com listras significando limpeza. A Bauhaus e a Nova tipografia, por exemplo, canonizaram a noção de legibilidade (*literacy*) no Campo do Design por meio do emprego de tipografias modernas e sem serifas.⁸ Mas se compararmos as formas tipográficas exaltadas pela célebre escola de arquitetura e *design* alemã com as criadas e utilizadas por um dos seus mais fortes influenciadores, William Morris, perceberemos que possuem muito pouco em comum na forma, mas muito em comum no discurso.

Para dizer algumas palavras sobre os princípios do *design* em tipografia: é óbvio que a legibilidade é a primeira coisa a ser visada nas formas das letras; isto é melhor promovido evitando-se inchaços irracionais e projeções pontiagudas, e pelo uso de uma pureza cuidadosa da linha. (MORRIS, S. D., p. 15, tradução nossa)

7 PASTOUREAU, Michel. *L'étoffe du diable. Une histoire des rayures et des tissus rayés*. Paris: Points, 2014. Há uma boa tradução para o português de 1993, publicado pela Zahar.

8 O final ano de 2021 e início de 2022 foi marcado pela mostra “Bauhaus Typography at 100”, da Letterform Archive, na Califórnia, EUA, o que demonstra como o paradigma tipográfico da Bauhaus ainda está em voga. Cf.: <https://letterformarchive.org/news/view/exhibition-no.1-bauhaus-typography-at-100> Acesso em: 04/04/2022

As tipografias Troy, Chaucer e Golden, projetadas por Morris e que representavam alto grau de legibilidade para este autor⁹ (com fortes influências historicistas celtas e góticas), em nada se parecem com aquelas tipografias modernistas da Bauhaus, pois fazem parte de períodos históricos distintos: Morris no contexto romântico inglês do movimento *Arts & Crafts* do final do século XIX e a Bauhaus no contexto do entre guerras da República de Weimar, principalmente na terceira e quarta década do século XX. Vejamos, em outro exemplo, o que Morris relata acerca da tipografia Bodoni: “O horrível sufocante tipo Bodoni, o tipo mais ilegível que já foi cortado, com seus grossos e finos absurdos, foi em grande parte relegada a obras que não professam nada além do utilitarismo mais crasso” (MORRIS, S.D., p. 3, tradução nossa). A citada tipografia é hoje utilizada em logotipos de marcas que representam simbolicamente alto valor de beleza, sofisticação e bom gosto, como os caracteres das marcas Vogue e Zara, demonstrando que o que é verdade acerca do belo em certa época não é necessariamente verdade em outra. No referido caso, o que já foi ajuizado como “horrível” é consagrado hoje como belo.

3 Bauhaus e a origem do mito monista racionalista na teoria da cor

Na segunda metade do século XIX as teorias científicas que diziam respeito à teoria das cores começaram a influenciar a criação artística. Por conta de novas descobertas (principalmente no campo da física clássica newtoniana), surgiu o conceito das cores primárias (azul, vermelho e amarelo) e, por consequência, das cores complementares. Cada vez mais os artistas consideram essas cores (verde, laranja, violeta) como “secundárias”, preferindo aquelas, pois são “cores de primeiro plano”. Tal afirmação é verdadeira não apenas para os cientistas e pintores, mas também para a cultura material e na vida quotidiana (PASTOUREAU, 2019, p. 228-230). Assim, “a relação que umas tem com as outras [as cores primárias com suas complementares] são definidas por leis cada vez mais teóricas [...]” (*Idem.*, p. 230). Essas noções baseadas em um cientificismo estéril foram adotadas pela célebre escola de *design* alemã, a Bauhaus. Naquela época essas cores eram tidas como naturais, portanto mais verdadeiras do que se afirmava sobre as cores de modo geral, pois sempre foram partícipes daquilo que os grupos sociais arbitravam sobre elas.

É amplamente conhecida e reconhecida a preferência que os professores (e por sua vez, os alunos) da Bauhaus tinham pelas cores primárias. Primeiramente influenciada pelo movimento holandês do neoplasticismo do De Stijl, fortemente popularizado por Piet Mondrian, a escola adotou a tríade das cores primárias como um cânones. Mas acontece que a própria noção de cores primárias é localizada, isto é, nesse caso datada: o mundo passou por vários milênios sem conhecer a distinção entre cores primárias e complementares (*Idem.*, p. 239). A Bauhaus é amplamente conhecida por utilizar as cores primárias, seja em objetos como o célebre berço projetado por Peter Keler, seja na relação teórica de formas também “primárias” com tais cores: o triângulo para a Bauhaus era amarelo, assim como o quadrado era vermelho e o círculo era azul.

9 Cf. MORRIS, William. **The Ideal book:** an address by William Morris, delivered before the bibliographical society of London, MDCCXCIII in MORRIS, William. **The art and craft of printing.** Edição Fac-símile. Sagwan Press: S. D.

O vermelho corresponde ao quadrado como a cor da matéria. A gravidade e a opacidade do vermelho correspondem à forma estática e pesada do quadrado. O triângulo adquire seu caráter básico graças a três diagonais que se cruzam. Seus vértices afiados parecem combativos e agressivos. Ao triângulo correspondem todas as formas de caráter diagonal, como o losango, o trapézio, o ziguezague e suas derivações correspondentes. O triângulo é o símbolo do pensamento e, em sua cor, é amarelo claro que corresponde ao seu caráter leve. Um círculo surge quando um ponto se move em uma superfície a uma distância igual de um segundo ponto. Ao contrário da sensação de movimento áspero e tenso produzido pelo quadrado, o círculo produz uma sensação de relaxamento e movimento contínuo. É o símbolo do espírito que se move uniformemente. Os antigos chineses usavam elementos circulares para a construção de seus templos no céu, enquanto o palácio do governante terreno era construído com caracteres quadrados. O símbolo astrológico do sol é um círculo com um ponto no meio. Ao círculo pertencem todas as formas de caráter curvo e circular, como a elipse, a oval, a onda, a parábola e suas derivações correspondentes. O círculo que se move incessantemente corresponde à cor azul. (ITTEN, 2020, p. 115-116, tradução nossa)

Além da noção monista sobre a teoria das cores, podemos perceber a mesma abordagem acerca das formas. Nos parece claro que o quadrado não é mais “estático” (em oposição ao círculo, que representaria o movimento) ou “pesado” do que qualquer outra forma, pois as formas por si só (a coisa em si, número) não possuem movimento ou peso, tais noções foram arbitrariamente designadas a essa forma, e de maneira alguma representam um consenso histórico ou uma verdade absoluta. Mais grave ainda é atribuir características humanas às formas, como quando se afirma que o triângulo seria “combativo” ou “agressivo”. Tais naturalizações afastam os estudantes da forma (como os *designers*) de uma compreensão material e histórica, e os levam a crer que existe uma esfera da verdade geométrica absoluta e racional, como no *Topos Uranos* ou *Topos Noetos* platônico.¹⁰ As formas representam os valores que a sociedade lhes atribui em determinado espaço e em determinada temporalidade, e certamente podemos encontrar na história quadrados “leves”, triângulos “pacíficos” e círculos “estáticos”. No mesmo sentido, parece impossível destinar esta ou aquela cor como a “correta” ou “mais correta” para uma ou outra forma.

Ainda hoje o material literário utilizado para remeter à Bauhaus utiliza as cores primárias, como na capa do *O ABC da Bauhaus: A Bauhaus e a teoria do design* (2019), de Ellen Lupton e J. Abbot Miller, e na capa do livro *Bauhaus* (2020) da editora Taschen, escrito por Magdalena Droste.

Enquanto Gropius foi diretor da Bauhaus, as formas elementares e as cores primárias continuaram sendo uma espécie de ABC para os *designs* criados nas oficinas. As cores primárias e as formas elementares têm uma longa história. Eles podem ser encontrados

¹⁰ Platão dava suma importância ao conhecimento geométrico como forma de atingir o raciocínio puramente abstrato que a filosofia exigiria. Foi Platão, cerca de 2.400 anos antes da Bauhaus, que selecionou o quadrado, o triângulo e o círculo como entidades ideais, como abstrações que nos aproximam da realidade inteligível. São formas idealizadas. Tanto isso é verdade que Platão teria mandado escrever na entrada de sua Academia o seguinte dizer: “Não passe destes portões quem não tiver estudado geometria”. (MARCONDES, 2007, p. 61)

nas teorias pedagógicas do século XIX formuladas pelo teórico educacional suíço J. H. Pestalozzi e na obra de pontilistas franceses; em última análise, **eles se referem aos ensinamentos de Platão em que a geometria é uma realidade que existe independente do homem**. Na Bauhaus, esses elementos apareceram pela primeira vez em 1919/20 nos cursos de Johannes Itten. (DROSTE, 2020, p.35, tradução nossa, grifo nosso)

Johannes Itten, importante professor da Bauhaus, escreveu o livro intitulado *A arte da cor*, publicado originalmente em 1970. Neste livro o autor descreveu a metodologia de suas aulas na Bauhaus, em que, no quarto capítulo do citado livro, relata sobre *as harmonias cromáticas subjetivas* (ITTEN, 2020, p. 37). Tal capítulo é deveras interessante para este estudo pois revela o caráter ideológico que o autor emprega em sua teoria das cores. Segundo o autor, nossas preferências cromáticas subjetivas se dão também pela nossa fisiologia, e conta sobre um exercício dado em sala de aula para descobrir as harmonias subjetivas de cada aluno, em que pediu para que eles pintassem cores que achavam que eram harmônicas entre si. Itten diz ter sido capaz de descobrir qual proposta era de determinado aluno ou aluna, e diz ter adivinhado isso pela fisiologia dos alunos (*Idem., Ibidem.*). “[...] peguei uma das folhas e perguntei a um aluno: ‘Você pintou esses acordes?’ ‘Sim’, foi a resposta. Escolhi uma segunda, uma terceira e uma quarta folhas e atribuí cada uma ao seu autor” (ITTEN, 2020, p. 37, tradução nossa). O autor defendia que a cor do cabelo, dos olhos e da pele são determinantes para compreender as preferências cromáticas de cada aluno, o que demonstra uma forte “crença”, agora baseada em um pseudo cientificismo, ou seja, em uma pouco científica afirmação de uma verdade universal para a compreensão das cores (*Idem.*, p. 39), o que vai de encontro ao defendido no presente artigo. Além disso, Itten acreditava em um “conhecimento da forma inata que cada um pensa, sente e age” (*Idem.*, p.40, tradução nossa), demonstrando que não atribuía “preferências cromáticas” às forças históricas e materiais, mas sim às metafísicas e idealistas. Itten vai além.

Além do gosto inato, para este professor existe uma medida superior no indivíduo, um “juízo supremo”. “Tal juízo supremo é sem dúvida a razão” (*Idem.*, p.43). Aqui, mais uma vez, podemos perceber um idealismo de caráter monista, pois percebe a razão como algo fixo, e que tal razão aplicada à teoria das cores pode mostrar a verdade essencial, o certo e o errado, o belo e o não belo na escolha da palheta no momento da composição, o que se aproxima da noção dos Eleatas e de Platão, já comentados no início deste trabalho. Daí o autor elege alguns exemplos para confirmar o que afirmou:

Assim, um açougue deve ter tons de verde claro ou verde azulado para que a carne pareça vermelha e fresca. A confeitoria será montada preferencialmente em laranja claro, rosa, branco e um pouco de preto para excitar o apetite por doces. Se um ilustrador de propaganda de café desenhasse uma embalagem com listras amarelas e brancas, ou propusesse pontos azuis para uma embalagem de espaguete, tais desenhos não seriam corretos porque os caracteres formais e cromáticos não corresponderiam aos temas. (*Idem.*, p. 44, tradução nossa)

Assim como demonstramos no exemplo de Heller sobre o uniforme dos cirurgiões serem verdes, Itten também aponta uma teoria baseada no contraste cromático entre cores modernamente denominadas de complementares – o vermelho e o verde.¹¹ Também sugere o

11 Importante ressaltar que Heller e Itten propõem ideias opostas mesmo se apoiando à mesma teoria (a das cores complementares): enquanto para Heller a cor verde deixaria o vermelho do sangue marrom

que deveria acontecer na confeitoria, por meio de cores similares às dos doces (com o intuito de despertar desejo) e na embalagem do café e do espaguete, no sentido do funcionalismo reducionista. Acontece que todos os casos apresentados por Itten são situados, pertencem a um momento específico em um espaço também específico, quais sejam o mundo industrializado, em que o objetivo último do modo de produção capitalista é o lucro. A carne parecendo mais fresca, as cores que estimulam a vontade por doces modernos e produtos que necessitam de embalagens industriais “funcionais” (com a função utilitária única de vender ou produzir mais-valor por intermédio do valor de troca) pertencem ao período moderno que, por sua vez, possui especificidades infra e superestruturais que regem as leis éticas e morais de determinada sociedade, que coexiste e se retroalimenta com a formação das ideologias, cosmovisões e *habitus*. Na Idade Média a carne só aparetava fresca quando assim estava de fato, e não havia sentido em disfarçar sua aparência. No Império Romano, os doces possuíam cores completamente diferentes e as paredes de refeitórios não precisavam despertar desejos, visto que apenas alguns poucos (oligarcas e aristocratas) tinham acesso à tais iguarias, e quando tinham era em abundância. Na União Soviética não fazia sentido embalagens (geralmente latas) extremamente coloridas, e comumente havia apenas uma identificação de modo a distinguir de outros produtos. E tais noções sócio históricas não são mencionadas em momento algum nos bancos escolares, o que apaga toda uma esfera política que diz respeito ao resultado do trabalho do *designer*, que é o de atribuir desejo (fetiche) à mercadoria por meio da forma e das cores.

O que Itten denomina de “juízo supremo” (a razão) é apenas racional e funcional no modernismo da primeira metade do século XX, e esquece o caráter cultural da fisiologia e da simbologia das cores. Para Pastoureau, o *design* da Bauhaus pretendeu criar códigos universais, e afirma que essa ambição muitas vezes afastou os consumidores, demonstrando que se distanciaram de seus objetivos de conciliar a satisfação estética (a arte) com a satisfação prática (a indústria e a mercadoria) (*Op. Cit.*, p. 240). Itten afirmou em uma conferência dada para seus alunos da Bauhaus em 1922 que “As leis da cor são eternas, absolutas, sem tempo, tão válidas outrora como no momento atual” (ITTEN *apud* PASTOUREAU, 2019, *Ibidem.*), o que demonstra claramente que este importante consagrador e legitimador da história do *design* acreditava na noção monista da razão pura e universal, apagando toda a esfera cultural, material e histórica da análise cromática.

4 Conclusões

As teorias do *design* e os seus fundamentos, tais quais os que trouxemos como exemplos no presente artigo, estão sempre relacionados a questões superestruturais, isto é, nas bases econômicas e simbólicas de uma sociedade e nas relações de dominação que ela produz. Nestas relações podemos encontrar o *locus* histórico para examinar o objeto de estudo que, no presente trabalho, são principalmente os fundamentos cromáticos do *design* gráfico. Tal *locus* muda, conforme vimos, e os fundamentos cromáticos ou teoria da cor também mudam. E tais fundamentos e teorias refletem sempre a ideologia da sociedade a ser estudada que, no caso do estudo da profissão do projetista, é a sociedade moderna e industrial, com o modelo de acumulação capitalista. Esta é a superestrutura em que o campo surge e cresce, e é aí que ele sobrevive. Tal superestrutura, porém, não é estática e fixa, assim como não são as teorias e fundamentos do *design*. Insistir nesse modelo de ensino é chancelar a permanência de uma ontologia idealista e monista, afastando os *designers* do movimento histórico, que se dá por

(ou seja, rebaixado), para Itten a carne ficaria mais “viva” (ou seja, saturada), demonstrando os “ajustes” que cada autor faz para melhor aplicar suas teorias.

meio das constantes tensões e contradições que ocorrem entre dominantes e dominados, o que faz com que valores arbitrários cambiem, mudem, transformem-se sempre de acordo com os câmbios, mudanças e transformações da sociedade.

A manutenção de uma ou outra teoria (neste estudo foi analisada mormente a teoria da cor, mas o mesmo se aplica para qualquer outra teoria do Campo do Design) como hegemônica durante mais ou menos tempo está diretamente relacionada com o poder de conservação que os agentes dominantes terão em manter e conservar esta ou aquela teoria. Em outras palavras, o próprio campo produz os agentes e os argumentos que conservam os valores éticos e estéticos a serem defendidos, pois tais valores e agentes fazem parte das mesmas convenções arbitrárias. Dessa maneira, a preservação de valores formais e morais do Campo do Design como “funcionalistas” diz respeito àqueles que dominam o campo, aos agentes de legitimação que consolidam e buscam perpetuar tais noções como se fossem estáticas ou imóveis, pois trazer à luz a noção mobilista de que fazemos parte de um processo histórico, e de que este processo é dinâmico, faz criar um agenciamento crítico e, portanto, questionador a respeito dos valores instituídos como certos ou errados em nossa sociedade.

No Campo do Design, e mais especificamente no campo do *design* gráfico, a ideologia vem disfarçada de “forma”. Ao afirmar que “a forma segue a função”, tratando a forma como algo de cunho apenas utilitarista e que deve ter uma função racional e idealista, apaga-se toda uma categoria econômica, que tem a ver com a esfera de produção e circulação social das mercadorias. A imagem gráfica é tratada como algo que pertence a uma esfera autônoma, que teria início e fim em si mesma, como se fosse apartada dos movimentos históricos e, portanto, da sociedade. É dizer, criam-se postulados idealistas e dogmáticos que se afirmam como “apenas funcionais”, como se fosse possível desconsiderar toda a questão social e histórica, que são os fatores que realmente regem como uma imagem e sua configuração será. O estudo funcionalista não pode ser descolado da cultura, engendar tal noção acaba por alienar os projetistas, que não se enxergam mais como agentes políticos e históricos, mas como reprodutores de um utilitarismo míope. Designers deveriam enxergar melhor.

5 Referências

AMAZON, 2022. Disponível em:

https://www.amazon.com.br/s?k=design&__mk_pt_BR=ÂMÂŽÕÑ&ref=nb_sb_noss. Acesso em: 04/03/2022.

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença.** Contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Tradução: Guilherme João de Freitas Teixeira. Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

DROSTE, Magdalena. **The Bauhaus:** 1919 -1933. Tradução: Maureen Roycroft Summer. Hohenzollernring: Taschen, 2020.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores:** como as cores afetam a emoção e a razão. Tradução: Maria Lúcia Lopes da Silva. 1 ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

ITTEN, Johannes. **El arte del color:** la experiencia subjetiva y el conocimiento objetivo como caminhos para el arte. Tradução: Isabel Hernández. Barcelona: Gustavo Gili, 2020.

LETTERFORM ARCHIVE, 2022. Disponível em:

<https://letterformarchive.org/news/view/exhibition-no.1-bauhaus-typography-at-100>. Acesso em: 04/04/2022

MARCONDES, Danilo. **Iniciação à história da filosofia:** dos pré-socráticos a Wittgenstein. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

MORRIS, William. **The art and craft of printing.** Edição Fac-símile. Sagwan Press: S.D.

PASTOUREAU, Michel. **Verde, história de uma cor.** Tradução: José Alfaro. Lisboa: Orfeu Negro, 2019.

PASTOUREAU, Michel. **L'étoffe du diable. Une histoire des rayures et des tissus rayés.** Paris: Points, 2014.

PLATÃO. **A República de Platão.** Organização e tradução: J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 2018.