



## **Dialogando com noções de modernidade e pós-modernidade: o design e o espírito do tempo<sup>1</sup>**

Patrícia Amorim<sup>2</sup>

Universidade Federal de Pernambuco | UFPE

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é situar o design a partir do espírito de épocas específicas, tendo como território a modernidade e a pós-modernidade. Para tanto, são apresentadas noções sobre cada uma dessas épocas, bem como algumas de suas peculiaridades, as quais, em seguida, são confrontadas com conceitos sobre design moderno e pós-moderno. Pretende-se, assim, colaborar para um melhor entendimento em relação às épocas abordadas, e mais precisamente, ao design gerado e transformado por elas.

### **Palavras-chave**

Design; design gráfico; modernidade; pós-modernidade.

### **Introdução**

O debate em torno de fronteiras, características e conceitos relacionados à modernidade e à pós-modernidade, embora fecundo, parece reunir poucas certezas. Uma delas é a inexistência de um fórum específico para se tentar compreender os tempos modernos e pós-modernos. As mais diversas áreas do conhecimento, como a comunicação, a sociologia, as artes e a antropologia, continuam a lançar pontes sobre esse terreno e, com motivações e ferramentas próprias ou intercambiadas, dedicam-se ao exame daquelas, que foram as principais linhas de pensamento do mundo ocidental no último século.

Enfileirando-se a essas disciplinas está o design. Interessado não apenas na passagem do tempo ou na mudança de regras ocorridas na transição de uma era a outra. Mas também nas construções e reformulações as quais sofreu durante o processo. Transformações

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Seminário de Temas Livres em Comunicação.

<sup>2</sup> Patrícia Amorim [ pat.amorim@gmail.com ] é mestranda em Design pela UFPE; especialista em Design da Informação pela UFPE; tecnóloga em Design e Hiperídia pelo CEFET-PE e bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UFPE.



essas que foram profundas e que moldaram o próprio modo de fazer, perceber e consumir design.

Diante dessa multiplicidade de enfoques, este artigo se direciona à essência dessas transformações, tentando perceber como o design foi marcado por cada uma dessas eras. O propósito, aqui, é, portanto, enxergar o quê de modernidade havia no design moderno e, conseqüentemente, o quê de pós-modernidade reside no design pós-moderno.

Como referencial para a apresentação das noções de modernidade e pós-modernidade, tema por si só controverso, recorre-se aqui ao conceito de *Zeitgeist*. O termo alemão para “espírito (*Geist*) do tempo (*Zeit*)” refere-se ao clima moral, cultural e intelectual característico de uma determinada era. Configura, deste modo, o *ethos* de um grupo social e de suas futuras gerações, as quais compartilham uma mesma visão de mundo. Essa perspectiva coloca ênfase sobre o pensamento predominante em um momento específico da história. E por isso atende às intenções de abordagem deste trabalho em relação ao entendimento do que sejam modernidade e pós-modernidade, permitindo um distanciamento cauteloso das polêmicas que envolvem a ontologia desses conceitos.

### **Iluminismo e capitalismo no *Zeitgeist* da modernidade**

Recorrer a Charles Baudelaire<sup>3</sup> para introduzir idéias acerca da modernidade tem sido um recurso freqüentemente utilizado por diversos estudiosos (Harvey, 1992; Lipovetsky, 1983; Teixeira Coelho, 1995). Essa alusão ao poeta francês deve-se, em grande medida, à formulação teórica de modernidade, que, segundo ele, oscilaria entre o transitório e o eterno, o fugidio e o imutável.

Ao desenredar as implicações em torno da condição moderna descrita por Baudelaire, Harvey (1992) propõe um exame atento à dicotomia entre desintegração e renovação. A qual ele associa, de antemão, à ruptura com toda e qualquer tradição histórica precedente e, por outro lado, a quebras e cortes internos inerentes. O que atribuiria a esse tempo moderno o papel de crítico do passado e também de si mesmo, em constante ritmo de criação.

---

<sup>3</sup> Refere-se aqui ao artigo “The Painter of Modern Life”, publicado em 1863.



Dentre as principais condicionantes da modernidade, Harvey (1992) aponta, além da “destruição criativa” ou autodestruição criadora, o fenômeno urbano do início do século XX, o positivismo e a arte moderna. Esta última destacando-se por seu caráter essencialmente oposicionista, escandaloso e ofensivo. Reprovada pela classe média, era constantemente tachada de feia, boêmia e sexualmente chocante. Jameson (1993) resume bem essa incongruência entre sociedade e arte moderna concluindo que o modernismo em geral não combinava bem com o mobiliário vitoriano superestofado e seus tabus morais.

Foi pensamento iluminista, entretanto, que forneceu lastro para o corpo ideológico moderno. Com raízes no século XVIII, o Iluminismo buscou modos racionais de organização social e formas racionais de pensamento, para assim instituir uma sociedade livre do domínio das irracionalidades, da superstição e da religião. Seus pensadores defendiam que a fé na ciência objetiva, na lei universal, na arte autônoma e nas doutrinas de liberdade e igualdade levariam, enfim, ao domínio da natureza e, conseqüentemente, à emancipação humana.

Mas ao final da I Guerra Mundial, a rigidez do pensamento iluminista havia se tornado dissonante. De acordo com Harvey (1992: 38), “na ausência das certezas iluministas quanto à perfectibilidade do homem, a busca de um mito apropriado à modernidade tornou-se crucial”. E ele começa a surgir a partir de 1945, com a hegemonia americana dando estabilidade ao sistema de poder. Uma versão capitalista corporativa assume o projeto iluminista de progresso e emancipação humana e dá início à institucionalização de linguagens e formas da arte, da arquitetura e da literatura modernistas que outrora haviam surgido como resposta ao caos da vida moderna. O “alto” modernismo, como ficou conhecido, abandona seu caráter revolucionário e incorpora-se ao *mainstream* ou *stablishment*.

Neste momento, recordar Lipovetsky (1983: 80) é oportuno, pois como bem lembra o autor, “o estilo de vida moderno resulta não só das transformações de sensibilidade impulsionadas pelos artistas desde há mais de um século, mas, mais profundamente ainda, pelas transformações do capitalismo desde há sessenta anos”. A estrutura econômica e de mercado, alimentada pelo consumo de massa e o hedonismo, também



serão atores fundamentais nos conflitos internos e nas transformações do projeto modernista.

Com os ideais de modernidade associados ao corporativismo e ao imperialismo cultural, começam a surgir, a partir dos anos 60, movimentos de resistência em oposição à racionalidade técnica e burocrática e a defesa de valores relacionados à auto-realização e à individualização, que irão contribuir para a virada pós-moderna na década de 70.

### **Modernidade enquanto gênese do design**

Ao abordar a era moderna, Teixeira Coelho (1995) esboça algumas linhas gerais, das quais duas delas serão de fundamental importância para a compreensão do surgimento do design: o esteticismo e o cientificismo.

Segundo o autor, a modernidade promove tentativas de união entre arte e indústria, arte e máquina, e arte e técnica, num processo longo e conflituoso de harmonização entre o produto artístico e o produto industrial. A onipresença da arte, que caracterizou o aspecto esteticista da modernidade, foi um dos fatores decisivos para a conformação do design.

Teixeira Coelho (1995) aponta, ainda, a ciência e a tecnologia enquanto pilares do verdadeiro mito moderno. E um de seus rebentos, o funcionalismo, seria de fundamental importância para o entendimento da modernidade. Na verdade, ambos os conceitos estão profundamente imbricados, sendo a práxis funcionalista a mais perfeita tradução estética do *Zeitgeist* moderno. A razão, via única para a emancipação das sociedades e a eliminação das contradições econômicas e sociais, traduziu-se no funcionalismo, onde o efeito estético dependia unicamente do aspecto utilitário. A beleza de um objeto “já não seria incidental ou suplementar à sua função, porque a sua beleza *seria* agora a sua função” (CONNOR, 1993: 58).

Em todo o caso, não foram apenas as regras universais da boa forma, contidas no funcionalismo, os elos essenciais na conexão entre modernidade e design.

A trajetória do desenho gráfico é a própria trajetória do Modernismo: ele nasceu absorvendo e explicitando os traços do projeto modernista e, como o próprio



Modernismo como um todo, mas numa velocidade muito maior, deixou seu papel de resposta crítica à sociedade industrial e acabou por consolidar-se, com cânones próprios e sistematizados, como uma resposta afirmativa (e não mais crítica) às demandas desta mesma sociedade industrial (VILLAS-BOAS, 1994: IX-9-10).

A tese defendida por Villas-Boas é de que, no caso do design gráfico, modernidade e design compartilham da mesma história. E o funcionalismo, seria, portanto, o marco da institucionalização dos cânones do design moderno, regidos pelos princípios de legibilidade, clareza, síntese e adequação à lógica da produção. Cânones que, em sua origem, resultaram das experimentações vanguardistas e que, para alguns autores, foram cristalizados sob a égide bauhausiana (CARDOSO, 2004).

### **O vale-tudo da pós-modernidade**

Pluralidade, fragmentação, heterogeneidade, incerteza, simulação. Qual seria o *Zeitgeist* da pós-modernidade, considerando que ele realmente exista? Para Lipovetsky, a denúncia do imperialismo da Verdade é a figura exemplar do pós-modernismo. O estilhaçar das grandes narrativas (como o marxismo, o freudismo e o iluminismo) passa a dar espaço à afirmação do direito às diferenças, aos particularismos e às multiplicidades na esfera do saber, destituídas de qualquer tipo de autoridade suprema.

A originalidade do momento pós-moderno irá se delinear, portanto, “na predominância do individual sobre o universal, do psicológico sobre o ideológico, da comunicação sobre a politização, da diversidade sobre a homogeneidade, do permissivo sobre o coercivo” (LIPOVETSKY, 1983:107).

Vale recordar, porém, que o efêmero e o fragmentário, como havia posto Baudelaire, já estavam constituídos no bojo da modernidade. A diferença está agora na forma de sua aceitação, que passa a se dar por completo. Na pós-modernidade não há mais a crença numa metanarrativa na qual todas as coisas possam ser representadas e conectadas, portanto não há razão também para a geração de novos conceitos e linguagens. Ao contrário, o que se quer é manipular os códigos preexistentes e fazer referências a velhas fórmulas. A conclusão que se chega, então, é a de que ao acentuar o transitório e



o fugidio da modernidade, a pós-modernidade abandonou qualquer compromisso com o eterno e o imutável.

Reconhecida, portanto, a inexistência de um corpo ideológico estável que dê sustentação ao fenômeno da pós-modernidade, torna-se apropriado identificar, em seguida, as circunstâncias que a fizeram surgir.

Ela emerge da mudança histórica ocorrida no Ocidente para uma nova forma de capitalismo – para o mundo efêmero e descentralizado da tecnologia, do consumismo e da indústria cultural, no qual as indústrias de serviços, finanças e informação triunfam sobre a produção tradicional, e a política clássica de classes cede terreno a uma série difusa de ‘políticas de identidade’ (EAGLETON, 1998:7).

A perspectiva da sociedade pós-moderna enquanto sinônimo de sociedade de consumo ou sociedade pós-industrial também é compartilhada por outros teóricos, como Jameson e Lipovetsky. A obsolescência programada, o ritmo crescente nas mudanças na moda e no estilo, as novas formas de consumir e a presença cada vez maior dos meios de comunicação na vida das pessoas seriam os traços que denunciariam uma ruptura radical com a sociedade moderna. De acordo com Jameson (1993), a emergência do pós-modernismo estaria estreitamente relacionada com a emergência desse novo momento no capitalismo tardio e que seus aspectos formais reforçariam a lógica desse sistema social específico.

### **No quê crê o design pós-moderno?**

A pós-modernidade libertou o design das certezas dos velhos paradigmas e o transportou a um período de renovação e fervilhamento. Finalmente havia chegado a hora de projetar para as pessoas e não mais para o Homem, como lembra Harvey (1992). Mas seria realmente possível despir-se de fundamentos que, para além de sua condição moderna, haviam se constituído como única possibilidade para a prática do design? Como abandonar uma vocação que aparentemente apontava para soluções projetuais utópicas, universalistas, neutras e funcionalistas?

Segundo Bomfim (1995), essa transição se deu pela mudança da liberdade estética nas sociedades pós-industriais. Foi só com a pós-modernidade que os valores estéticos se



dissociaram de condicionantes político-ideológicos e de interesses e limitações da tecnologia industrial. São exemplos dessa antiga subordinação estética os episódios do Construtivismo, rejeitado por não atender aos interesses da Rússia comunista, e o Art Nouveau, que apesar de materializar o espírito da sociedade burguesa, terminou por não se adequar à produção industrial.

Na era atual, a prática estética depende ainda da superestrutura sócio-econômica e das possibilidades tecnológicas, mas no plano político-social não há apenas uma única direção (BOMFIM, 1995). As possibilidades são inúmeras e elas formam um contexto pluralista, pondo fim à noção de uma linguagem estética absoluta ou “correta”. As novas tecnologias, por sua vez, dão maior liberdade ao desenvolvimento da forma de um produto, expandindo os limites para sua configuração.

O design pós-moderno fica livre, portanto, para explorar seu aspecto estético e dar espaço à valorização do belo. Para isso, servem como recurso a ironia, a citação de diferentes formas do passado e a valorização do banal. Ainda com a flexibilização dos estilos, a cultura visual local ganha mais espaço e o próprio designer passa a ser mais instintivo.

Diante deste quadro, qual seria, então, o dilema do design na pós-modernidade? Para Cardoso (2004), a difusão do modelo consumista americano significa que a perpetuação do sistema produtivo atual depende da expansão contínua da produção e do consumo. Por outro lado, o impulso consumista responsável pelo sistema em funcionamento contribui para o agravamento de problemas ambientais. Caberia, então, ao design a difícil conciliação desses dois pólos, desafio tão complexo que pode até mesmo ultrapassar os limites cronológicos da pós-modernidade.

## **Conclusões**

Ao revisitar a cultura moderna e a pós-moderna, é possível perceber o quanto do *Zeitgeist* dessas eras ficou entranhado na prática do design. No contexto da modernidade, condição fundamental para a própria concepção do design, é visível a influência dos valores iluministas e universalistas que nortearam o pensamento da



época. É impossível negar que foram essas as bases que forjaram o entendimento mesmo da profissão e de sua filosofia projetual.

Já a passagem para a pós-modernidade promoveu, de certa forma, uma espécie de renascimento do design. Formulou-se a oportunidade para o repúdio aos velhos dogmas, ao questionamento e à busca de novas alternativas. Plurais e contextualizadas. Suportadas pelas inovações tecnológicas, pela pulverização de diferentes grupos sociais e pelo contato com múltiplos repertórios, em constante renovação e apropriação. Neste período é possível se notar também uma crise na percepção do *Zeitgeist*.

Um ângulo que não pode deixar de ser comentado, entretanto, é que a renovação pós-moderna se deu com muito mais força no âmbito da produção e não do ensino do design. Como expõe Villas-Boas (1994), o funcionalismo, legitimado desde a modernidade, permanece como modelo em muitas escolas. E dentro deste universo, ele corre o risco de continuar a ser defendido, ainda por um longo tempo, como o único modo adequado de se fazer design.

De toda forma, é preciso considerar que o momento de reação mais acentuada do design pós-moderno só a pouco começou a ser devidamente assimilado. No contexto do design gráfico, por exemplo, o período inicial de efervescência pós-modernista aconteceu nas décadas de 80, nos Estados Unidos e na Europa, e de 90, no Brasil. O que deixa muito pouco tempo para o processamento dessas inovações por parte da academia, caracterizada por uma digestão bem mais lenta de fenômenos socioculturais com implicações tão profundas.

O fator que, no entanto, não poderia deixar de impor uma continuidade a esta reflexão é o inevitável confronto entre design e contemporaneidade. Já seria possível vislumbrar o surgimento de um novo *Zeitgeist*? Quais seriam, então, as marcas desse tempo novo, nem moderno e nem pós-moderno, no design atual? Sejam quais forem esses futuros questionamentos, uma das principais perguntas a serem consideradas, como bem lembra Teixeira Coelho, deve ser: contemporâneo, mas de quê (ou de quem)? E nesse sentido, Huyssen (1996) sugere um caminho.





A crescente interpenetração nos dois sentidos entre o Primeiro e o Terceiro Mundos aponta ainda para outra dimensão desta questão. Em lugar de caminharmos juntos, mesmo que em diferentes ritmos, para o futuro, acumulamos tantas não-sincronicidades em nosso presente que uma verdadeira estrutura híbrida de temporalidade parece estar surgindo, uma estrutura que já se moveu claramente para além dos parâmetros de dois e mais séculos da modernidade euro-americana (Huysen, 1996: 20).

É possível afirmar, portanto, que futuras incursões acerca do design e o contemporâneo não se darão, pelo que parece, com o auxílio do conceito de *Zeitgeist*. O que propõe a essa nova era cultural, destituída de qualquer visão utópica e compartilhada de um futuro melhor e caracterizada por uma nova estrutura temporal, um enfoque menos absoluto e bem mais particular de suas expressões.



## Referências bibliográficas

- BOMFIM, G. A.. *Idéias e formas na história do design*. Campina Grande: UFPB, 1995.
- CARDOSO, R.. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2004.
- CONNOR, S.. *Cultura pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1993.
- EAGLETON, T.. *As ilusões do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- HARVEY, D.. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.
- HUYSEN, A.. *Memórias do modernismo*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1996.
- JAMESON, F.. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In Kaplan, A. (Org.). *O mal-estar no pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.
- LIPOVETSKY, G.. *A era do vazio*. Lisboa: Relógio d'Água, 1983.
- TEIXEIRA COELHO, J.. *Moderno pós-moderno*. São Paulo: Editora Iluminuras, 1995.
- VILLAS-BOAS, A.. Modernismo e funcionalismo: o caminho do design gráfico não é um só. *Estudos em Design*, v.2, n.2, nov, 1994. pp.IX-3-15.