

ANALISANDO RISOS: SISTEMAS

Anais

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Laboratório de Representação Sensível
Departamento de Artes & Design
Rio de Janeiro | 11 a 13 de maio de 2011

Programa de Pós-graduação em Design
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
ISBN 978-85-99959-12-1

**Anais do
IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**
11, 12 e 13 de maio de 2011
Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Denise Berruezo Portinari
Alberto Cipiniuk

Anais do IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas.
Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.
ISBN: 978-85-99959-12-1
www.simposiodesign.com.br

Os artigos foram reproduzidos exatamente como nos originais enviados pelos autores,
os quais são responsáveis pelo conteúdo e informações apresentados nos textos.

Realização



Departamento de Artes & Design

Apresentação

O Laboratório da Representação Sensível (LaRS), do Departamento de Artes e Design, da PUC-Rio, criou e mantém há alguns anos um simpósio anual onde procura discutir criticamente os limites do campo do design, através da proposta de temáticas situadas nas “fronteiras” do design e em suas interfaces com outros campos, especialmente dentro da área das Humanidades.

A nona edição do Simpósio do LaRS, ao remeter à obra de Foucault, busca promover o debate sobre as relações entre palavras e coisas a partir do estudo do objeto em sua atuação como produtor de sentido.

Em atenção a Roland Barthes quando afirma: “...o Ocidente umecta todas as coisas com sentido...” (O império dos signos), vamos além dos objetos da linguagem para pensar as coisas do mundo como signos. O tema estimula também o debate, no campo do design, acerca da relação entre teoria e prática nas suas formas de produção e uso.

Organização

Coordenação geral

Alberto Cipiniuk, Dr.

Denise Berruezo Portinari, Dra.

Comitê científico

Alberto Cipiniuk, Dr. | PUC-Rio

Alexandre Belfort, Dr. | UFJF

Carlos Murad, Dr. | UFRJ

Daniela Romão-Dias, Dra. | PUC-Rio

Denise Berruezo Portinari, Dra. | PUC-Rio

Jackeline Lima Farbiarz, Dra. | PUC-Rio

Jofre Silva, Dr. | Anhembi Morumbi

José Otávio Naves, Dr. | PUC-Rio

Julie de Araújo Pires, Dra. | PUC-Rio

Leila Lemgruber Queiroz, Dra. | Senac-Rio

Luciana Montenegro, Dra. | Senai/Cetiqt

Luiz Antonio Luzio Coelho, Dr. | PUC-Rio

Marcelo Gonçalves Ribeiro, Dr. | UFRJ

Márcia Merlo, Dra. | Anhembi Morumbi

Maria Inês de Oliveira Castro Carneiro, Dra. | Unesa

Nilton Gamba Júnior, Dr. | PUC-Rio

Otávio Leonídio Ribeiro, Dr. | PUC-Rio

Rachel Zuanon, Dra. | Anhembi Morumbi

Rita Cesar, Dra. | UFPR

Rita Maria de Souza Couto, Dra. | PUC-Rio

Rosane Preciosa, Dra. | UFJF

Stela Kaz, Dra. | PUC-Rio

Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima, Dra. | PUC-Rio

Comissão organizadora

Bruno O. Barros

Claudia Francia do Amaral

Cláudio Henrique Almeida

Cristiane Lamartine Fernandes Lopes Iannacconi

Deborah Chagas Christo

Eliane Garcia

João Dalla Rosa Junior

José Alexandre Constantino dos Santos

Juliana Tibau Luz

Julie de Araújo Pires

Luisa Helena Silva Meirelles

Marcelo Gonçalves Ribeiro

Maria Inês de Oliveira Castro Carneiro

Natália Quinderé

Patrícia Castro Ferreira

Raquel Portugal

Simone Wolfgang

Stela Kaz

Colaboração

Caixa de Ferramentas: psicanálise e ciências sociais

Senac -Rio

Senai/Cetiqt

Universidade Anhembi Morumbi

Universidade Estácio de Sá

Universidade Federal de Juiz de Fora

Universidade Federal do Paraná

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Palestras

Entre as palavras e as coisas – corpos e subjetividades

Maria Rita de Assis César

é professora adjunta no Setor de Educação da Universidade Federal do Paraná – UFPR e professora do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Educação – PPGE/UFPR. Pesquisadora do Núcleo de Estudos de Gênero (CNPq/UFPR) e coordenadora do Laboratório de investigações sobre corpo, gênero e subjetividade na educação. Experiência na área de Educação (Ensino) com ênfase nos estudos sobre corpo, gênero, sexualidade e subjetividade; atuando principalmente nos seguintes temas: poder, biopolítica e governamentalidade (M. Foucault); pós-estruturalismo; teorias de gênero; feminismo e teoria queer.

Palabra poética y cosas del continente

Arturo Chicano

es profesor de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la Pucv (Valparaíso) desde el año 1990. Desde esta misma fecha es miembro de la ciudad abierta donde vive, trabaja y estudia en torno al desarrollo de obras de arquitectura y diseño. Ha ocupado los cargos de director de la escuela de arquitectura y diseño, Decano de la facultad de arquitectura y urbanismo y actualmente vicerrector de desarrollo de la Pucv. Sus líneas de investigación están vinculadas al desarrollo de objetos kinéticos y máquinas inútiles, todas ellas vinculadas a la enseñanza del diseño como modo de estudio de la expresión humana y de la relación entre proyecto y observación, esto como modo de fundamento de la obra de diseño. Desde esta misma perspectiva ha realizado más de 25 viajes por el continente, construyendo obras efímeras en distintos lugares de Chile y América como parte de los viajes de travesías, en las cuales ahonda en la relación arquitectura-diseño, como pregunta a propósito de los márgenes o bordes de la disciplina del diseño así como de la significación de la experiencia del trabajo colectivo en la formación de diseñadores. Conjuntamente al desarrollo de su actividad académica realiza investigación vinculada a la enseñanza del diseño y en la actualidad es miembro de un colectivo multidisciplinar que investiga y realiza proyectos relacionados a la enseñanza y aprendizaje de capacidades creativas, de innovación y emprendimiento para profesores que enseñan niños y jóvenes en Valparaíso.

Performance

Performance, dentro do projeto Ateliê-Vivência dos Sentidos

A performance é uma experimentação e uma investigação dos sentidos orientada pelo ator e aluno de Psicologia da PUC-Rio, Alexandre Constantino, com apoio dos músicos Felipe Guimarães e Raphael Gaspar, também alunos da PUC-Rio.

O ator/performance é uma tela viva: com os olhos vendados ele oferece água e, em troca, convida o público a criar uma obra de arte pintando a tela viva ambientada sonoramente pelos músicos no espaço/tempo. É um convite à livre expressão.

O processo foi gravado pela equipe do CTAV da PUC-Rio como registro da experimentação/investigação.

Índice por título

A conjugação das palavras nos livros de artista de Elida Tessler

A disseminação dos impressos gráficos religiosos dos “santinhos” como processo de subjetivação e representação social.

A experiência de leitura e construção gráfica na coleção particular

A fabricação dos objetos entre as palavras e as coisas: a mutação dos formatos analógicos, antes mais sensíveis, para os formatos digitais, agora mais inteligíveis

A imagem técnica e o design como grade e formalização do mundo

A moda como instrumento de comunicação social

A palavra e as coisas: a logomarca e seu modelo.

Além do arco-íris: uma interpretação do símbolo do movimento LGBT

Arte e design: do intertextual a relação social recíproca

As palavras, as coisas do bordado e essa coisa de design

Branding e o Poder dos Sentidos

Considerações sobre a técnica sustentável

Considerações sobre palavras e práticas vigentes no campo da Moda e sua relação com o design têxtil e de vestuário

Das palavras para as coisas: uma busca por sentimentos do passado se reflete no consumo retrô

Desenho e Escrita: Pesquisa e projeto poético

Design de Moda ou Design de Objetos Têxteis e do Vestuário?

Reflexões sobre o uso dos termos Design e Moda para nomear o Campo de Produção de Objetos Têxteis e do Vestuário

Design de narrativas audiovisuais para dispositivos móveis (celular): interrelações das linguagens cinematográfica e hipermediática

Design de produtos, Design de conceitos

Design e imaginário: estabelecendo relações

Design reconfigurado, design imaterial

Design se aprende fazendo: um catalisador de questões

Diálogos entre o Design e a Arte Conceitual de Sol LeWitt

Entre memória, moda e os outros: os valores sociais das lembranças e dos objetos

Equivalência e distinção: uma reflexão sobre a noção de “signos mudos”

Espaços, Objetos e Luzes: elementos de significação e a construção de sentido no filme Meu Tio de Jacques Tati

Foucault como instrumento de pensamento em design

Foucault e Benjamin – um encontro de materialismos

Gilson Martins e o Design Brasileiro

Guimarães Rosa e os sulcos da aletosfera

Linguagem, corpo e design – uma reflexão

Metamorfoses do visível

Meu colega em uma cadeira de rodas: proposta metodológica para aferir a significação de produtos assistivos por crianças

Mimesis criativa: um conceito aristotélico aplicado ao design

Nem homens nem mulheres

O design vernacular nos espaços contemporâneos

O designer gráfico de livros ilustrados e o ilustrador

O desígnio da exposição de design

O livro no futuro

O Origami no design de vestuário: uma visão semiológica

Os Estrangeirismos nos Editoriais de Moda

Os limites do pensamento e o ideal ascético

Os signos nos quadrinhos: a representação dos personagens de “como se nunca tivesse existido...”

Palavras e coisas: anotações sobre cultura, identidade cultural e Design Gráfico

Para além do objeto existe um som: por uma escuta do design

Por uma antropologia social do design brasileiro

Projeto ILHA: design para um arquipélago de possíveis

Seduzindo e interceptando: uma leitura foucaultiana da obra de Barbara Kruger

Semiótica pra quem não sabe semiótica: uma aplicação nos estudos da forma

Ser e viver o veganismo: proposta para o design da humanidade

Sobre as palavras e as coisas

Subjetividade singular: novos modos de formar-se designer através das redes sociais da Internet

Tendências e design: manifestações visuais gráficas de tendências conceituais

Três letras e seus discursos; HIV, design e prevenção

Um breve relato sobre a codificação da carne na análise de “Os Anormais” de Michel Foucault

Uma imersão pela diversidade de descartes do nosso cotidiano: a memória e suas qualidades materiais e imateriais

Uma relação teórica entre desejo e não senso

XXX – o erotismo para além do design

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

A palavra e as coisas: a logomarca e seu modelo.

Alberto Cipiniuk

PUC-Rio

acipiniuk@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

A palavra e as coisas: a logomarca e seu modelo.

The word and the objects matters: the logo and its model.

Alberto Cipiniuk

Resumo: esse pequeno ensaio examinará uma situação concreta sobre a passagem da coisa para sua representação, contudo não da palavra, mas para a representação gráfica.

Abstract: *this small essay will argue about a specific review on the passage of the object matter for its representation, but not the word, but the graphical representation.*

Palavras chave: palavra, coisa, logomarca, representação.

Key words: *Word, subject matter, logo, representation.*

O título que Foucault deu ao seu livro e tema do nosso simpósio trata da condição de possibilidade de sabermos se a coisa (*ut res*), a “*res extensa*”, a coisa concreta e percebida pelos sentidos, pode ser redutível à palavra, ou a “*res cogito*”, aquilo que é abstrato, operado por uma faculdade intelectual ou mental (*logos*) e, do mesmo modo, qual a extensão dessa conversão. Ora, desde o renascimento, tal como a palavra, a pintura é “*cosa mentale*”. Se for produto do espírito, resultado de operação intelectual podemos chamá-la de imagem ou representação. Na Antiguidade já sabíamos que na passagem do particular (da coisa sensível) para o universal (para o conceito) havia uma perda de substância que muitas vezes tornava incompreensível a empreitada.

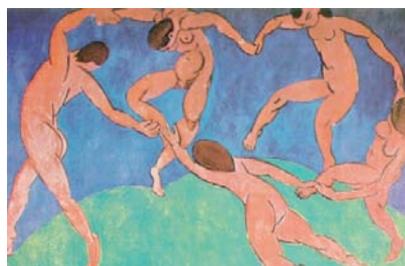
Esse pequeno ensaio examinará uma situação concreta sobre a passagem da coisa para sua representação, contudo não da palavra, mas para a representação gráfica. Acreditamos que não possamos trazer considerações que esclareçam os leitores em relação ao alcance do problema com o qual nos deparamos, mas certamente não ficaremos flutuando na superfície da questão.



Logomarca das Olimpíadas 2016

Nossa análise se dedica, portanto, ao caso da logomarca dos Jogos Olímpicos de 2016. Se ela traduz ou representa o Rio de Janeiro e o evento ao qual ela deveria representar. Do mesmo modo, gostaríamos de indicar que nossa intenção é crítica, isto é, encerra análise e juízo dos critérios empregados na sua fabricação com vistas à produção de conhecimento. Depois de Kant talvez seja necessário definir o que entendemos por juízo, pois em geral o seu sentido ou bem é enaltecer ou então é depreciar algo ou alguma coisa. Assim, nesse breve trabalho, não ensejamos formular “opinião” com fins de prejudicar o designer e sua logomarca, como talvez para alguns possa parecer. Tentei, tal como Kant se esforçou em distinguir, o juízo sintético do juízo analítico¹, onde o primeiro cuida de produzir um saber ou conhecimento, dedicamo-nos ao primeiro.

Outro ponto que nos parece propedêutico é informar o porquê da escolha desse caso. Ocorre que houve discrepância dos juízos afirmativos em inúmeros meios de comunicação, especialmente na internet. Do mesmo modo, esses debates foram seguidos de comentários de colegas que nos pareceram insuficientes. Nesses debates o próprio autor manifestou-se sobre o porquê da logomarca, ensaiou explicações que também nos pareceram insatisfatórias.



Logomarca da Telluride Foundation e Henri Matisse: A dança (1910). 2,60 x 3,90, Museu do Ermitage, São Petersburgo.

O assunto dos debates praticamente se limitava a afirmação de um eventual plágio, que o autor Fred Gelli, ou seu escritório (Tátil), havia copiado a marca de uma fundação americana Telluride e até do quadro “A dança”, do pintor francês Henri Matisse. Quem

¹ No juízo analítico: um juízo em que o predicado faz parte da definição ou do conceito do sujeito, e que não acrescenta informação ou conhecimento, servindo apenas para esclarecer a noção a respeito daquele sujeito. Por exemplo: sabendo que César é um homem, não é necessário afirmar que César é mortal, pois César é homem e todo homem é mortal. Juízo sintético: um juízo em que o predicado atribuído ao sujeito não faz parte do conceito ou definição deste, acrescentando algo ao conhecimento que se tem acerca dele.

correu em defesa da Tátil e de Fred Gelli examinou apenas essa questão e nada foi dito sobre um problema recorrente do campo do design: a inevitável associação da logomarca com as imagens arquetípicas empregadas e culminaram no afastamento. Dedicaram-se à velha ladainha daqueles que não foram os vencedores: foi cópia, haja vista o recorrente mote do campo em que em design nada se cria, pois tudo se copia. Não foi discutida a associação entre a logomarca e a coisa, entre o Rio de Janeiro e as Olimpíadas de 2016. Esse ponto é importante, pois a logomarca de Gelli não é uma imagem artística, hegemonicamente compreendida por sua gratuidade, pelos seus aspectos ornamentais, sem uma função social específica. A logomarca, imagem produzida pelos designers e tendo por fim a comunicação de um sentido preciso, de forma clara e objetiva, não pode remeter o observador para fora da intenção pretendida. Se suprimirmos o texto “Rio 2016” não é possível saber que a logomarca representa o Brasil.

É claro que a imagem tinha um problema ou má resolução, não todo iconotexto, mas a imagem em si, pois os debates se deram justamente pelo fato de ela remeter o observador para uma dimensão universal e abstrata, quando ela deveria comunicar uma mensagem precisa. A coisa a ser representada não estava representando como deveria representar. Deste modo podemos concluir que o projeto não foi bem realizado, fracassou em sua primeira condição, comunicar visualmente uma ideia. Uma das defesas formuladas foi que Fred Gelli (e a Tátil) concorreu com mais de cem escritórios de design e deste mod. E como sua marca foi escolhida por um júri composto de pares e isento, foi considerada a melhor. Mas ser a melhor imagem, concorrendo com mais de cem escritórios, não significa que não traga um problema grave de comunicação visual, justamente por uma falsa compreensão disso que é a imagem. Ademais, o raso critério quantitativo não pode, nesse caso, substituir o critério qualitativo, não é porque “todo mundo” gosta da cor azul que a amarela seja feia.

Ademais, argumentar que a avaliação dos pares é definitiva parece-me pouco inteligente, pois é corporativista. Mas houve em divulgações em vídeo de apresentação da marca, diferentes matérias publicadas na mídia e esclarecimentos do próprio autor, opiniões favoráveis. Ocorre que as opiniões favoráveis não foram algo que poderíamos chamar de isentas, pois nessas matérias foi empregada uma prática suspeita, largamente utilizada pela publicidade, que se serve de atores profissionais para enaltecer um produto, ou para falar bem de um político. Essa prática desprezível, embora muito recorrente e compreendida muitas vezes como alguma coisa natural, não resiste a um olhar acurado. Sobre um

eventual auto-elogio do autor nada podemos dizer, pois ninguém costuma falar mal de seus próprios feitos ou criações.

Acredito que para começarmos nossa análise com objetividade e isenção é preciso examinar o que é isso que é uma forma arquetípica ou uma convenção de representação empregada pelos designers e legitimadas socialmente pela categoria profissional e assimiladas de modo geral. Ora, a noção “forma arquetípica” nos remete à filosofia grega, à escola de Eléia, ao mundo das ideias primigênicas, fixas e atemporais. Dessas ideias primigênicas teriam sido originadas todas as outras e o trabalho do designer seria, a partir da geração de alternativas, selecionar aquilo que deseja e montá-las dando-lhes, por conta da disposição formal, uma personalidade distinta que seria não apenas o reflexo das ideias primigênicas, mas o reflexo de sua subjetividade.

Considerando-se o fato de que nos dias de hoje entendemos o designer como possuidor de uma personalidade distinta ou única, onde o que é da lavra de João não é, e não se confunde, com aquilo que é da lavra de Pedro, a forma criada por Fred Gelli, ainda que seja um reflexo da forma original é expressão individual e singular. Se o designer estivesse no tempo de Platão, a noção de subjetividade não seria formulada, pois ela não existia. Homens e mulheres seguiam os desígnios divinos e não se constituíam em seres individuais dotados disso que hoje consideramos capacidade de escolha, mas aquilo que os deuses desejavam que fossem.

Qual seria, portanto, a abrangência (legitimidade) da configuração estética de Gelli para sua logomarca? Validação de uma estética contingencial ou popular, denominada “arte” eletrônica, que podemos ver nos “*blogs*” e “*games*” da vida? Poderíamos compará-la ao que chamamos códigos consagrados do campo do design? Compará-la com outras logomarcas de Olimpíadas? E de forma mais abrangente, compará-lo com aquilo que foi produzido “artisticamente” no passado e algumas vezes no presente, tal como as pinturas de Ticiano, Chardin ou Lucien Freud? Podemos comparar a estética que Gelli com outros produtos culturais?

Não que a arte eletrônica não possua uma estética, pois ela a possui, mas aqui nos perguntamos sobre a validade de sua substância estética se comparada a outros conjuntos de produtos culturais que chamamos de eruditos ou consagrados por diferentes campos culturais. Detemo-nos sobre essa questão, mas é preciso informar que a substância estética de uma pintura ou qualquer outro produto cultural não é uma categoria transcendental,

externa ao objeto e que eventualmente podemos encontrá-la nesse ou naquele artefato independentemente de sua localização no tempo e no espaço. A arte ou a qualidade estética de um artefato não é adjetiva, mas resultado de práticas sociais concretas, de circunstâncias verificáveis e não princípios formais autônomos e estáveis para todo o sempre. De acordo com o que acabamos de expor a contingencial estética de Gelli é válida.

Ocorre que a curta temporalidade dos artefatos gráficos digitais em geral e, em particular esse que foi produzido por Gelli, poderiam ser considerados pobres se comparados à pintura de um Francis Bacon, por exemplo. Argumentamos que a sua contingência, sua efemeridade, é o que se pode ver legitimado como criativo nos dias de hoje. Mas isso seria assumir que se trata de uma expressão popular esvaziada de sua potência vivencial, como a maior parte dos produtos culturais que chamamos de indústria cultural. Defenderíamos que todos os artefatos culturais são passageiros. Todas as culturas são efêmeras e tudo aquilo que se produz, incluindo artefatos de pedra, não duram para sempre. Não seria portando, o fato de um artefato ser construído em uma pedra dura que possuiria a garantia da sua permanência.

O debate sobre a logomarca de Gelli, portanto, passaria ao largo dos valores estéticos legitimados pela tradição. Discutir se são negativos ou positivos estaria fora de questão, pois em nossos dias, possivelmente pelo relativismo que muitos empregam para análise das culturas e seus artefatos, não podemos nem poderíamos compará-los, pois nossos critérios são diferentes e daí para frente o juízo crítico torna-se impossível. Ora, todas as práticas sociais humanas são criativas, assim como todos os artefatos culturais também o são. Não há uma regra absoluta e válida para além das circunstâncias sociais que a geraram e uma vez institucionalizadas, passam a ser uma espécie de patrimônio coletivo, resultado tanto da eventual singularidade subjetiva de quem produziu o artefato, assim como do grupo social que o legitimou e das instâncias de circulação que operaram a validação do que foi consagrado como criativo ou merecendo um valor estético.

De qualquer modo os artefatos que receberam a designação de criativos, que foram tidos como valiosos pelo campo do design ou artisticamente depois da Idade Moderna, são sinceros como as imagens religiosas ditas milagrosas. Nos circunstanciais dias de hoje, não há como negar que as imagens religiosas possuem um poder que atravessa os tempos. Não podemos dizer que uma imagem religiosa é uma bobagem, fruto de tal ou tal credence. Ela foi produzida de forma honesta. Quem a produziu a considerava digna e correta em relação às circunstâncias de sua época ou localidade. Daí o fato de nos perguntarmos, de

procurarmos redefini-la, de vê-la como um suporte de inúmeras interpretações, solicitando novas leituras, enigmas aos quais não temos respostas. Quando, por exemplo, olhamos para as pirâmides do Egito, para esculturas monumentais de Buda, ou para as cabeças de pedra da ilha de Páscoa, temos o mesmo tipo de pergunta: o que teria levado aquelas pessoas a construí-las? Discutir estética nos dias de hoje, não é apenas tratar do emprego de formas de acordo com esse ou aquele estilo, se este alcança um status de transcendentalidade em meio às coisas circunstanciais, mas compreender como e por que as pessoas elegem tal ou tal forma e que uso fazem dela.

Para explicar o motivo de como a logomarca de Gelli pode se parecer com outras imagens, prefiro recorrer à Pierre Bourdieu e à noção de *habitus*. Para Bourdieu todo o conhecimento passivo, isto é, a cultura, seja material ou imaterial é o resultado de um lento processo histórico. Todos os objetos e pensamentos que já produzimos no passado a partir de nossas práticas sociais são *logos*, ou simbólicos, mas ancorados em práticas e relações sociais concretas. Essas concretizações sejam em imagens, objetos ou pensamentos têm suas formas mais ou menos codificadas e passíveis de serem interpretadas por todos, de modo que garantem a perpetuação dos valores, enfim existe uma disposição abstrata² que chamamos de cultura e que é um fundamento camuflado para a integração dos grupos sociais, um esquema que ao mesmo tempo gera e reproduz práticas sociais, assim, essa disposição é responsável pela produção das representações, isto é, pela espacialização de uma temporalidade, pela territorialização de noções abstratas ou simplesmente responsável pela produção das imagens. As disposições são inconscientes e resultam na interiorização do *habitus*, se constituem por meio da interiorização de um sistema de signos, índices e sanções que são materializados em objetos, palavras e condutas de um sistema de estruturas sociais.³A representação ou isso que chamamos de imagem é um produto social, pois espaço e tempo nela se materializa. O *habitus* é coletivo e nos precede. Quando nascemos já o encontramos e formamos o *habitus* pessoal a partir do coletivo, daí quando resolvemos fazer ou produzir coisas, partimos desse padrão inconsciente tido no passado como o mundo primigênio. As formas que criamos têm estreita relação com as formas que criamos no passado, mas isso não deve ser compreendido como uma concepção imobilista ou dogmática, Bourdieu prefere considerá-las como se fossem regras de um jogo de futebol. Embora elas existam e normatize o jogo, isso não impede que haja jogadas criativas e

² BOURDIEU, 2005.

³ *Ibid.*, 2005: 161.

soluções absolutamente inovadoras, como essas que vimos Pelé, Ademir da Guia, Garrincha e muitos outros realizarem.

Embora muitos considerem o trabalho do designer é aquele que trata da concepção ou criação do objeto, imagino que seria importante ressaltar que essa concepção ou criação dirige-se especialmente para a parte exterior e visível do objeto, aparência e contrastes semânticos (linguagem), dos significados que o objeto pode produzir. A parte interna, a concepção do aspecto tecnológico do objeto não faz parte dos saberes do designer. Os valores formais com os quais os designers trabalham, aqueles que aparecem aos sentidos propiciam o entendimento daquilo que o objeto pretende dizer, isto é, para o que serve ou adapta-se. O designer gráfico, por exemplo, trata da construção de uma linguagem gráfica, com linhas, texturas, cores e ritmo. Com esses elementos traduz isso que é a ontologia do objeto, faz sua natureza se tornar manifesta. Diante de uma bandeja de instrumentos cirúrgicos não temos a menor ideia do que fazer com eles e não temos essa capacidade justamente porque não sabemos para o que servem. O desejo de compreender o sentido de um objeto pelas suas qualidades sensíveis, a relação entre a forma de um objeto e o seu sentido ou significação nos traz um problema. Perguntamo-nos se essas configurações formais seriam realmente essenciais, produzindo a possibilidade de tornar visível a lógica interna e inerente (a essência) do objeto? Ou esse sentido seria apenas fruto do uso, de seu emprego sistemático? Ora, a maior parte dos objetos que utilizamos não é original, mas redesenho de outros objetos mais antigos empregados para o mesmo fim. Temos certa dificuldade de abandonar os objetos que criamos. Para os novos produtos, novas tecnologias e finalidades, é preciso disfarçá-los ou camuflá-los, tal como Adrian Forty exemplificou.⁴ Os designers operaram um verdadeiro disfarce do rádio (objeto industrial novo) para fazê-lo entrar na casa das pessoas. Se o que Forty explica não é verdadeiro, por qual motivo uma câmara digital ou um telefone celular dotado de câmara digital deve reproduzir o barulho do movimento mecânico do diafragma de uma câmara convencional?

Qualquer prática social entendida apenas como linguagem produz monstros⁵, pois a linguagem provoca uma dimensão não genuína ou arbitrária sobre a coisa representada e no caso da sociedade industrial, situa o objeto industrial como mercadoria de troca, ou como fetiche.

⁴ FORTY, Adrian. *Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac & Naify, 2007. pp. 19-22.

⁵ Francisco Goya na série de gravuras *Los Caprichos*, publicada pela primeira vez em 1799, trata das superstições e ignorância pelo declínio da racionalidade.



“*El sueño de la razón produce monstruos*” Francisco Goya *circa* 1797.

Os processos de produção da linguagem escrita, especialmente os textos empregados pelos publicitários, têm contatos próximos com o modo como os designers realizam a configuração dos objetos de design, aliás, nos dias de hoje designers e publicitários trabalham juntos. Do ponto de vista formal a linguagem empregada pelos publicitários, muitas vezes é gratuita, isto é, chama a atenção para sua forma e não para aquilo que procura dar significado. Há quem diga que esse é um bom emprego para língua, pois quando escrevemos sobre algo é preciso fazer com que a coisa desapareça e tenhamos atenção apenas na forma como ela se enuncia. Enfim, todas as linguagens, incluindo aí a linguagem publicitária, têm um sentido ambíguo. Se por um lado sintetiza racionalmente a coisa, cristaliza e reduz o seu sentido tornando-o mais conciso ou objetivo, por outro ela explora ou abre nossa compreensão para novas possibilidades de interpretação. As duas possibilidades são arbitrárias e legítimas, mas a segunda, muitas vezes é chamada de poética ou então fantasiosa. A linguagem poética é compreendida como um artefato cultural que contribui para a ampliação do nosso conhecimento sobre aquilo que nossos sentidos percebem sobre as coisas do mundo. Não um conhecimento racional ou objetivo, mas uma espécie de mergulho sentimental ou afetivo naquilo que não conhecemos. A oposição entre linguagem poética e a linguagem objetiva ou funcional é muito discutida, pois a dimensão afetiva não é clara e objetiva, tal como a linguagem que empregamos para a produção do conhecimento científico, por exemplo.

Acredito que os designers, ao se dedicarem à configuração das formas gráficas dos objetos, ampliam nosso conhecimento sobre as coisas do mundo, pois produzem metáforas, ou melhor, as reproduzem, enquanto coisas abstratas e arbitrárias, complexas e heterogêneas experiências humanas. Ao produzirem representações das coisas do mundo os designers tocam em partes obscuras e desconhecidas aos homens e ainda que as coisas passem a ser outras, isto é, coisas artificiais, ficam ancoradas ao seu sentido primeiro, sensível ou

concreto, fazem com que as pessoas deixem de ser, em parte, aquilo que eram. Assim, a coisa que existe no mundo de modo impessoal, ganha uma existência humana ou humanizada e não apenas para aquele que a realiza, mas para todos os homens e mulheres que podem apreciá-la, pois agora é sensível ou concreta.

Ocorre, no entanto, que os designers também trabalham para produzir, no mal sentido, uma equivocada ou fantasiosa linguagem para os objetos que produzem, ou melhor, não aquilo que as coisas são verdadeiramente, mas aquilo que podem ou precisam ser em um sentido negativo, digamos assim. Daí porque muitas vezes afirmamos que mentem ou se esmeram em falsear a verdade. Citaríamos como exemplo o caso da Coca-Cola, o famoso refrigerante que não refrigera e ainda colabora intensamente para a obesidade que assola o mundo de hoje. As imagens produzidas para esse refrigerante são sempre positivas e jamais mostram aquilo que eles realmente são. Se os designers são honestos e empregam sua competência profissional para produzir um sentido onde o objeto se aproxima verdadeiramente das coisas do mundo, não há problema algum, mas empregar sua competência para falsear o sentido primeiro com vistas a tornar a coisa rentável ou comercial, há uma situação ética incontornável que precisa ser discutida e que pode impedir a sua realização. O emprego da ambiguidade de uma linguagem com vistas à expansão das consciências é louvável, mas empregá-la para ampliar o consumo dos objetos é lamentável. É preciso proteger a sociedade. Um objeto de design pode e deve ser espirituoso. Deveria levar o seu usuário para novas percepções, mas existem artefatos industriais sem função alguma, ou apenas de acordo com a demanda comercial, ou melhor, construídos de tal maneira que não há meios técnicos ou estéticos para amenizá-los.

No caso da logomarca das Olimpíadas de 2016, acredito que tanto o designer quanto sua agência foram sinceros, contudo, parece-me que tal projeto deveria se iniciar do todo para parte. Ter origem no contexto mais geral, discutindo o paradigma ou a cultura em que vivemos e que tipo de design nós realizamos. A logomarca sem o texto Rio 2016, somente a imagem não nos remete a nada. O emprego das cores brasileiras, por exemplo, pareceram-me óbvias, clichês de um Brasil que nos envia aos símbolos institucionais, como a nossa bandeira. O Brasil é muito mais do que verde, amarelo, azul e branco. Um código de representação gráfico recorrente foi empregado e até aí não há mal algum. Ocorre que faltou ousadia e criação. Em relação ao pseudo morro do Pão de Açúcar, considero que estamos tratando da mesma coisa. Nesse ponto voltamos ao escrevemos mais acima sobre imagens arquetípicas. Possivelmente alguém diria: caso abrigasse as olimpíadas, a cidade de

New York certamente utilizaria a estátua da liberdade e não haveria problema algum, certo? Acho que os designers americanos procurariam sair desse chavão, mas isso é uma suposição. Aqui no Brasil as cores brasileiras e o Pão de Açúcar, atendem ao lugar comum, à indústria cultural onde a maior parte dos designers gráficos trabalha. É popular, sem dúvida, mas será que podemos dizer que algo popular é democrático, isto é, com livre acesso para todos?

Mais uma discussão: o emprego da configuração tridimensional da logomarca e mencionada nas críticas como elemento diferencial ou inovador da logomarca. No passado, por exemplo, já vimos esse tipo de prática entre os artistas. Logo depois do renascimento, vários artistas começaram a distorcer os modelos que buscavam representar. Conheciam as regras da perspectiva e inclusive sabiam de suas limitações. Foram tão eficazes que a representação do espaço figurativo do renascimento está em vigor até os dias de hoje.

Ocorre que alguns artistas alongavam os pescoços, pernas e braços dos seus modelos como El Greco e Bronzino. Desrespeitavam as regras da perspectiva em função de uma maior espiritualização das imagens, pois acreditavam que verticalizando as imagens elas ficariam mais “verdadeiras”. Era uma pesquisa formal que visava discutir novas formas de representação e podemos dizer que foram legítimas, aliás, esses artistas têm um lugar na história da arte, justamente pela ousadia e experimentalismo que empreenderam. Esse período entrou para a história da arte como um momento onde podemos encontrar “deformações” e outras bizarrices tal como a “deformação” do morro do Pão de Açúcar empregado para a logomarca das Olimpíadas 2016. Contudo, é preciso dizer que a anamorfose empregada no período Maneirista tinha validade, ou substância estética e vinculava-se profundamente à crise espiritual daquele período histórico. E essa dramática deformação talvez seja hoje apreciada, pois a nossa época também vive uma intensa crise espiritual que sendo muito mais aguda do que aquela do passado, nos permite observar aqueles exemplos com admiração. Mas acredito que a explicação mais razoável fica por conta do emprego de programas gráficos que trazem prontas ferramentas para a distorção das formas. Julgo que pela facilidade das ferramentas as deformações são induzidas como exercício experimental em busca de novas fórmulas gráficas.

Não acredito que Fred Gelli tenha partido das anamorfozes maneiristas ou de qualquer outro estilo histórico para execução de sua logomarca. Certamente ele não tem conhecimento desses estilos e “reinventou” a mesma fórmula gráfica com auxílio das ferramentas disponíveis, tal como reinventou as figuras com as mãos dadas aludidas como

plágio. Ora, não foi plágio, mas desconhecimento. A nossa indulgência crítica em relação ao fracasso de Gelli poderia ser explicada como aquilo que chamamos paradoxo de Sócrates? A ignorância ou o desconhecimento como causa do erro dos homens. Ou seria o fato de Gelli pertencer a uma geração desprovida de qualquer noção de historicidade genuína?

Não defendemos que nossos produtos criativos se incluam nessa metáfora, nessa visita caricatural do que ocorreu no passado, mas que se tenha uma visão crítica e não como a indústria cultural assim o determina. O design de Gelli infelizmente é fraco, pois a formação espiritual ou cultural dos designers de nossa época é fraca. A logomarca traduz concretamente nossa pobreza cultural.

Bibliografia.

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

FORTY, Adrian. *Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**A imagem técnica e o design como grade e formalização
do mundo**

Alex Florian Heilmair e Fabrizio Augusto Poltronieri

Centro Universitário SENAC

fabriziopoltronieri@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

A imagem técnica e o design como grade e formalização do mundo

Alex Florian Heilmair¹, Fabrizio Augusto Poltronieri²

Resumo: O presente texto inicia um processo que visa criticar o modo de produção do design contemporâneo em virtude do advento dos aparelhos atualmente disponíveis para a produção de linguagem. Para tal tarefa parte-se da ideia de imagem técnica desenvolvida pelo filósofo Vilém Flusser. A obra de Flusser apresenta reflexões importantes a serem consideradas na busca de legibilidade ao momento pós-industrial em que se encontra grande parte da produção simbólica humana, incluindo o design.

Palavras-chave: Imagem técnica, design contemporâneo, linguagem, aparelhos

Abstract: *The current paper starts a process that aims to criticize the way of producing contemporary design due the advent of apparatus currently available for the production of language. For such task we consider the idea of technical image developed by the philosopher Vilém Flusser. Flusser's legacy presents important reflections to be considered in search for the legibility of the post-industrial era, where the greatest part of symbolic human production is taking place, including the design field.*

Keywords: *Technical images, contemporary design, language, apparatus*

“Tentei, não sei se com felicidade, a redação de contos diretos. Não me atrevo a afirmar que são simples; não existe na Terra uma única página, uma única palavra, que o seja, já que todas postulam o universo, cujo atributo mais notório é a complexidade”.

Jorge Luis Borges, prólogo ao “O informe de Brodie”.

¹ Alex Florian Heilmair é bacharel e especialista em design gráfico e mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, onde pesquisa o conceito da imagem técnica na obra do filósofo Vilém Flusser. Pode ser contactado pelo e-mail alex_f_h@yahoo.com.

² Fabrizio Augusto Poltronieri é Mestre em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Integra o sistema de arte +zero (<http://www.maiszero.org>), programa computadores em C++, tenta compreender o papel do acaso nos mais diversos horizontes da cultura e desenvolve teogonias icônicas nas horas livres. Pode ser contactado pelo e-mail fabriziopoltronieri@gmail.com.

Desde os tempos imemoriáveis em que o homem desvinculou-se da natureza para iniciar a aventura civilizatória apoiada na cultura – a “natureza” humana –, que a questão do entendimento do cosmos se coloca no primeiro plano das ambições humanas. Não é por outro motivo que já no século VI a.C. na cidade-estado grega de Mileto, na Jônia, Tales inicia a organização do saber de forma filosófica a partir de um questionamento que irá nos acompanhar até hoje: O que uma coisa é em sua essência? O que está por trás de seu aspecto visível, de sua aparência, que pode nos enganar com a simples mudança da luz que incide sobre o objeto investigado? O que uma coisa é antes de ser qualquer outra coisa? Quais são as formas que temos de conhecer as coisas do mundo?

Obviamente com estas inquietudes estamos imersos no campo da pura especulação. E não é para outra coisa que nos servimos da filosofia: Para especular e continuar especulando o que já foi tentado e dado por acabado, ou mesmo abandonado. Assim construímos as camadas complexas do mundo da cultura, que acumulam-se não em pilhas, mas sim de uma forma mais caótica e movediça. As coisas que são objeto da cultura se misturam, resistem a uma ordem acabada, plasmam-se em novas e inusitadas configurações, de modo que o objeto da cultura não é mais o mundo, mas sim ela própria que acabou por plasmar o mundo em seu magma. De modo que na realidade cultural só podemos codificar e decodificar os códigos da cultura, pois para nós somente estes tem significado (FLUSSER, 1979). A cultura é a chave que abre e possibilita a existência dos horizontes da leitura, em substituição aos segredos impostos pela interpretação constante a que estávamos condenados em nosso ancestral trato com o mundo da natureza. Por este motivo o homem abdica desta e passa a construir o seu próprio cosmos, com seus códigos intrincados, mas legíveis a quem possui a chave de leitura, tentando formar uma relação dialética entre mundo e cultura. Neste panorama é que insere-se o fazer do design, forma privilegiada de mascaramento e substituição do mundo natural pela realidade cultural, mas que, por outro lado, nos parece estar mais preocupado com a aparência do que com a essência das coisas.

Através de procedimentos de mascaramento e substituição fomos organizando sistemas simbólicos baseados em códigos culturais cada vez mais entrelaçados, para substituir o natural pela linguagem, via de acesso humano a todos os fenômenos. Estes sistemas signícos se espalharam pelo mundo, encobrindo o significado de suas

coisas e instaurando sobre elas novas ordens, novas grades de associações significantes, das quais o design é uma faceta singular. Nossa percepção foi, e continua, sendo moldada por estas grades móveis. Inicialmente o processo se deu de maneira lenta e gradual, mas agora, na contemporaneidade, ele opera de forma vertiginosamente rápida, capaz de causar um mal estar constante, como se tudo fosse novamente ilegível, necessitando de novas e constantes interpretações. Como nos mostra FOUCAULT (2002), cada nova ordem traz em si o embrião da desordem, que permite a possibilidade de novos e inusitados arranjos sintáticos e semânticos onde residia uma aparente tranquilidade. A intranquilidade da desordem é o que leva a concretização da ampliação das fronteiras do pensamento, a partir da instalação da chance de pensarmos o que era impossível ser pensado na ordenação anterior. Neste ponto Foucault se mostra um semiótico de sensibilidade apurada, pois o crescimento signico no sistema teórico que ele propõe se dá através de aberturas existentes justamente quando tudo parece ter fim: No ponto em que a linguagem apresenta-se quase como não-linguagem, como impossibilidade de se pensar os fenômenos que se apresentam a mente.

Algo nesta relação incomoda e cabe a nós indagarmos qual é a natureza cultural desta grade atual que apresenta relações tão instáveis, onde novamente os signos parecem vaguear em busca de significados e os significados chocam-se em um espaço vazio (BAUMAN, 1999), tendo o interpretante como ponto de referência, abandonado completamente a sua própria subjetividade em meio ao vácuo. Se somos produtos de nosso tempo, devemos ser espelhos de nossa época, o que autoriza a tentativa de tentarmos dar legibilidade a ela para que possamos entender quem somos. O recurso a história mostra-se válido na medida em que necessitamos de parâmetros de comparação, de algo ontológico que nos prove algumas coisas, que nos permita comparar nosso estágio atual com coisas passadas, em uma tentativa angustiada de lermos a cultura de hoje com os olhos de ontem. Sem isso não há a possibilidade de métodos de comparação. E sem comparação não há sequer a esperança de compreensão, já que o incomparável nos é incompreensível e não vale o esforço para ser captado (FLUSSER, 1983).

Porém há um sério agravante aqui, introduzido por nossa própria condição: A condição de sermos novamente nômades, de termos abandonado a história para imergirmos em um tempo pós-histórico, onde nossos territórios firmes – marcados

principalmente pela segurança iluminista do texto verbal –, ruíram e deram lugar, precariamente, a uma nova configuração marcada pelo que chamaremos neste artigo de imagem técnica, misto de imagem pré-histórica com texto científico aplicado, conceito que tomaremos e discutiremos a partir da leitura da obra do filósofo tcheco-brasileiro Vilém Flusser (1920-1991). É a esta grade móvel, que inaugura a atmosfera pós-histórica, que tentaremos dar alguma legibilidade neste artigo. Para tal, iremos especular qual é a relação do design com o código das imagens técnicas.

A cultura das imagens técnicas

As imagens técnicas apenas são possíveis na presença de aparelhos, pois estas imagens são frutos de lógicas de programação. A característica mais marcante dos aparelhos é exatamente o fato destes poderem ser programados e programarem, em contrapartida, o contexto de nossa sociedade, que se organiza e vive em torno de procedimentos advindos do surgimento da escrita e hiperdimensionados pela ciência que nasceu da linearização de ideias. Temos que retroceder a grades anteriores para compreendermos os modos lógicos que regem as imagens técnicas.

É impossível pensar a ciência sem pensar em texto linear, que para FLUSSER (2002) é decorrente do rasgamento de imagens. O texto nasce das imagens que consideraremos tradicionais. Estas imagens buscam abstrair duas das quatro dimensões do espaço-tempo, conservando somente as dimensões do plano. Tratam-se de imagens superficiais, cujo significado pode ser compreendido pelo olhar que vagueia sobre o plano. As imagens tradicionais, por antecederem a invenção do texto e da história, estabelecem um tempo circular de relações que são regidas por uma cadeia conotativa. Não representam um conjunto inequívoco de símbolos, mas pertencem a uma lógica marcada pelo eterno retorno, pois nelas “o vaguear do olhar é circular: tende a voltar para contemplar elementos já vistos. Assim, o ‘antes’ se torna ‘depois’, e o ‘depois’ se torna o ‘antes’. O tempo projetado pelo olhar sobre a imagem é o eterno retorno’ (ibidem:8).

O filósofo aponta que o objetivo destas imagens é codificar o mundo natural para que este se torne acessível aos homens. Porém as imagens – que deveriam ser mapas da natureza, mediações entre o homem e o mundo – passam a ser caixas que compartimentam o conhecimento sobre a natureza, pois o homem deixou-se seduzir por elas, passando a idolatrá-las. Esta sedução inverteu a função das imagens: De

instrumentos para a orientação no mundo elas passaram a ser o próprio mundo. Idolatria é alienação e o homem tornou-se servo cego das imagens, não podendo mais se localizar no mundo. Estamos no meio do caminho para a transformação da idolatria em textolatria, sendo esta última decorrente da falta de consciência causada pelas imagens, cujo maior sintoma é o retorno eterno que nada explica, nem a si mesmo. As imagens tradicionais não permitiam a constituição do que conhecemos por história: uma memória compartilhada em constante expansão. Surgem então “pessoas empenhadas no ‘relembramento’ da função originária das imagens, que passaram a rasgá-las” (ibidem). Este rasgamento marca a passagem da imagem – eterno retorno –, para o texto – pensamento linearizante –, trazendo como consequências a tradução de cenas – imagens – em processos – textos, o que faz surgir a consciência histórica, direcionada contra as imagens. O texto foi criado para tentar reaproximar o homem do mundo mas tem efeito contrário. Acaba afastando ainda mais o homem da natureza por não significar as coisas diretamente, mas sim por meio de imagens rasgadas. Os conceitos que os textos trazem não significam os fenômenos, mas sim ideias, de forma que decifrar textos é descobrir as imagens significadas pelos conceitos. Isto porque o texto abstrai todas as dimensões, com exceção de uma: a da conceituação, exatamente por esta permitir codificar textos e decifrá-los. Daí que a textolatria é mais abstrata do que a idolatria, por conservar apenas uma das dimensões do espaço-tempo.

O texto passa a mediar a relação dos homens com as imagens. Mas, assim como ocorrera anteriormente, os textos passam a obscurecer as imagens que pretendiam representar algo para o homem, que passa a ser incapaz de decifrar os textos. O que advém deste processo é a incapacidade de reconstruir as imagens rasgadas, abstraídas pela linearização textual. Novamente o homem aliena-se, “passa a viver não mais para se servir dos textos, mas em função destes” (ibidem:11). A textolatria torna-se um procedimento tão alucinatório quanto a idolatria, com o agravante de tentar impor uma fidelidade do mundo ao texto, como se este representasse as imagens, e conseqüentemente o mundo, em sua plenitude e perfeição. Encontramos na ciência o mais bem acabado exemplo de tal procedimento. Os textos passam a ser inimagináveis, assim como o universo das ciências exatas, que não pode e não deve ser imaginado. Imaginação é a capacidade que o observador tem de preencher as lacunas faltantes em determinado discurso. A textolatria científica pretende exatamente não deixar brechas em suas proposições. Chegamos a mais

profunda crise do texto, pois o discurso científico passa a ser composto por conceitos vazios, implicando no fim da história. Não podemos mais explicar as coisas por meio de palavras que nada significam, que não mais explicam as cenas do mundo: “Lá, onde os textos não mais significam imagens, nada resta a explicar, e a história para. Em tal mundo, explicações passam a ser supérfluas: mundo absurdo, mundo da atualidade” (ibidem).

Desta situação absurda surge o principal produto da programação dos aparelhos: as imagens técnicas cuja intenção é ultrapassar a crise dos textos. Este tipo de imagem difere da imagem tradicional pois é gerada por textos científicos aplicados, ou seja, são produtos pós-históricos. As imagens tradicionais operam uma abstração de primeiro grau, abstraindo duas dimensões do fenômeno concreto, restando apenas o plano. Já as imagens técnicas operam de maneira mais sofisticada, sendo abstrações de terceiro grau, pois abstraem uma das dimensões das imagens tradicionais para obtenção dos textos, que são abstrações de segundo grau. A escalada da abstração prossegue com a reconstituição, pelas imagens técnicas, da dimensão abstraída no texto, afim de obtermos novamente imagens. Enquanto as imagens tradicionais apontam para o mundo para significá-lo, imagens técnicas apontam para textos afim de imaginá-los. Estas novas imagens são constituídas por pontos, grânulos e pixels: São nulodimensionais, não ocupam espaço. Tudo nelas foi abstraído. São fenômenos sem paralelo no passado, pois são uma queda livre no vácuo da zero-dimensionalidade.

A revolução iniciada pelas imagens técnicas é consequência da inversão dos vetores de significação. Enquanto imagens tradicionais são abstrações do espaço-tempo quadridimensional, imagens técnicas são concretizações de textos científicos abstratos – números. O fato de serem nulodimensionais e produzidas por aparelhos confere a elas posição ontológica inédita. Se as imagens tradicionais exigiam a capacidade imaginativa de seu produtor para serem criadas e decodificadas, as imagens nulodimensionais transferem tal aptidão para o aparelho, exigindo novo tipo de imaginação. Flusser (ibidem:1998) nomeia tal capacidade de tecno-imaginação, nos alertando para o perigo de acreditarmos que as imagens técnicas não passam por processos de codificação, como nos códigos anteriores da escrita e das imagens tradicionais, e por isso estão mais próximas do mundo – a fotografia da árvore, por exemplo, seria o efeito direto (não-mediado) da causa árvore. Tal inclinação contribui

para a leitura equivocada das imagens atuais e indica o perigo de uma nova alienação cultural, constatável atualmente em diversos setores da cultura. Para que as imagens técnicas sejam produzidas, eventos concretos precisam passar primeiramente pelo filtro quantificador dos conceitos científicos embutidos no aparelho, onde então são calculados de acordo com um programa para depois serem computados e qualificados pelas ideologias dos produtores. A finalidade de tais imagens é que sejam devolvidas a cultura como visões imparciais e imediatas do mundo. Levando em consideração que a tendência atual é o processamento de todos os eventos culturais por meio de aparelhos, as imagens técnicas alcançam posição estratégica e funcionam como barreiras que traduzem categorias históricas como arte, política e ciência em superfícies programadas, conferindo as mídias um papel central na vinculação de modelos estéticos, éticos e epistemológicos.

O risco de nova alienação ocorre parcialmente pelo fato do processo de produção de imagens ser opaco aos usuários: é caixa preta. Os usuários sabem como devem manipular o aparelho, controlam o *input* e *output* da produção, não obstante, desconhecem o que se passa no seu interior – caixa demasiadamente escura e complexa para ser apreendida pela luz do intelecto. A competência do aparelho supera em larga escala a do usuário. Frente a pretidão, duas posturas podem ser tomadas: Iniciar um jogo ativo de desmascaramento em busca do branqueamento da caixa – através de sistemas de reprogramação – ou utilizar passiva e superficialmente seus recursos. No primeiro caso o usuário incompetente, insatisfeito em ser mero funcionário das funções do aparelho, tenta dominá-lo sabendo que inevitavelmente será dominado por ele. Já no segundo caso, o usuário se contenta em não conhecer o interior da caixa, visto que apenas o controle de *input* e *output* o satisfazem.

Caixas pretas não são novidade e acompanham a cultura desde as suas origens. A morte, o corpo, os livros e a burocracia já foram e permanecem até hoje em certos setores como caixas pretas (SLOTTERDIJK, 2007). A diferença entre situações pregressas e a atual reside principalmente no desinteresse de uma parcela majoritária dos usuários frente a pretidão dos recentes dispositivos tecnológicos. Tomemos como exemplo o corpo, cuja opacidade foi mantida intacta pela religiosidade pré-moderna, sendo somente a partir da ascendência do ateísmo moderno, progressivamente iluminado pela racionalidade das ciências do saber, que manipulações antropogénicas e próteses passaram a ser utilizadas em maior escala, comprovando

a máxima de que só é possível simular aquilo que se conhece, neste caso o que pensamos conhecer cientificamente. Entretanto, a situação atual é caracterizada por outra postura. Aparelhos não são tabus, tão pouco dádivas divinas. Não obstante, o branqueamento de seu interior não está na agenda da parcela majoritária de seus usuários, satisfeitos com os resultados obtidos pelo uso deslumbrado destes.

Tanto o aparelho como as imagens técnicas são de significativa importância para a compreensão do papel do designer na atual situação cultural. Enquanto Flusser e outros pensadores estão engajados no clareamento tanto dos aparelhos quanto da estrutura das imagens técnicas, o designer trabalha no sentido contrário. Se a filosofia, em sua manjedoura, tem a intenção de revelar a verdade por trás das aparências, a meta do design é ocultar as essências a fim de priorizar as aparências, tornando toda vinculação cultural mero jogo espetacular (DEBORD, 2009). Tanto aparelho como imagem técnica são exemplos seminais da planificação dos processos culturais. Aparelhos por serem funcionalmente simples e estruturalmente complexos, exigem do usuário apenas conhecimentos básicos para funcionarem, e as imagens técnicas, cuja propagação frenética impede um aprofundamento crítico, tornam todo conhecimento superficial.

Por uma possível desprogramação dos aparelhos a partir de jogos lúdicos

FLUSSER (2002) aponta que é o aspecto maleável, impalpável e, portanto, simbólico, o verdadeiro portador de valor no mundo pós-industrial dos aparelhos. Podemos assim afirmar que o design não deveria mais ser um programa estético pré-estabelecido por modelos de pensamento vanguardistas, como é o caso do modernismo, mas sim uma produção desinibida de aproximações experimentais, favorecendo a exploração e ampliação do imaginário, justapondo concepções simbólicas possíveis, reais e ficcionais.

A disseminação do uso dos aparelhos para a produção de design insere a atividade na era pós-industrial. As máquinas e os artefatos tradicionalmente utilizados nos processos de criação são substituídos por um único aparelho computacional, cercado por seus periféricos, extensões de seu poder de processamento e que são, também, extensões do homem. A produção, a priori, se torna mais fluída, possibilitando explorar novos rumos do fazer. De acordo com Poissant (1997:84), as imagens criadas através do uso do computador estão em eterno “movimento e

transformação, nunca estão fixas”. A imagem técnica é portanto a imagem do tempo presente, sem vínculos com o passado e projetando um futuro que a rigor nunca se realiza, pois parte de um presente em constante mudança.

Segundo Flusser (2002:22), “a categoria fundamental do terreno industrial (e também do pré-industrial) é o trabalho. Instrumentos trabalham. Arrancam objetos da natureza e os informam. Aparelhos não trabalham. Sua intenção não é a de ‘modificar o mundo’. Visam a modificar a vida dos homens”. Se faz necessário que os designers assumam sua posição nesta configuração social, baseada cada vez mais em modos de produção mediados por aparelhos, de forma crítica e contextualizada. Design é um processo cultural, linguagem que age, que existe e atua na cultura. O discurso de que os aparelhos não afetam o modo de produzir design ou de produzir imagens encontra-se em total descompasso com os rumos que as sociedades mundiais vem tomando. Tal discurso revela, em tom apocalíptico, um medo com relação à uma “linguagem mecânica imposta pelos *softwares*”, representada por imagens *default*, produzidas a partir do simples empilhamento de filtros aplicados à construções de linguagem. Flusser indica este caminho, mas é instigador o exercício de pensar alternativas.

O fato de que a maioria dos designers não domina o funcionamento interno dos processos envolvidos no funcionamento dos aparelhos computacionais, fornecendo somente dados de entrada e verificando os resultados obtidos, estabelece de imediato um jogo designer *versus* aparelho, cabendo ao designer assumir seu papel de *homo ludens* e jogar o jogo que se apresenta. Os aparelhos emanciparam o designer do trabalho, liberando-o para o jogo. A produção de design neste cenário constitui-se, mais do que nunca, como um jogo combinatório de elementos permutáveis.

Paradoxalmente é esta característica que deve tornar o design uma atividade séria, já que para jogar de forma efetiva qualquer tipo de jogo o jogador envolvido deve estar comprometido com o jogar e com suas regras. Para a criação de arranjos sintáticos interessantes é preciso, antes, incorporar os arranjos que já fazem parte do jogo, ou seja, as questões que formam o cenário cultural contemporâneo. O designer deve inserir-se como um desprogramador dos programas propostos, com a intenção de atribuir historicidade e, portanto, personalidade à sua produção. A desprogramação dos aparelhos é um processo mais próximo da aquisição de uma consciência da linguagem do que do simples domínio do *input* e do *output* do que é oferecido. A mudança a ser realizada está na tomada dos meios de programação pelos designers. Nos parece ser este o horizonte de uma relação menos esquizofrênica entre produtores

de linguagem e aparelhos: A migração da produção de design para a programação de aparelhos produtores de imagens técnicas. A migração da programação visual para a programação de aparelhos produtores de imagem.

Bibliografia

BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta*. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. *Natural:mente*. Vários acessos ao significado de natureza. São Paulo: Duas Cidades, 1979.

_____. *Pós-História*. Vinte instantâneos e um modo de usar. São Paulo: Duas Cidades, 1983.

_____. *Kommunikologie*. Frankfurt/M: Fischer, 1998.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

POISSANT, Louise. Estas imagens em busca de identidade. In: DOMINGUES, Diana. *A arte no século XXI*. A humanização das tecnologias. São Paulo: UNESP, 1997.

SLOTERDIJK, Peter. *Erleuchtung im scharzen Kasten – Zur Geschichte der Undurchsichtigkeit*. In: *Der ästhetische Imperativ. Schriften zur Kunst*. Hamburg: EVA, 2007.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**Palavras e coisas: anotações sobre cultura, identidade
cultural e Design Gráfico**

Alexandre Santos de Oliveira

Fucapi

oliax@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Palavras e coisas: anotações sobre cultura, identidade cultural e Design Gráfico

Words and things: notes on culture, cultural identity and Graphic Design

Alexandre Santos de Oliveira
olialx@gmail.com
PUC-Rio/FUCAPI/FAPEAM/CAPES

Resumo

Este artigo é resultado de uma pesquisa bibliográfica sobre o tema identidade cultural no campo do Design e tem como objetivo apresentar uma síntese das principais ideias discutidas por André Villas-Boas, contribuindo para uma reflexão sobre as tendências teóricas que têm permeado o campo do Design no Brasil, no tocante à relação entre cultura, identidade cultural e Design Gráfico.

Palavras-chave: identidade cultural, Villas-Boas, Design Gráfico

Abstract

This article is the result of a literature on the subject of cultural identity in the field of Design and aims to present a synopsis of the main ideas discussed by Andre Villas-Boas, contributing to a reflection on the theoretical trends that have permeated the field of Design in Brazil, concerning the relationship between culture, cultural identity and graphic design.

Keywords: *Cultural identity, Villas-Boas, Graphic Design*

André Villas-Boas, as palavras

Villas-Boas apresenta-se como um pesquisador que abraçou o discurso do Design Gráfico, vertente esta que ocupa boa parte, senão a maior, dos investimentos que realizou em sua primeira fase enquanto pesquisador. Sua vinculação ao Design Gráfico pode ser observada tanto no âmbito da produção científica e acadêmica, como no que respeita a sua inserção em instâncias do mercado, atuando como designer gráfico.

Com formação em Comunicação, a despeito da produção de Villas-Boas envolver áreas tais como o jornalismo, a editoração e a comunicação visual, interessa-me nesta investigação as reflexões do autor no tocante aos fenômenos da cultura e da identidade cultural no âmbito do Design.

Para tanto, selecionei um conjunto de publicações suas, circunscritas entre os anos de 1997 a 2003, período este que se apresenta como um dos mais produtivos no que se refere à discussão das categorias de investigação deste estudo. É importante observar ainda que o período assinalado coincide com a defesa da Dissertação de Mestrado (Villas-Boas, 1997) e realização do Doutorado (1998-2002) na UFRJ¹, ambos sob a orientação de Heloisa Buarque de Holanda.

O autor adota o Design Gráfico como seu objeto de investigação e, a partir deste recorte de interesse e atuação, efetua reflexões no tocante à cultura, discussões estas que já vinham sendo anunciadas através de questões por ele trabalhadas, tais como a preocupação com as tendências não-canônicas, o fenômeno da hegemonia no campo do Design e, em particular, no Design Gráfico (Villas-Boas, 1994; 1996).

¹ Universidade Federal do Rio de Janeiro

A opção pelos Estudos Culturais, além das palavras

Em seus escritos, foi possível identificar uma forte tendência e utilização dos Estudos Culturais como linha de ação teórica, sob a qual Villas-Boas construiu a sua argumentação sobre o fenômeno da cultura e da identidade cultural. As razões para esta opção são explicitadas em sua dissertação de Mestrado (Villas-Boas, 1997), bem como em trabalhos subsequentes (Villas-Boas, 1999 e 2002a).

A justificativa se dá pela enunciação dos pressupostos que norteiam os Estudos Culturais, qual seja: a) a “promiscuidade metodológica” inerente ao campo dos estudos culturais que, segundo ele, estabelecem eco com o caráter interdisciplinar do Design Gráfico; b) a identificação da cultura como produto da sociedade industrial envolta em relações de poder c) o posicionamento político através de uma visão da academia como prática social.

Ao refletir sobre a aplicação dos Estudos Culturais ao campo do Design, Villas-Boas (1999) vê a possibilidade de articulação ou mesmo a interdependência entre os elementos técnicos, manejados pelo campo do Design e a multiplicidade da cultura contemporânea como um todo, tendo em vista que considera, apoiado em Jamenson (1994), que os Estudos Culturais se constituem numa *forma de olhar* a partir de uma disciplina acadêmica específica.

Tal abordagem pode ser lida como estando alinhada com o Design e especificamente com o Design Gráfico, tal como propõe Villas-Boas, pela atualidade da produção do campo, pela sua inserção na contemporaneidade com vistas à solução de problemas, bem como pela tradução de ideias, conceitos, e formas de ser, pensar e agir, presentes no cotidiano, constituindo-se assim num fenômeno cultural.

Por outro lado e na tentativa de conciliar o posicionamento político dos Estudos Culturais e a capacidade do Design Gráfico em comunicar ideias, Villas-Boas (1999, 2002a) antevê a possibilidade de reposicionar o discurso sobre o Design, partindo de uma prática de totalização para uma prática que tenha como princípio a diversidade. Reposicionamento este que, segundo o autor, é fruto de uma dupla visão da cultura; uma, como produto das

relações de poder e outra, que advém da diversidade como elemento/engrenagem de construção da cultura.

Em síntese, foi possível observar nos escritos que Villas-Boas, após posicionar a cultura como um *locus* de reflexão privilegiado para o Design Gráfico, ressalta a situação dos países periféricos e os interesses dos Estudos Culturais, pois este campo de estudos tende à observação da cultura sob uma perspectiva não fragmentada, “ao constatar a imbricação da alta cultura, da cultura popular e da cultura de massa” (Villas-Boas, 2002a. p. 33; 1997) como condição necessária para pensar o objeto de estudo, ao tempo que orienta a questão do Design Gráfico para além do viés formalista de observação e manipulação dos elementos concretos, caminhando em direção a uma análise dos *constructos* a partir destes elementos, levando-nos a entender o Design Gráfico como artefato da cultura.

Design Gráfico como cultura = as coisas

O que para alguns parece óbvio, para Villas-Boas é questão central no que respeita à posição do Design Gráfico como artefato da cultura, uma vez que, em suas reflexões, fica claro um posicionamento e esforço em demarcar o Design Gráfico como campo cultural, ou seja, para ele “o design gráfico tem uma dimensão tão visceralmente cultural e contemporânea que se confunde com a própria cultura e com a própria contemporaneidade” (Villas-Boas, 2002a p.18; 2000a; 2000b).

No passeio que Villas-Boas (1997) faz pela história do Design Gráfico em sua dissertação de Mestrado, discute as contradições presentes na constituição do campo, tal como o conhecemos hoje. Um dos pontos altos é a identificação da relação entre o Design e o projeto modernista (Villas-Boas, 1994; 1997), a dualidade entre os cânones adotados na sua constituição e as posturas não-canônicas como formas de ruptura com o “paradigma funcionalista” (Villas-Boas, 1994 p.11).

Neste sentido, a noção de cânone é vista pelo autor como “oportuna para a compreensão cultural do design gráfico e de sua inserção no processo social como um todo” (Villas-

Boas, 1998a; 2002a p.100). O autor utiliza em seu discurso o conceito de cânone para demonstrar as relações de poder presentes no âmbito das contradições culturais nas quais o Design Gráfico está imerso, como reflexo da cultura que ele representa enquanto instância cultural, explicitando e reforçando o seu entendimento da cultura como “produto de relações de poder” (Villas-Boas, 1999 p.65).

Ao analisar o Design Gráfico sob a perspectiva das nações periféricas, esta concepção fica mais clara, pois, para Villas-Boas, o Design Gráfico vive em “contradição permanente”: “empurrado a uma preocupação nacionalista por conta da tradição cultural mas, ao mesmo tempo preso ao internacionalismo próprio de sua natureza” (Villas-Boas, 2000a; 2000b; 2002a p.47). No entanto, esta constatação não o desanima, pois remete ao conflito sob o qual o Design Gráfico é concebido que “produz, realimenta e transforma a sua condição cultural” uma vez que, na concepção do autor, o Design Gráfico é ao mesmo tempo, sujeito e objeto da cultura.

Esta noção de pertença do Design Gráfico é trabalhada por Villas-Boas (1994, 1998a; 2002a) a partir de duas instâncias legitimadoras às quais o autor recorre em muitos momentos de sua discussão: a relação do Design com a alta cultura, justificada pelas bases do seu surgimento no ambiente das vanguardas históricas e a associação do Design Gráfico à cultura popular, através de uma formulação ligada à nacionalidade e às raízes populares.

Insatisfeito com estas duas instâncias e por considerá-las por demais limitadas para pensar a atividade do Design na contemporaneidade, Villas-Boas considera como inevitável reposicionar o Design Gráfico como estando fortemente vinculado à cultura de massas. Este vínculo/aproximação é justificado(a) pelo autor em decorrência da natureza do Design Gráfico, enquanto ligado à industrialização, à sociedade de massas e à representação visual de valores simbólicos (Villas-Boas, 2000c; 2002a p.47).

A aproximação do Design Gráfico com o conceito de cultura de massa, tal como proposto por Villas-Boas (1998b; 2002a), constitui-se num caminho para refletir sobre o papel do Design e do designer no âmbito das sociedades periféricas. Para o pesquisador, a necessidade de relativizar a ideia de repertório, por conta da capacidade das sociedades

periféricas de dessemantizar os elementos comunicacionais que lhes são propostos, se constitui numa oportunidade que, segundo ele, os designers ainda tem dificuldade para perceber.

Assim, argumenta que, para lidar com o Design Gráfico como expressão cultural, “as soluções projetuais têm de levar em conta os **padrões culturais** em jogo na situação de projeto” (Villas-Boas, 2000c p.69, grifo meu). Embora reconheça as dificuldades e entraves para dar conta deste projeto, no âmbito do Design Gráfico, Villas-Boas (2002a p.79) considera que “é factível e desejável que cheguemos a um design gráfico eminentemente brasileiro”. Contudo, ressalta que esta ação não se dará por meio daquilo que ele chama de “visualidade singular” e sim pelo reconhecimento do caráter híbrido enquanto elemento distintivo, singular e identitário da cultura brasileira.

Identidades, subculturas e hibridismo + coisas

É no P&D² de 2000 que Villas-Boas (2000a p.809; 2002a) levantará a seguinte questão que optei por transformar em interrogação: *Por que a identidade nacional voltou a ser uma questão importante?* Neste trabalho, o autor apresenta as questões que levaram a um relativo arrefecimento no tocante ao tema da identidade nas décadas de 80 e 90 no Brasil, a saber: a) por tratar-se de um tema ultrapassado, tendo em vista o seu vínculo com uma pauta política igualmente ultrapassada; b) a constatação de que o desenvolvimento do país havia superado a necessidade de tal discussão; c) a questão se tornara inoportuna, face o movimento da globalização em curso.

Não obstante as justificativas para o silêncio com relação à questão da identidade cultural, o tema volta a ser discutido não apenas no campo do Design no Brasil, como ressalta Villas-Boas, mas em outros campos de conhecimento e no âmbito das sociedades periféricas como um todo. No entanto, é importante pontuar as bases teóricas sob as quais o autor se apoia para a compreensão do conceito de identidade cultural.

² P&D – Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

O lastro de sua discussão está calcado nas ideias de Stuart Hall, Frederic Jamenson e Boaventura de Souza Santos. Para Hall (1992 apud Villas-Boas 2002a p. 98), o desencanto com a sociedade moderna está na impossibilidade de concretização das expectativas de emancipação social. Jamenson (1991, apud Villas-Boas 2002a p. 98-99) chama a atenção para a emergência do discurso do Terceiro Mundo que fratura a base identitária moderna e europeia das minorias étnicas e culturais e agrava os conflitos, no que respeita à descolonização e divisão internacional do trabalho. Santos (1995, apud Villas-Boas 2002a p. 99), ao refletir sobre esse cenário, aponta para o surgimento de novas vozes que passam a se constituir forças políticas, culturais e econômicas.

O desencanto, a emergência do Terceiro Mundo bem como as novas vozes são apresentadas por Villas-Boas (2000a; 2002a p.46) como tendo reflexos no Brasil. Para ele as discussões sobre as especificidades de uma identidade cultural, em terreno brasileiro, remontam a José de Alencar, aos modernistas, à Poesia Concreta, aos filmes do Ciclo de Cataguases, à Atlântida, ao Cinema Novo, ao ISEB, ao Teatro de Opinião, dentre outros movimentos e instituições e eu acrescento o CNRC – Centro Nacional de Referência Cultural idealizado por Aloísio Magalhães (Magalhães, 1985 e Anastassakis, 2008). Nesta perspectiva, tratam-se de movimento e instituições que, desencantadas ou não, colocaram em questão o tema da identidade nacional.

No entanto, Villas-Boas (2000a, 2002a, 2000b) não vê o modelo da identidade nacional como único e legítimo, pois para ele o modelo de construção da identidade nacional esteve baseado eminentemente na exclusão das diferenças, criando um padrão hegemônico de identidade cultural a serviço da ideia de nação.

Para Villas-Boas (2002a p.59), a nação não se constitui elemento natural “a nação não é natural nem convergente, mas artificial e divergente”, ressalta ele. A nação é homogeneizadora, o que não pressupõe desconsiderar sua face heterogênea. A nação constrói uma identidade única e dominante ao custo de suprimir identidades dissonantes, ressaltando, no entanto, que a noção de unicidade é fraturada com a emergência de vozes dissonantes, quais sejam a emergência das subculturas.

Villas-Boas (2002a p. 95-96) situa o conceito de subcultura como uma tendência sociológica norte-americana vinculada à Escola de Chicago³. Num primeiro momento, a categoria foi estudada sob uma perspectiva funcionalista, vista como desvio em relação aos padrões sociais vigentes. Na década de 1970, o *Centre for Contemporary Cultural Studies*, na Inglaterra, insere o termo em novas bases, ao discutir a perspectiva das subculturas como uma cultura própria das classes sociais.

No entanto, o entendimento das subculturas como instâncias difusas, miscigenadas e dinâmicas, nas quais os significados são permanentemente reconstruídos, contendo códigos e situações comunicacionais com uma lógica interna singular, conferindo, segundo Villas-Boas (1998a; 2002a p. 97), um status próprio a este conceito. Neste sentido, ele declara que “o conceito conserva a noção original de Birmingham⁴ de que as subculturas representam estratégias de contra-hegemonia”.

Explicita-se, a partir do conceito de subcultura, tal como trabalhado pelo autor, o entendimento da relação particular desta com a realidade brasileira, composta por identidades culturais híbridas e mestiças. No caso brasileiro, a ambiguidade de mestiços e híbridos se constitui problemática como ressalta Villas-Boas (2002a p. 43), pois a condição de mestiços, de ex-colônia e a permanência como país periférico suscita a seguinte pergunta sobre a identidade cultural, formulada pelo autor: “quem somos nós?”.

Por outro lado, o autor argumenta ainda que a posição da periferia aguça o deslocamento da relação espaço-tempo, pois o fato de sermos híbridos e a consciência sobre este estado acentua a “obsessão por uma identidade segura” (idem, p.44). Neste sentido, os recorrentes empreendimentos levados a termo pela intelectualidade brasileira no sentido de imprimir

³ Corrente sociológica surgida nos Estados Unidos, na década de 1910, por iniciativa de sociólogos americanos, professores do Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago, dedicada à investigação de comunidades singulares no universo urbano, estudados pela primeira vez sob uma perspectiva etnográfica.

⁴ Em se tratando de Estudos Culturais os autores normalmente fazem referência à Universidade de Birmingham, local onde foi fundado em 1964 o *Centre for Contemporary Cultural Studies* dirigido por Richard Hoggart.

uma noção de identidade apresentam-se, segundo o autor, como consequência desta obsessão.

Assim, instâncias tais como o Design Gráfico são chamadas a produzir, representar e disseminar tal perspectiva de identidade. No entanto, Villas-Boas (2002a) reconhece que, em decorrência da contradição permanente entre tradição cultural nacional e internacionalismo, a questão da identidade nacional parece incômoda para o Design Gráfico.

Por outro lado, constata que, em função do seu caráter híbrido, a identidade não pode representar, para o Design Gráfico, “a adoção unitária e permanente de um estilo, sob pena de por em jogo sua própria soberania” (Villas-Boas, 2002a p.72). Assim, o autor vai posicionar-se em defesa do discurso da identidade cultural no âmbito do Design Gráfico, ao afirmar que tal discurso incentiva ou requer do campo “soluções projetuais originais eminentemente autóctones” (Idem, 2002a p.51), sinalizando seu compromisso com um discurso de identidade cultural como ruptura com perspectivas homogeneizadoras e hegemônicas.

Cultura, identidade cultural e Design Gráfico: palavras e coisas

Diante do conjunto de reflexões, a partir dos escritos de André Villas-Boas, é possível constatar que o autor trabalha com três planos dicotômicos bem definidos e que representam seu posicionamento diante das questões que envolvem o Design Gráfico e sua inserção cultural, a saber: hegemonia/contra-hegemonia; canônico/não canônico; centro/periferia.

Os temas trabalhados são controversos e a abordagem do autor não poderia ser outra, ao combinar um posicionamento histórico, social e crítico do Design Gráfico. Nem sempre o distanciamento do objeto e a reflexão sobre a prática constituem-se em uma equação fácil de resolver. No entanto, ele consegue demarcar os principais aspectos que norteiam o seu

posicionamento e o aprofundamento teórico conceitual necessário a uma compreensão do objeto através de uma exaustiva reflexão.

A preocupação com o Design Gráfico como elemento/instância da cultura é ponto pacífico, no entanto, Villas-Boas entende a dupla inserção da atividade no âmbito da cultura contemporânea, ao considerar as relações entre hegemonia e contra-hegemonia, como categorias em conflito que regulam as relações, tanto no âmbito da cultura, como no Design Gráfico. Assim, utilizando-se do Design Gráfico para entender a dinâmica da cultura e vice-versa, Villas-Boas entende o trânsito e até a complementaridade entre ambos, sem desconsiderar as diferenças internas, os elementos geradores e as relações de poder que as regula.

Esse posicionamento leva o autor a identificar no âmbito e na natureza do Design Gráfico a presença de uma tradição canônica, precedida por outra não-canônica que, segundo ele, é parte intrínseca à natureza do Design Gráfico. Partindo da noção de hegemonia cultural, o autor relaciona a ideia de alta cultura como instância de poder com feições homogeneizantes e de aculturação que ressoam no campo do Design como de tradição funcionalista e internacional, ligadas a um projeto de modernidade exógeno e distante da realidade brasileira.

Numa outra instância, não muito distante desta, o autor sinaliza como constituinte da natureza do Design Gráfico a existência de uma tradição contra-hegemônica que ele denomina de não canônica e precursora da atividade do Design Gráfico; ressalta que tal tradição constitui-se uma herança da ruptura com as vanguardas estéticas modernistas, das quais o Design Gráfico se afasta, quando de sua inserção na esfera produtiva e daí a sua canonização, dada a sua associação com o funcionalismo.

Assim, o autor defende que, no plano da cultura e em sua constituição, o Design Gráfico apresenta os elementos de uma essência transgressora contra hegemônica e por extensão não canônica, o que justificaria aquilo que Villas-Boas denomina de “crise paradigmática”, evidenciada pela emergência de propostas não-canônicas no âmbito do Design Gráfico, a partir da década de 1970.

Nesta perspectiva, o Design Gráfico reflete a crise paradigmática pela qual passa a cultura contemporânea, a crise das grandes narrativas. Villas-Boas apresenta, na instância contra hegemônica, o discurso da periferia e os referenciais culturais que começam a ser reposicionados diante da globalização.

Identifica ainda os conflitos e as relações de poder que envolvem o jogo da cultura, bem como a posição dos países periféricos, portadores de uma estrutura cultural em constante ressemantização e de um hibridismo para quem, a questão do reconhecimento da identidade cultural, constitui-se como contraponto à onda homogeneizante, capitaneada pela globalização.

Em síntese, posso ler, a partir de Villas-Boas, mesmo que provisoriamente, a presença de dois conceitos de cultura, quais sejam: um conceito hegemônico, enquanto comprometido com os cânones da alta cultura e com uma ação homogeneizadora; numa outra instância, um conceito de cultura como resistência, contra-hegemônico, não canônico, que tem origem em periferias híbridas e mestiças, tais como o Brasil.

No que respeita à identidade cultural, o conceito é tratado como instância de mediação em contraponto à onda homogeneizante no âmbito do capitalismo mundial, apesar da identidade cultural se constituir um problema para o Design Gráfico, conforme ressalta o autor, ele parece identificar nesta categoria uma oportunidade para que o campo desenvolva uma autonomia projetual rumo a um Design Gráfico que seja capaz de lidar com os signos da periferia.

Referências

ANASTASSAKIS, Z Um projeto de design nacional: Aloisio Magalhães e o Centro Nacional de Referência Cultural. In: **Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design** - Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil). São Paulo, 2008(b).

MAGALHÃES, A. **E Triunfo?: a questão dos bens culturais no Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira/Fundação Nacional Pró-Memória, 1985.

VILLAS-BOAS. A. Modernismo e funcionalismo: o caminho do design gráfico não é um só. In: Estudos em Design - **Anais do 1º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design** - Associação de Ensino de Design do Brasil; ano II, vol III, n.3 Rio de Janeiro, 1994.

VILLAS-BOAS. A. Van Gogh gostava de amarelo porque só enxergava amarelo? In: Estudos em Design - **Anais do 2º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design** - Associação de Ensino de Design do Brasil; Rio de Janeiro, 1996.

VILLAS-BOAS. A. **Utopia e disciplina: O design gráfico como síntese do imaginário modernista**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura), Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro; Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 1997.

VILLAS-BOAS. A. Subcultura. In: Estudos em Design - **Anais do 3º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design** - Associação de Ensino de Design do Brasil; Rio de Janeiro, 1998a.

VILLAS-BOAS. A. X-design, ou a periferia no poder. In: Estudos em Design - **Anais do 3º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design** - Associação de Ensino de Design do Brasil; Rio de Janeiro, 1998b.

VILLAS-BOAS. A. Utopia e disciplina. Rio de Janeiro: 2AB, 1998c.

VILLAS-BOAS. A. O design gráfico como objeto dos estudos culturais. In: **Estudos em Design**. V. 7, n. 1 (abril) 1999, Associação de Ensino de Design do Brasil, Rio de Janeiro, 1999. (p. 55 – 65).

VILLAS-BOAS. A. Por que a identidade nacional voltou a ser uma questão importante. In: Estudos em Design - **Anais do 4º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design** - Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior em Design no Brasil; Novo Hamburgo, RS, 2000a.

VILLAS-BOAS. A. Identidade nacional é invenção. In: Estudos em Design - **Anais do 4º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design** - Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior em Design no Brasil; Novo Hamburgo, RS, 2000b.

VILLAS-BOAS. A. Autonomia projetual: aprendendo com arquitetos e funqueiros. In: Estudos em Design - **Anais do 4º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design** - Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior em Design no Brasil; Novo Hamburgo, RS, 2000c.

VILLAS-BOAS. A. **Identidade e Cultura**. Rio de Janeiro: 2AB, 2002a.

VILLAS-BOAS. A. As mudanças nos anos 1990: impressões de viagem. In: **Anais do 5º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design/I Congresso Internacional de Pesquisa em Design** - Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior em Design no Brasil; Brasília, 2002b.

VILLAS-BOAS. A. Sobre a efetividade de uma teoria do design a partir das sociedades periféricas. Conferência proferida no **III Congresso Internacional de Pesquisa em Design**, versão impressa distribuída pelo autor. Rio de Janeiro, outubro de ANPED, 2005.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Semiótica pra quem não sabe semiótica: uma aplicação nos estudos da forma

Aléxia Carvalho Brasil, Hortênsia Gadelha Maia, Maisa Vale
Moreira, Juliana Brito Barbosa, Jéssica Mota do Carmo,
Amanda Máximo Alexandrino Nogueira, Paulo André Frota
Cavalcante e Sabine Ramos Cabasson

Universidade Federal do Ceará

alexia.br@mac.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Semiótica pra quem não sabe semiótica: uma aplicação nos estudos da forma

Autores:

Aléxia Carvalho Brasil

Hortênsia Gadelha Maia

Maisa Vale Moreira

Juliana Brito Barbosa

Jéssica Mota do Carmo

Amanda Máximo Alexandrino Nogueira

Paulo André Frota Cavalcante

Sabine Ramos Cabasson

Resumo:

Este artigo propõe uma aplicação da Semiótica no ensino e avaliação de princípios do design. Para tanto, parte da definição das categorias peirceanas do signo, e de como elas podem ser percebidas nos objetos. Como estudo de caso, são apresentadas duas versões de um mesmo exercício de composição aplicados em grupos distintos. No primeiro enunciado, são considerados apenas critérios formais, enquanto no segundo há sugestão de significados. Alguns resultados foram discutidos pelo grupo de estudos de Design e Semiótica como forma de aplicação da teoria no ensino e avaliação de princípios do design.

palavras chave: design, semiótica, forma, sentido, ensino.

Eficiência formal e sentido

Uma boa forma é assim considerada por atender condições de simplicidade, coerência, facilidade de reconhecimento. Atende, portanto, uma função de economia ou eficiência cognitiva. Assim ensina a Teoria da Gestalt. Abraçada pela Bauhaus e pelo pensamento moderno, a Gestalt é ainda hoje um dos fundamentos para os cursos que tratam da produção de imagens. Esta reflexão se iniciou em sala de aula das disciplinas de Elementos de Programação Visual e Programação Visual no sentido de experimentar outras teorias que pudessem se somar à avaliação dos trabalhos, sobretudo no que tange ao significado.

A inquietação sobre o significado veio da observação de um problema recorrente na avaliação dos exercícios. Era comum que uma imagem, embora bem resolvida formalmente, evocasse sentidos que não eram previstos nem exatamente adequados. As discussões em sala evoluíram para a formação de um grupo de estudos, interessado em investigar como significado poderia também ser considerado na avaliação de eficiência. Este entendimento encontrou eco na produção contemporânea do design onde observamos uma crescente aposta nos apelos mais sensíveis da forma.

Para compreender a diversidade das relações de significado, temos a Semântica, a Semiologia, a Semiótica, todas denominações advindas de SEMEION, signos, em grego (plural de semeia). A Semiologia de Ferdinand Saussure (Sw, 1857-1913) e a Semiótica de Charles Sanders Peirce (EUA, 1839-1914) surgiram quase ao mesmo tempo. A Semiótica de C. S. Peirce se destacou por não se basear na linguagem verbal e por este motivo veio a ser tomada como teoria das mais diversas linguagens, incluindo a linguagem das formas. Assim veio a compor os currículos dos cursos superiores de comunicação, arte, design, e até de arquitetura.

Apesar do destaque que a semiótica peirceana conquistou, Peirce não obteve reconhecimento em vida, deixando sua obra não publicada, mas distribuída em escritos e cartas. Ao propor um novo sistema de pensamento, Peirce criou termos, de forma que não precisasse lançar mão de palavras já existentes. Entretanto, a estratégia que visava não confundir acabou por gerar uma linguagem própria, até hermética, afastando os curiosos dos textos, acessíveis apenas aos iniciados.

Não se faz necessário, em um primeiro momento, tomar todos os aspectos da teoria, mas apenas aqueles que irão contribuir com o argumento que passará a ser ora desenvolvido: a relação de uma forma com uma coisa ou idéia deve também ser considerada na avaliação de sua eficiência. De todo modo, não é possível fugir de todas as palavras, e a palavra chave é SIGNO.

Categorias de classificação do signo

Signo é aquilo que está no lugar de alguma coisa. Para a semiótica peirceana a idéia básica é que nunca se alcança a coisa na sua totalidade pelo entendimento. Alcança-se apenas parte, cada vez mais próxima, porque a mente evolui, mas nunca completa porque o signo é por definição falível, e também porque o objeto se transforma. O que a mente alcança é o signo do objeto.

Já em Kant, tem-se a idéia de que não se acessa a coisa em si, mas sim algo que de alguma forma aparece (fenômeno). Para Peirce, o signo não tem existência material. É uma abstração lógica. É interessante notar que as outras teorias da significação são baseadas em duplas, significante, significado. Peirce propôs uma tríade: objeto, interpretante e signo:

OBJETO vem de ‘objectus’: em face, em frente, contra, aquilo que está lançado a sua frente, pode ser uma coisa (concreta), uma idéia (abstrata). Numa relação epistemológica, objeto é aquilo que se quer conhecer.

INTERPRETANTE é o sujeito dentro da relação epistemológica, é aquele que quer conhecer, uma mente. A primeira idéia é que o interpretante é uma pessoa, mas pode ser um animal, algo vivo, ou ainda qualquer sistema que possa elaborar signos.

SIGNO é o veículo.

A relação entre objeto e interpretante pode ser variada, daí a idéia que há tipos distintos de signos. Um desenho pode comunicar a idéia “mesa”, quase sem educação visual prévia. Já a palavra escrita, necessita de uma série de acordos que vão desde a possibilidade de se representar o som com imagem, até o desenho de fonemas em forma de letras, e determinação de palavras que indicarão cada coisa. Para alguns, o fato do desenho da mesa ser feito a bico de

pena ou carvão, se somará ao entendimento, acrescentando algo. Há ainda a possibilidade de se elaborar um signo similar “mesa”, entrando em uma sala escura e esbarrando em um objeto, na altura da cintura.

Peirce queria entender como as coisas, ou os fenômenos, aparecem à mente. Para ele, as faculdades que devem ser desenvolvidas para tanto, são: capacidade contemplativa; capacidade de distinguir; capacidade de generalizar. E, no intuito de generalizar, chegou a três elementos formais de toda e qualquer experiência: qualidade, relação (ou reação) e representação, assim identificando-as:

1. Firstness (primeiridade) que corresponde aquilo que é primeiro na percepção.
2. Secondness (secundidade) que corresponde ao reativo, aquilo em que se esbarra.
3. Thirdness (terceiridade), que é a síntese intelectual- ou o pensamento em signos.

Vale salientar que as separações se dão, muitas vezes, no campo lógico, mas se confundem na experiência. Não é clara a passagem entre as fronteiras dos tipos de signos elaborados na percepção dos fenômenos. Ainda no campo lógico, cruzando as categorias anteriores: objeto, interpretante e signo, com essas três categorias chega-se a seguinte matriz:

signo em si mesmo signo com seu objeto signo com seu interpretante

	signo em si mesmo	signo com seu objeto	signo com seu interpretante
1stness	qualisigno	ícone	rema
2ndness	sinsigno	índice	dicente
3rdness	legisigno	símbolo	argumento

O signo em si mesmo, num estado primeiro é qualisigno, e como o nome sugere, é um signo de qualidade. A fugaz experiência de primeiridade, vai se tornando rara a medida em que as coisas tornam-se conhecidas para as mentes. Mas a primeiridade pode nos atingir, quando algo surpreende nossos sentidos, provocando conexões impensáveis, algo como que subtrai o chão. Não se percebe ainda distinção entre o algo e a mente.

O sinsigno é o signo de relação ou reação. Já se percebe um objeto (que pode ser abstrato). Algo é reconhecido pela diferença que há entre aquilo e o sujeito. Há uma separação, a percepção que algo objetiva. Ao retomar seus contornos, o que se percebe, ainda que não nomeado, é algo alheio.

O legisigno é o signo elaborado quando se nomeia, já se vincula aquilo a um geral. O eu embestado na experiência deu lugar a um eu em contato com a coisa até ser possível dizer: tal forma, tal som, tal cor. Ou, pensando numa mente, ocorre reação de forma preestabelecida, conforme um hábito, ou uma lei.

A seqüência qualisigno, sinsigno, legisigno pode não acontecer sempre assim, talvez seja apenas uma linha para explicar de forma didática. Na experiência cotidiana percebem-se sinsignos e legisignos. Entretanto, podem emergir também qualisignos nas artes, pois é oportuno provocar relações de qualidade.

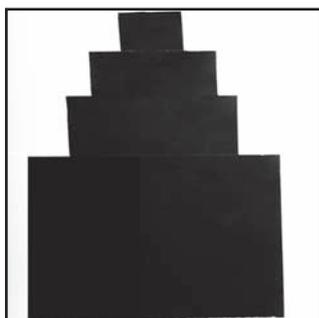
Estudo de caso

Em cursos de Arquitetura ou Design corta-se, risca-se, e atualmente, passam-se muitas horas em frente aos computadores. Trabalha-se muito porque o tipo de ensino se dá, como define Donald Schon, com a reflexão na ação. A questão é propor bons problemas e tentar conduzir o aprendizado, sem respostas prévias. Na ação sempre se aprende, nem que seja uma forma mecânica de realizar uma operação. Se essa ação é acompanhada de uma reflexão, questionamentos, rebatimento nas teorias, então, algum salto pode acontecer. É isso que se procura com a aplicação da Semiótica na relação do ensino-aprendizado concernente aos princípios de composição visual. Os exercícios são experimentados como uma seqüência de passos, como algoritmos. Todavia, os alunos tomarão decisões com liberdade crescente e verifica-se uma variedade de respostas dadas a partir de um mesmo enunciado. O primeiro enunciado é igual para toda a turma.

Enunciado 1 (EPV 2010-2)

A aula começa com exercício de composição livre, na qual os alunos recebem uma folha branca e meia folha preta. Pede-se que comecem a subdividir a folha preta na metade e que prossigam subdividindo até conseguirem tamanhos variados. Depois, os participantes são convidados a deslizar os pedaços sobre a folha branca. Finalmente, quando encontrarem a posição em que o conjunto os agrada, devem colar. Depois as composições são colocadas na parede, para observação de todos.

Da observação do primeiro grupo de exercícios, percebem-se padrões de solução: simetrias, progressões, relações figura-fundo, alinhamentos e equilíbrio, que podem ser relacionados com os princípios da Gestalt. Embora não fossem pedidos “conceitos”, aparecem figurações propositas ou involuntárias. Para entender estes conceitos à luz da Semiótica, o grupo de estudos de Design e Semiótica, escolheu alguns trabalhos para análise. A metodologia aplicada reproduz o modelo proposto por Santaella e Nöeth, em Estratégias semióticas da publicidade.



TRABALHO: LUANA GRASSI

A progressão de tamanhos dos retângulos foi mantida e colocada do maior para o menor, de baixo para cima, de forma centralizada. Percebe-se a simetria da forma central da composição. Em seguida percebe-se a simetria gerada pela forma proposta no fundo branco.

Aspectos qualitativos-icônicos - A cor preta (em restrita teoria das cores seria uma não-cor), as formas das partes (retangulares) e a progressão, transmitem uma sensação de peso.

Aspectos singulares-indiciais - Na colagem, a materialidade do papel, as marcas dos cortes a sensível sobreposição dos retângulos, são rastros da ação compositiva. Indiciam gestos e decisões. Estas pistas se perdem ao observar a composição de longe ou na sua reprodução.

Aspectos simbólicos - Não se identificam símbolos, no entendimento da semiótica peirceana. Considerações - Embora não houvesse uma solicitação de significado, podem ser atribuídos aqueles mais qualitativos na sensação do peso. Interessante notar que, na apreciação dos demais alunos, foi percebido algo como dois perfis, no fundo branco.



TRABALHO: EMILY CATTANI

Os recortes pretos são todos retângulos, variam apenas de tamanho e espessura. Foram dispostos de forma horizontal e vertical. Quando sobrepostos da folha branca, destacam não apenas sua forma, mas fazem surgir outras: linhas brancas delimitadas pelas formas pretas.

Aspectos qualitativos-icônicos - Busca-se uma composição agradável. Podemos encontrar um equilíbrio e uma simetria por mais que as formas sejam diferentes. Uma centralidade é formada pela ocorrência de um eixo. Uma pequena base formada por retângulos menores pode provocar estabilidade. O trabalho se restringe ao preto no branco. As cores se destacam, pois são contrárias. Tornam-se luminosas ainda mais, impregnando a forma na memória.

Aspectos singulares-indiciais - As cores são chapadas. As formas recortadas são bastante simples, dão idéia de estabilidade e comodidade. Por utilizar formas retangulares e recortes quase infantis, torna-se uma composição bastante regular. Sua organização é o mais interessante, pois ao alinhar as formas pretas podemos perceber outras formas nos vazios formados pelo preto. Passam uma certa calma e estabilidade, a simetria sugerida traz um equilíbrio através dos diferentes pesos e alturas, mas ainda um possível dinamismo.

Aspectos simbólicos - Não existem símbolos propostos, mas podemos reconhecer algumas formas. Dois “F”s são formados, um sendo o espelho do outro, porém são diferentes, dessa forma temos um código.



TRABALHO: CHILDERICO JOSÉ

Neste trabalho, observa-se que os quadrados pretos seguem uma gradação de tamanho e estão dispostos de maneira orgânica, sendo uma das únicas composições que contém formas curvas.

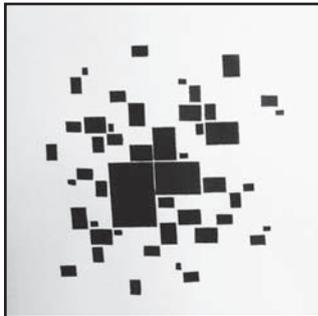
Aspectos qualitativos-icônicos - No trabalho, sendo utilizados pedaços de papel da mesma cor, não existe uma diferença de tonalidade que gere, não chamando atenção particular para nenhuma delas – elas apresentam cor uniforme. A textura dos pedaços, por ser completamente opaca e lisa, torna a cor preta predominante. Este fator acaba por realçar as

peças pretas do fundo branco, interpretando-o como uma cor nula, que apenas está ali para gerar uma diferenciação que permita as peças se sobressaírem do fundo.

Aspectos singulares-indiciais - A cor chapada ajuda a concentrar a atenção na forma atingida pelo aluno, principalmente quando o trabalho é exposto ao lado de outros trabalhos que acompanham esta estética preto-no-branco. Aqui, a forma orgânica sugere fluidez e sutileza. A gradação de tamanhos e a descentralização no papel sugerem dinamicidade e ritmo.

Aspectos simbólicos – Não foram identificados.

Considerações - Observou-se, em discussões internas do grupo, que este trabalho parecia se encaixar até mesmo no Enunciado 2, por sugerir fortemente um conceito, que estaria entre ritmo, música ou harmonia. É importante citar também que alguns alunos viram a forma de um cavalo-marinho na composição.



TRABALHO: NAYANNE GUERRA

A aluna utilizou tamanhos variados de peças e disponibilizou-as de forma aparentemente aleatória, distribuindo os papéis sem uniformidade, porém dispoendo os maiores no meio, buscando uma centralidade que constitui um núcleo central que vai se expandindo de maneira irregular.

Aspectos qualitativo- icônicos - Nesta composição, a aluna utilizou-se de uma única forma retangular, dispoendo-a de diversos tamanhos, posições e distâncias entre si, porém sempre mantendo sua proporção. Além disso, percebe-se a concentração das maiores peças no centro da composição, o que atrai o olhar do observador, principalmente para este ponto.

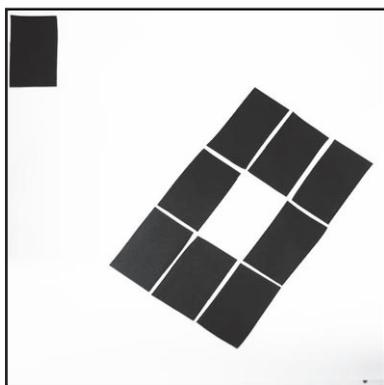
Aspectos singulares-indiciais - De imediato, apropria-se de uma idéia de movimento, que tanto pode ser no sentido do centro para as bordas como o contrário, ou ainda de dentro para fora do papel. Apesar da área branca ser maior que a preta, ela se limita a função de plano de fundo, o que proporciona uma maior leveza ao trabalho. À medida que o observador se distancia da imagem, esta leveza ainda pode ser percebida, contudo, os limites entre as peças passam a não serem tão definidos e estas aparentam ser mais próximas, perdendo a idéia de dinamicidade.

No semestre seguinte, o enunciado foi modificado para dar ênfase no aspecto do sentido.

Enunciado 2 (EPV 2011-1):

Nesta segunda fase, elaboram-se padrões a partir de conceitos previamente estabelecidos. Os conceitos propostos foram: arcos, força, loucura, igualdade, diferença, calma, música, exílio, perdido, monotonia, festa, equilíbrio, ritmo, sonho, momento, repetição, liberdade, leve, carnaval, afeto, proteção, conflito, estático, caos, equilíbrio, complexidade, felicidade.

Depois as composições também foram colocadas na parede, para observação de todos. Então começou o jogo de tentar deduzir quais eram os conceitos geradores. O significado passou a ser considerado na avaliação da eficiência.



TRABALHO: FRANCISCO EDSON MACEDO

Os mesmos materiais foram utilizados, também foi feita a mesma proposta de recorte. Dessa vez, houve uma maior liberdade ao posicionar os retângulos pretos. As cores se destacam, os cheios e vazios ficam mais evidentes.

Aspectos qualitativos-icônicos - A composição, dessa vez, traz algo mais que uma boa

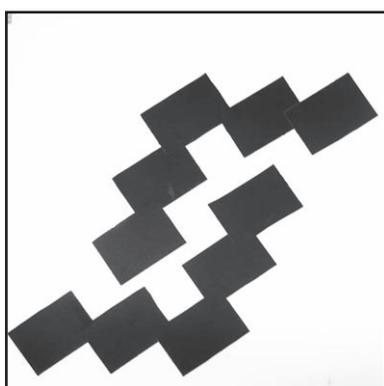
composição, parece querer representar algo. Os retângulos aparecem nos extremos, um retângulo formado de outros re-

tângulos aparece na parte inferior direita, enquanto um pequeno retângulo central falta para completar essa forma. Este pode ser aquele que se encontra distante na parte superior esquerda. Uma instabilidade da forma à direita é também sugerida. Os mesmos materiais foram usados. O destaque comum da composição preto no branco acontece aqui também. Os recortes são retângulos, mas o que chama mais atenção é sua disposição inclinada.

Aspectos singulares-indiciais - Uma instabilidade aparece nessa composição, uma angústia também surge por faltar um pequeno retângulo para completá-la. Além disso, o elemento que falta, para finalmente completar a forma e talvez para acabar com a desconfortável instabilidade se encontra no canto superior e distante, talvez de impossível alcance.

Aspectos simbólicos - Perdido. Conceito que foi dado previamente para a elaboração dessa composição. Agora, muito mais do que a busca por uma forma bela e confortável, a preocupação maior é a de representar com os recortes e a superfície branca esse conceito. Aliado aos cheios e vazios produzidos pelos elementos disponíveis, os alunos deveriam de alguma forma transmitir tal mensagem.

TRABALHO: FRANCISCA BRUNA VIANA



Nesta composição, foram formadas duas figuras compostas por cinco retângulos menores. Estes pedaços menores são conectados por sobreposição.

Aspectos qualitativos-icônicos - Aqui, como analisado na composição anterior, o branco atua como fundo e o preto como figura. De maneira geral, a cor continua uniforme e a textura opaca.

Aspectos singulares-indiciais - A composição é formada por duas figuras que se encaixam, parecendo se proteger mutuamente. A simetria entre elas sugere igualdade, um não é mais forte ou fraco do que o outro e ambos se cuidam.

Aspectos simbólicos - Esta idéia de proteção representa o conceito de um sentimento, mas que pode ser observado de maneiras diferentes. De perto, as figuras não remetem à forma humana, comunicando o conceito pela proximidade entre elas, a concavidade que é sugerida, o encaixe.

De longe, muitas pessoas apontaram as formas como parecidas com duas pessoas se abraçando, ou dançando juntas.



TRABALHO: RENAN MARINHO

Diferente do que foi proposto, o aluno se utilizou de triângulos de diversos tamanhos e angulações, dispostos de forma inclinada. Dois dos vários triângulos possuem maior dimensão e os outros complementam a composição.

Aspectos qualitativos-icônicos – O aluno utilizou os triângulos por considerar esta forma geométrica mais adequada ao conceito de sua composição. As maiores estão situadas nas áreas inferior e superior e as menores apenas na parte

superior. Os triângulos não estão ordenados de maneira rigorosa e não possuem simetria.

Aspectos singulares-indiciais - A diferença de tamanhos dá uma idéia de democracia, tolerância com as disparidades, como numa festa, em que todos tem suas particularidades. A forma triangular sugere ação, inquietação, o desequilíbrio sugere movimento.

Considerações - Não se chega a uma forma já conhecida, porém as duas maiores formas lembram uma exclamação que remete a alegria, empolgação e é possível que o observador identifique os pequenos triângulos como confetes.

Referências Bibliográficas:

DONDIS, D. A. (1997) Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes.

Santaella, L.(2003) O que é Semiótica. São Paulo: Brasiliense.

Santaella, L. , Nöeth, W. (2010) Estratégias semióticas da publicidade.São Paulo:Cengage Learning

Schon, D. (2000) Educando o profissional reflexivo: um novo design para o ensino e a aprendizagem. Porto Alegre: Artmed.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Seduzindo e interceptando: uma leitura foucaultiana da obra de Barbara Kruger

Ana Beatriz Pereira de Andrade e Paula Rebello Magalhães de Oliveira

Universidade Estadual Paulista - UNESP / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC

anabiaandrade@openlink.com.br | oliveira.paula74@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

SEDUZINDO E INTERCEPTANDO
uma leitura foucaultiana da obra de Barbara Kruger



Ana Beatriz Pereira de Andrade

*Doutora em Psicologia Social (UERJ), Mestre em Comunicação e Cultura (ECO-UFRJ),
Graduada em Comunicação Visual (PUC-Rio), Professora Assistente Doutor –
Departamento Design FAAC/UNESP (Bauru)*

anabiaandrade@openlink.com.br

anabiaandrade@faac.unesp.br

Paula Rebello Magalhães de Oliveira

*Mestre em Ciências (ENSP – FIOCRUZ), Graduação e Formação em Psicologia (UERJ),
Professora da Pós-Graduação em Artes Visuais – Universidade Estácio de Sá*

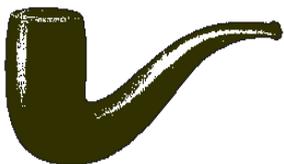
oliveira.paula74@gmail.com

Resumo: O presente artigo apresenta considerações acerca da obra de Barbara Kruger a partir das teorias de Michel Foucault. A artista/designer norte-americana reúne em seus projetos palavras e coisas (= imagens), produzindo *instrumentos* direcionados a um *corpus* social contemporâneo. Os resultados representam a sociedade de consumo, a influência do capital e de determinadas ideologias nas relações sociais. Propõe-se elencar questões presentes nas obras de Foucault e René Magritte. O objetivo é o de fomentar reflexões das possibilidades de linguagens femininas que ocupam a dimensão da resistência conforme conceito proposto por Andrew Feenberg.

Palavras-chave: Design e Gênero; Psicologia Social; Dimensão da Resistência.

Abstract: *This article presents Barbara Kruger's art and design production considering Michael Foucault theories. The North American artist/designer works with words and things (as images) producing instruments for a contemporary social corpus. Results reveal influences of consumption society, influences of capital and some ideologies over social relationships. There are some references about Foucault and René Magritte works. The objective is to reflect on the possibilities of a feminine language in the space of resistant dimension as purposed by Andrew Feenberg.*

Key words: *Design and Gender; Social Psychology; Subversive Rationalization.*



PREÂMBULO

Ceci n'est pas une pipe.

Por conseqüência, se se puser de parte a intuição de uma cópia isolada, pode-se dizer que todo conhecimento se obtém pela comparação de duas ou várias coisas entre si. (FOUCAULT, 1981)

Afinal: é ou não é um cachimbo? Também podem ser dois cachimbos...

Nas palavras (e/ou coisas) registradas por Foucault há que *saber se se pode pensar diferentemente do que se pensa e perceber diferentemente do que se vê, é indispensável para continuar a olhar ou a refletir* (FOUCAULT, 1984).

A ideia deste artigo é apresentar algumas inquietações diante da obra da artista/designer norte-americana Barbara Kruger à luz das teorias de Michel Foucault. Inspiração a partir da leitura de *Isto não é um Cachimbo* (FOUCAULT, 1988) e textos de outros autores versando sobre a visão foucaultiana da obra de René Magritte.

Barbara Kruger, inserida no cenário histórico, cultural, imagético e social contemporâneo, no qual podemos nos considerar tanto consumidores como cidadãos – organiza imagens e palavras nos resultados visuais de sua obra. Daí, a tentativa de traçar um paralelo com as questões levantadas por Foucault em Magritte.

1. QUEM É BARBARA KRUGER ?

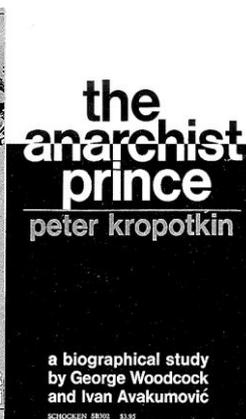
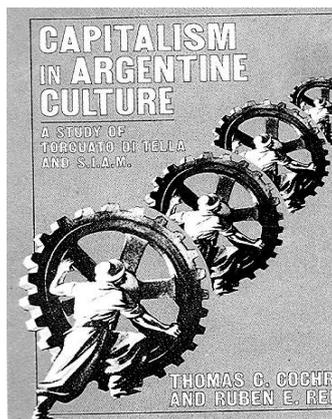
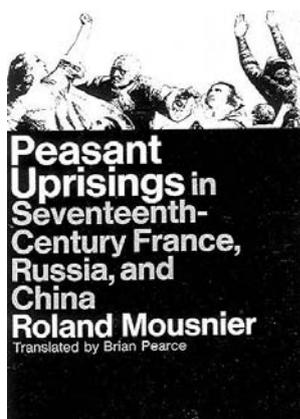
A forma estética não se opõe ao conteúdo, nem mesmo dialeticamente. Na obra de arte, a obra de arte, a forma torna-se conteúdo e vice-versa. (MARCUSE, 1988)

Barbara Kruger nasceu em Nova Jersey em 1945 e iniciou seus estudos acadêmicos na *Parsons School of Design* (NYC). Embora, na época, a escola fosse reconhecida por uma estrutura curricular de características conservadoras e tradicionais, Barbara Kruger foi aluna de Diane Arbus e Marvin Israel.

Israel teve papel fundamental no início de carreira de Kruger como designer gráfica. Enquanto diretor de arte da revista *Harper's Bazaar*, incentivou a aluna ao desenvolvimento de um portfólio que resultou em um emprego na revista *Mademoiselle*. Aos vinte e dois anos a designer já era reconhecida por seus projetos para uma revista de grande importância no cenário da moda norte-americana.

A influência de Diane Arbus pode ser percebida em projetos posteriores, tanto enquanto uma importante artista mulher, como por interesses manifestos em sua obra, por exemplo, a temática, a técnica fotográfica e, de certo modo, em aspectos conceituais e formais.

Em paralelo ao trabalho formal, Kruger desenvolveu projetos de capas de livro como *free lancer*, em sua maioria textos de temática política.



Present Uprisings,
1972. Harper
Torchbooks, NY.

Capitalism in Argentine
Culture, 1971.
University of
Pennsylvania Press, PH.

The Anarchist Prince,
1971. Schocken Books,
NY.

A experiência como designer gráfica tornou-se a base para o desenvolvimento do trabalho autoral de Kruger em diversos níveis. Segundo ela mesma, no nível dos procedimentos foi possível aperfeiçoar o olhar para a seleção de imagens e para a definição do potencial retórico com foco no impacto visual desejado. Também, no nível de estratégias, houve o aprendizado de modos de enfatizar uma espécie de engajamento do público. E ainda, lidar com a economia de imagem e texto, uma característica dos anúncios na época no

sentido de fixar a atenção do observador, levou a uma rapidez para atingir com eficácia os objetivos desejados.

Entre 1969 e 1976, Barbara Kruger desistiu do emprego e fez diversas incursões no campo das artes. Inicialmente, sua linguagem foi identificada como próxima das fronteiras estilísticas da *Pop Art*, do Minimalismo e da Arte Conceitual. Em 1973, realizou duas exposições na cidade de Nova York e um trabalho incluído na Bienal do Museu Whitney.

Ao longo da década de 70, a artista/designer estabelece sua identidade em termos conceituais e formais. Utilizando fotografias, apropriando-se de imagens e reescrevendo frases, Kruger tratou de temas como trabalho, política, questões sociais e femininas.

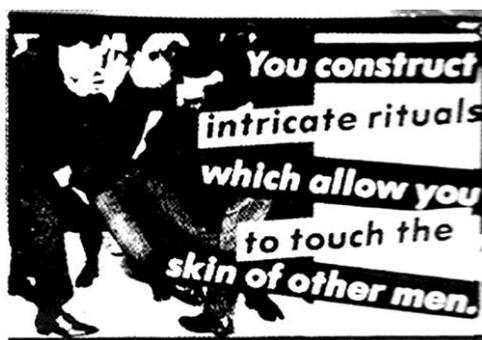
Associou-se a um grupo de artistas mulheres que incluía Jenny Holzer e Cindy Sherman que, segundo a crítica na época, apresentavam resultados diretamente vinculados a uma abordagem vernacular de comunicação e às teorias de Jean Baudrillard e Roland Barthes.

A partir daí, Kruger define uma clara estratégia projetual: sua experiência profissional com design editorial e publicidade lhe ensinou a seduzir o receptor, pretendendo interceptar a interpretação dos signos utilizando diversos suportes e meios de comunicação.

Em 1981, participou da exposição *Public Address* na galeria Annina Nosei e, no ano seguinte, integrou um pequeno grupo de mulheres selecionadas para o evento *Documenta VII* em Kassel.



Sem título. Your moments of joy have the precision of military strategy, 1980. Fotografia, 37 X 50". Rhona Hoffman Gallery, Chicago.



Sem título. You construct intricate rituals which allow you to touch the skin of other men, 1983. Fotografia, 37 X 50".

2. POR UMA DIMENSÃO DA RESISTÊNCIA

Considerados os movimentos alavancados nas décadas de 60 e 70 nos Estados Unidos da América, não se trata aqui de assumir uma postura feminista, mas de pensar uma possibilidade de linguagem feminina que tenha ocupado a dimensão da resistência.

Andrew Feenberg (2005), inspirado por Herbert Marcuse (1990) em *A Dimensão Estética*, propôs a racionalização subversiva como possibilidade. Esta proposta relaciona-se ao poder, à tecnologia e democracia.

Pode-se questionar a hegemonia de uma linguagem visual, suportada pelos sistemas de controle oficiais, e supostamente confortáveis para o estabelecimento de uma ordem social.

Feenberg apresenta alguns exemplos de movimentos coletivos que, de alguma forma, desafiam os horizontes do racional utilizando ferramentas com o uso de tecnologia. Mostra que a racionalização na contemporaneidade estaria diretamente relacionada com o poder.

A racionalização subversiva requer oposição à dominação e à hegemonia. Feenberg refere-se a uma fronteira para a compreensão que possa sugerir responsabilidade para uma ação concreta. Talvez um retorno às ideias socialistas antigas, talvez seja possível ter alguma esperança no sentido de repensar o projeto socialista, bem como as práticas comunistas.



3. EIS DOIS CARECAS



Os homens normais não sabem que tudo é possível.
(ROUSSET *apud* ARENDT, 1989)

A obra de René Magritte talvez não seja tão simples de ser compreendida a partir das análises regulares das Histórias da Arte. Michel Foucault deparou-se com o(s) cachimbo(s). Imagens e palavras imbricadas. Simples de serem vistas, mas não tão fáceis de serem assimiladas.

Os críticos de arte apontaram um choque na obra de Magritte a partir do momento que começa a propor uma *virulência do pensamento*. A palavra é dita e é trocada, conforme o entendimento de Foucault (1996) em *A Ordem do Discurso* no sentido de que este movimento estaria *no interior de complexos mecanismos de restrição*.

Eis dois carecas. Pode-se supor, ainda a partir do mesmo referencial teórico, que *na sociedade a produção do discurso é simultaneamente controlada, selecionada, organizada e redistribuída por um certo número de processos que têm por papel exorcizar-lhe os poderes e os perigos, refrear-lhe o acontecimento aleatório, esquivar-lhe a pesada, temível materialidade* (FOUCAULT, 1996).

A comunicação, enquanto interação por intermédio das mensagens, representa uma possibilidade de não pacificação, um mútuo entendimento e um exercício livre das competências dos sujeitos.

Torna-se uma luta pela palavra, uma luta com a palavra – e uma restrição da palavra. A palavra pode ser alvo do exercício de poderes que a controlam, e os poderes incidem também sobre as palavras.

Segundo Foucault, o controle discursivo, para além de ser uma luta simultaneamente pelo poder e contra o poder da palavra, visa também *refrear o acontecimento aleatório* diante de qualquer discurso e de qualquer coisa dita ou escrita.

Por consequência, a instância do discurso pode resultar de sistemas de controle da palavra. Entre verdade e possibilidade do que possa ser dito em uma sociedade que se deseja organizada, opera-se um bloqueio quanto ao uso da palavra.

Daí advém a aproximação com a questão da dimensão da resistência, quando Foucault trata das práticas restritivas da palavra que resultariam em um *murmúrio anônimo* como mecanismo de bloqueio ou prisão do discurso.

Foucault define que há sistemas de exclusão do discurso. Um seria o do que está interdito, talvez no campo da razão e da loucura, da vontade e da verdade. Outro, o que tange ao comentário e que exclui o sujeito falante. E, ainda, o que seria o ritual da palavra que se reflete nas doutrinas e nas apropriações que faz a sociedade. Ou seja, o que é dito tende a um esvaziamento de significado em função de condições e de possibilidades.

A tentativa de uma interpretação da obra de Barbara Kruger, a partir de Foucault, trata de desconfiar da *diretividade* de uma impressão inicial. As imagens (fotografias) e as palavras, talvez palavras e coisas, sugerem *intencionalidade ambígua, contraditória e não-representativa*, o que remete a relações possíveis entre as palavras e as coisas.

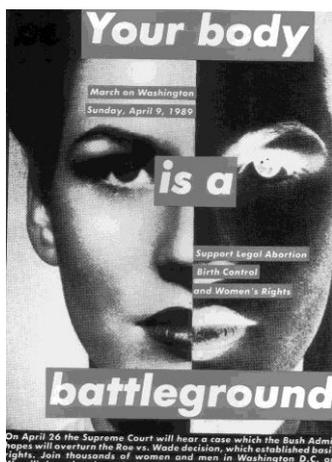
“(…) Parece-me que, por exemplo, as ervilhas possuem relação de similitude entre si, ao mesmo tempo visível (sua cor, forma, dimensão) e invisível (sua natureza, sabor, peso). O mesmo se dá no que concerne ao falso e ao autêntico etc. As coisas não possuem entre si semelhanças, elas tem ou não tem similitudes. Só ao pensamento é dado ser semelhante. Ele se assemelha sendo o que vê, ouve ou conhece, ele torna-se o que o mundo lhe oferece.” Trecho de carta de Foucault para Magritte – 23/05/66 (FOUCAULT, 1988)

4. AMOR A VENDA OU O DINHEIRO FALA?

Num quadro, as palavras são da mesma substância que as imagens.
(MAGRITTE *apud* FOUCAULT, 1988)

Ou: na obra de Barbara Kruger as palavras são da mesma substância que as coisas, isto é, imagem.

O conjunto do trabalho de Barbara Kruger nas duas últimas décadas fomenta o estabelecimento de categorias a partir de temas recorrentes, que seriam questões de gênero e o consumo capitalista.



Sem título. Your body is a battleground, 1989. Pôster para uso na marcha pela aprovação do aborto em Washington. 29X24”.

Sem título. I shop therefore I am, 1987. Fotografia serigrafada sobre vinil. 120X120”. Thomas Ammann, Zurique.

Em ambos os casos, parte da consideração de que o poder é determinante e cita Foucault quando propõe a diluição em uma multiplicidade de áreas, operando sobre discursos determinantes quanto a questões e aspectos fundamentais de sociedades e culturas.

O poder seria uma estratégia que se assemelha a uma rede de relações que unificariam instituições e aparatos sociais. Segundo Foucault (1975) em *Vigiar e Punir*, é exercido por efeitos simbólicos, e sua eficácia deriva da sutileza de penetração nos mecanismos de mudanças sociais.

A intenção de Barbara Kruger direciona-se para um posicionamento voltado a um *corpo social*, com o objetivo de produzir instrumentos que possam estar inseridos na ordem econômica, social e ideológica.



Sem título. We don't need another hero. Outdoor. 1986/1987/1988. Exposto em Londres, Paris, Zurique, dentre outras cidades.



Muitos projetos de Kruger apresentam estereótipos como um código que pode ser compreendido em múltiplos idiomas, no sentido de contraposição a um poder arbitrariamente imposto.

Craig Owens (1994) e Kate Linker (1990), ambos estudiosos de Barbara Kruger, entendem que *nossa contemporaneidade é menos burocrática ou tecnocrática do que midiocrática*. Neste sentido, a construção e manutenção da sociedade estariam sendo controladas pelos movimentos da mídia.

Daí a importância da obra de Kruger, reforçando uma possibilidade de não submissão e não aceitação de um poder anônimo que conduz a um consumo de determinados códigos.

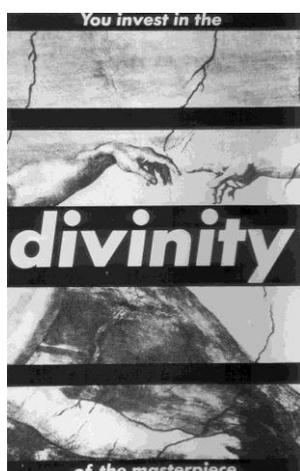
Em *Thinking of you* (2003), Barbara Kruger ressalta que em organizações sociais contemporâneas os espaços de reflexão são a *tela* e a *grande rede*. Isso reflete uma concepção de que a visão esteja privilegiada sobre os outros sentidos, tornando-se, portanto, relacionada a formas de domínio, encanto e subsequente controle.

“Na atualidade, todas as coisas estão condenadas à publicidade. Isto lhes confere credibilidade, visibilidade e promoção. (...) no cerne do que se entende por mercado

(e, por extensão, no cerne do nosso universo de signos), está um gênio do mal da propaganda, um trapaceiro, que coloca em cena as mercadorias com bufoneria. Um roteirista (talvez o próprio capital), transforma, então, o mundo em um cenário fantasmagórico. E, todos nós nos tornamos vítimas enfeitiçadas.” (BAUDRILLARD, 1972)

O olhar crítico de Barbara Kruger está representado visualmente em um conjunto de projetos cujo significado relaciona-se com um rol de questões sociais marcadas pela ideologia capitalista. O estreitamento de vínculos entre uma linguagem pós-moderna, a temática – o capital – e os signos utilizados, propõe a impossibilidade de dissolução das imagens com os efeitos semióticos das mesmas.

A intenção de Kruger é também a de expor relações entre o consumo e o encantamento, utilizando técnicas aprendidas com a prática em publicidade.



Sem título. You invest in the divinity of the masterpiece, 1982. Fotografia. 71X45”. Museu de Arte Moderna – Nova York (MOMA).

Sem título. Your money talks, 1984. Fotografia. 60X80”. Coleção Galeria Karl Borstein, California.

Barbara Kruger também aponta constantemente para as armadilhas de linguagem utilizadas na mídia. Voltando-se do geral para o particular, resalta detalhes das encruzilhadas presentes na cultura de massa.

Neste sentido, o cenário contemporâneo encontra-se pleno de ubiquidades e propostas que objetivam aguçar o desejo do consumo que apela para o possuir. Aproxima-se, portanto, das teorias de Walter Benjamin, quando este indica que *se existe uma alma na submissão, esta seria a mais comovente dentre o reino das almas. E, seria necessário visualizar em cada sujeito o consumidor, bem como qual seria o local mais adequado para acolhê-lo* (BENJAMIN, 1983).

Mais do que expor as diretrizes e estratégias do poder, Kruger denuncia a invasão e a ocupação de espaços vazios na subjetividade e na intimidade dos indivíduos por instrumentos da mídia.

O espírito crítico de Barbara Kruger pretende interferir em códigos estéticos pré-estabelecidos, inclusive no que concerne aos valores atribuídos e que definem o que seja ou não obra de arte. Constantemente, desconstrói o termo: *grande artista*. Esta posição reflete-se em seus projetos, quando se apropria de imagens e manipula frases públicas. Recusar o mito do único, da divindade do objeto, reveste os resultados de um caráter mais social do que singular.

Constantemente, Kruger desafia o domínio individualista na estética, exibindo ao redor do mundo questionamentos que, minimamente, possam levar a pensar sobre alguns significados.

Os projetos de Barbara Kruger surpreendem quando tratam da sociedade de consumo e da forma como o capital interfere na subjetividade e nas relações interpessoais.



Sem título. When I hear the word culture I take out my checkbook. 1985. 138X60”

Sem título. Buy me I'll change your life. 1984. Fotografia. 72 X 48”.

O capital tornou-se elemento fundamental em muitos sentidos. Chega a parecer que todos os valores possam ser quantificados. Um poder quase invisível transcende e manipula desejos viscerais do ser humano.

Na década de 80, Kruger retoma os valores de uma geração que, nos anos 60, sustentou radicalismos, posições políticas definidas, intenções de mudanças, idéias e ideais, quando as identidades não eram definidas pelo poder de consumo.

Atualmente, pensa-se em direitos humanos, em controle de informação, em igualdade, fraternidade e liberdade, a partir de um outro tipo de idealismo ainda não identificado.

Barbara Kruger expõe projetos que possibilitam algumas reflexões, utilizando-se de todo o poder da expressão gráfica e visual.

LEVANTEI A CARECA E NÃO VI NINGUÉM

Protestando e desejando o melhor, pode-se viver momentos de decepções que provoquem isolamento da realidade mundial. A obra de Kruger, segundo a própria, pretende revigorar uma certa nostalgia a fim de ter-se esperança na contemporaneidade.

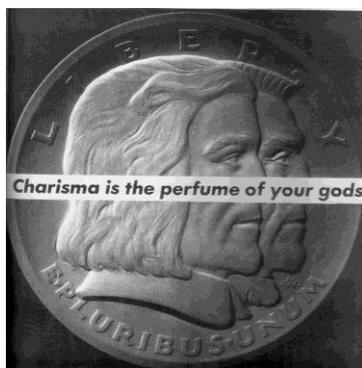


A memória individual e social, a retomada de uma análise crítica da história e análise visual e da imagem, certamente, podem levar a questionamentos amadurecidos e aprofundados a respeito de possibilidades de mudanças.

Mesmo lidando com a força do poder do mercado que comanda os valores capitalistas vigentes, as experiências e projetos práticos de alguns artistas e designers podem ser provocantes e intrigantes. Samuel Beckett abordou este tema.

Como já dizia Roland Barthes (1985): *A imagem sempre tem a última palavra.*

Se a imagem pode interceptar e seduzir, a obra de Barbara Kruger pode ser inspiradora para imaginar a Dimensão da Resistência.



BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ARENDDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1985.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

_____. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Martins Fontes, 1972.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica. *In: Magia, Arte e Técnica*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

- BERGER, John. **Modos de Ver.** São Paulo: Editora Rocco, 1995.
- CAMPOS, Jorge Lúcio de. **Das estratégias duplas: o apelo alegórico na arte do pós-guerra.** In: *Especulo. Revista de estudos literários*, Universidad Complutense de Madrid, 2004. (<http://www.ucm.es/info/especulo/numero28/estrateg.html>)
- CANCLINI, Nestor G. **Consumidores e Cidadãos.** Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- DOUGLAS, Mary *et al.* **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós Modernismo.** São Paulo: Nobel, 1995.
- FEENBERG, Andrew. Subversive rationalization: technology, power and democracy. In: **Technology and the Politics of Knowledge.** California: Simon Fraser University, 2005.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir.** Petrópolis: Editora Vozes, 1975.
- _____. **As palavras e as coisas.** São Paulo Martins Fontes, 1981.
- _____. **Isto não é um Cachimbo.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- _____. **A ordem do Discurso.** São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- _____. **História da Sexualidade II: o uso dos prazeres.** Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- KRUGER, Barbara. **Money Talks.** NY: Skarstedt Fine Art, 2003.
- _____. **Thinking of you.** NY: Skarstedt Fine Art, 2003.
- _____. **Remote Control.** Massachusetts: MIT Press, 1993.
- LINKER, Kate. **Love for Sale: the words and pictures of Barbara Kruger.** NY: Harry N. Abrams Inc., 1990.
- MARCUSE, Herbert. **A Dimensão Estética.** São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- _____. A dimensão estética. In: LIMA, Luiz da Costa. **Teorias da Cultura de Massa.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- MATOS, Olgária. **Escola de Frankfurt.** São Paulo: Editora Moderna, 1993.
- OWENS, Craig. **Beyond Recognition: Representation, Power, and Culture.** California: California Press, 1994.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Design e imaginário: estabelecendo relações

Ana Maria Dacol

Universidade Federal de Pelotas

ana@anadacol.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Design e imaginário: estabelecendo relações

Design and imaginary: establishing relations

DACOL, Ana Maria; graduanda em Design Gráfico; Universidade Federal de Pelotas.
ana@anadacol.com

Resumo

Esse artigo busca compreender a relação entre o design e os estudos do imaginário através de exemplos e possibilidades de uso no design. A pesquisa tenta associar uma observação formal do design pelo olhar da sociologia compreensiva, na tentativa de se ter uma percepção sensível dos projetos. A contribuição é dada quando a pesquisa tenta dialogar o design com as teorias do imaginário.

Palavras-chave: design, imaginário, sociologia compreensiva.

Abstract

The article tries to understand the relation between design and the imaginary studies through examples and possibilities of using the imaginary on design. The research tries to associate a formal observation from design theory with the propositions of the comprehensive sociology to give a sensitive perception to the project. The contribution is given when the research tries to dialogue design and the imaginary theory.

Keywords: design, imaginary studies, comprehensive sociology.

Um olhar sobre a sociologia compreensiva

Para iniciarmos a compreensão dos estudos do imaginário é relevante situar-se no contexto em que estão inseridos. Vivemos em uma sociedade onde o emocional se antepôs ao racional; segundo Maffesoli (2007) esse é um dos traços da pós-modernidade. Por ser formada por infinitos elementos, esta não possui um conceito ou definição concreta, pois se refere justamente a um momento onde conceitos e definições deixam de ser prioridade. Trata-se de uma desconstrução de boa parte das certezas “modernas” e ocidentais. Os discursos entram em um panorama de constante negociação.

Quando os diversos elementos que compõem uma determinada entidade já não podem (...) permanecer juntos eles entram de diversas maneiras numa outra composição, e, deste modo, favorecem o nascimento de uma outra identidade. Foi isso que, antes que encontrássemos um nome adequado, presidiu a elaboração da pós-modernidade. Saturação-recomposição (MAFFESOLI, 2007, p.20).

Portanto, vivemos um tempo de efemeridade onde tudo se transforma numa velocidade descontrolada. Frente a isso, afirmações rígidas, racionais e absolutas não parecem se encaixar às ciências humanas aplicadas ou à comunicação: meios onde a subjetividade ganha força e onde este trabalho se situa. A sociologia compreensiva aceita a subjetividade; é onde o pesquisador atua como mediador e não como detentor de verdades absolutas, é uma “investigação que permite apreender melhor a riqueza da experiência social” (MAFFESOLI, 2007). Será utilizada então, a sociologia compreensiva como indicação metodológica para o presente artigo, por ser adequada aos estudos do imaginário.

O irracional, o não-racional, o afetivo, o passional o estético e o emotivo não podem ser eliminados da análise sociológica pelo simples fato de que não são quantificáveis ou passíveis de observação numa cadeia repetitiva de indivíduo para indivíduo ou de grupo para grupo (SILVA, 2006, p.76).

Não se pretende lançar conceitos concretos neste trabalho, pelo contrário, pretende-se ter um olhar que relacione vários aspectos do design e do imaginário de forma alguma isolar o objeto de pesquisa, “O que realmente importa não é a elaboração de uma verdade acachapante – mas a articulação de verdades locais (em todos os sentidos do termo), permitindo que nos situemos no presente” (MAFFESOLI, 2007).

O pesquisador do imaginário atua como um narrador do vivido, “como um etnógrafo das emoções e das práticas, a exemplo de um repórter de todas as paixões e acontecimentos cotidianos” (SILVA, 2006), um contador de histórias, um mediador que dá voz ao social, que interpreta e participa. O narrador do vivido não assiste mais seu objeto de estudo através de um vidro, ele quebra essa barreira e participa do estudado.

Os estudos do imaginário

A modernidade fez o mundo vivenciar pela primeira vez a experiência sensorial da efemeridade, o cinema foi o grande responsável por gerar esse clima perceptivo de superestimulação das sensações e por criar uma nova forma de experimentação, a experimentação do instante (KELLER, 2004). Afinal, porque algo que não passa de jogos de luz e sombra sobre uma tela é capaz de nos atingir de forma tão intensa? Edgar Morin explica em seu texto “A Alma do Cinema” que o espectador passa por uma experiência completamente passiva quando na sala de cinema, por estar sozinho em um ambiente coletivo, sabendo estar distante de tudo o que passa na tela, fecham-se os canais de ação e abrem-se as portas da psique, do sonho, ocorrendo então à projeção-identificação (MORIN, 1983) que acontece através das fontes mais profundas do imaginário.

Por muito tempo a imagem foi desconsiderada como pensamento, “a epistemologia ocidental é baseada na premissa cartesiana de que pensar significa seguir a linha escrita, e isso não dá crédito a fotografia como uma maneira de pensar” (FLUSSER, 2007). Mas a partir do momento em que somos bombardeados diariamente desde o nosso nascimento com uma infinidade de imagens, considerá-las passou a ser uma necessidade. E então “a imagem perde sua desvalorização clássica e deixa de ser uma simples ‘louca da casa’ para transformar-se na chave que dá acesso ao aposento mais secreto e mais recalcado do psiquismo” (DURAND, 1999). A diferença entre o pensamento linear cartesiano e o pensamento imagético é que o linear independe de um ponto de vista e é ligado a códigos objetivos pré-determinados, enquanto o imagético depende de um ponto de vista e é essencialmente subjetivo.

A essa ciência e filosofia da imagem foi dada o nome de imaginário, caracterizado pelo grande fluxo e troca de informações, que pode ser comparado, segundo noções de Durand interpretadas por Silva, a “um rio cujas águas passam muitas vezes no mesmo lugar, sempre iguais e sempre diferentes” (SILVA, 2006). Sempre iguais porque todo seu conteúdo consiste em informações, e sempre diferente porque a cada segundo são inseridas uma quantidade enorme de novas informações, que entram em contato com as velhas, renovando-as e criando novas. A partir da comparação com bacias fluviais, se cria a idéia de “bacia semântica”, que é o encontro e repartição das águas por onde as informações transitam, numa teia infinita formada por inúmeros rios em constante mutação e atualização, onde não existe início e não existe fim. Tudo é água, mas cada gota de água é diferente. E por mais que a água dos rios

desemboque nos oceanos, ela evapora e volta aos rios na forma de chuva, num ciclo contínuo e infinito. Dentro dessa comparação, o imaginário é o trajeto antropológico que o ser bebe dessa bacia, e cada ponto que o sujeito bebe é ponto de chegada e ponto de partida, nunca se bebe da mesma água, por mais que se beba da mesma bacia – as águas circulam constantemente. Durand também compara o imaginário a um reservatório/motor, um mecanismo individual e coletivo que parte da disseminação de informações contidas em um reservatório do emissor, partindo até o receptor ou receptores que tem seus próprios reservatórios e que vão transformando a informação de forma desordenada e incontrolável. É nesse momento que o imaginário emana do real, estrutura-se como ideal e retorna como elemento propulsor (SILVA, 2006). O imaginário é o que conecta todas as informações, sendo capaz assim de virar motor, gerando novas informações.

O imaginário é essencialmente coletivo e por isso pode ser confundido com cultura, apesar de coexistirem não se equivalem; portanto é importante ressaltar que a cultura pode ser definida como um conjunto de práticas e marcas de identificação de um grupo social; já o imaginário é subjetivo e inexorável, pode ser comparado ao que Walter Benjamin caracteriza como aura, por ser algo de força social coletiva mas de ordem espiritual, uma construção mental não quantificável (MAFFESOLI, 2001). É através do imaginário que o ser se molda culturalmente, formando um reservatório que abriga todo o tipo de informação, na forma tanto de imagens e sentimentos como do pensamento linear. A forma como essas informações se combinam através do fluxo podem determinar como esse ser vê e sente o mundo ao seu redor.

Imaginário e design

O imaginário e o design estão diretamente ligados desde seu início. A autora Alexandra Keller, em um estudo sobre os catálogos de venda por correspondência da Sears¹, apresenta uma análise sobre como os mesmos estão diretamente ligados ao imaginário dos leitores. Os catálogos eram distribuídos à população rural americana na virada do século XIX para o XX. Esses catálogos direcionados ao meio rural transmitiam aos camponeses o estilo de vida de uma metrópole criada pela empresa e “sua estrutura e propósito o tornavam um veículo de urbanização desse sujeito rural” (KELLER, 2004), que levava a magia da cidade – um mundo completamente diferente do que viviam – diretamente para seus lares, fazendo-os sentir parte dessa modernidade crescente.

¹ Empresa americana fundada por Richard Sears e Alvah Roebuck em 1886 que tem sua sede na cidade americana de Chicago.

Um exemplo dessa urbanização da área rural e de sua relação com o cinema é o uso da narrativa nos anúncios (Fig.1), onde pode-se perceber claramente um ação entre as personagens: os homens olham para a mulher como se fosse uma cena em movimento, o que pode sugerir uma experiência próxima ao fenômeno da projeção-identificação proposto por Morin. Essa projeção-identificação é intensificada ao utilizar a mulher como centro do anúncio, dirigindo um carro sozinha, exibindo uma característica da modernidade da época e suscitando questões de gênero.

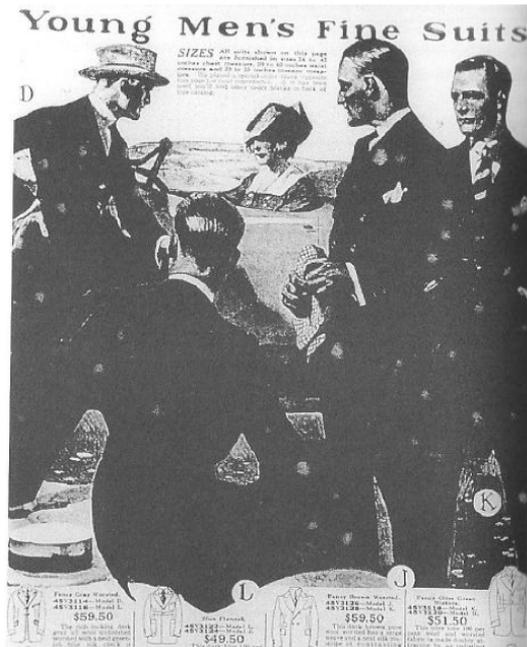


Figura 1 Anúncio narrativo no catálogo da Sears. Fonte: (KELLER, 2004)

O grande sucesso da Sears se deu graças a modernização dos transportes a partir da popularização dos trens e serviço postal gratuito. Esse avanços ocorreram devido as necessidades das fábricas, já que o país havia se tornado a maior potência industrial mundial. Por esse avanço, a alfabetização de mulheres, crianças e pessoas de classes mais baixas começou a se popularizar', e ler tornou-se um hobby para todas as classes: é o que Martin Lyons caracteriza como "novos leitores do século XIX." Para esses novos leitores, o catálogo da Sears não era somente um produto funcional, mas sim objeto de lazer, sendo guardado junto com livros e revistas de entretenimento. Keller compara o primeiro contato com o catálogo da Sears pelos moradores das zonas rurais ao primeiro contato com o cinema dos moradores da cidade, descrevendo como um flânerie², imobilizando o sujeito

² "Flanar significa andar ociosamente, sem rumo nem sentido certo; perambular. Essa expressão surge na França, no século XIX –flâner – como desígnio de uma nova experiência urbana, proporcionada pelo crescimento acelerado das grandes metrópoles." (PONTUAL, LEITE. 2006. P.99).

frente ao objeto de curiosidade cinética, estabelece as diferenças:

No cinema, é claro, esse movimento é literal, visto que as imagens movimentam-se na tela. O catálogo, no entanto, na medida em que reuniam milhares de itens com centenas de propósitos categorizados para fácil conferência e seleção, promoviam um movimento sem precedentes para o sujeito receptor do meio rural (KELLER, 2004, p.187).

O catálogo e as revistas de moda então provocam uma reação nos espectadores que está diretamente ligada ao lado emocional e à experiência e menos ligado à racionalidade, assim como no cinema. Também podemos identificar essa experiência emocional na moda, onde o consumidor não compra pensando somente na sua funcionalidade, mas a partir de uma relação mais complexa atrelada ao consumo que considera o estilo de vida que está contido em cada peça de roupa, e uma das muitas formas de estilo de vida e de projeção-identificação acontece através da moda ligada a música. Um exemplo é a atriz Taylor Momsen, que representa a fashion designer adolescente Jenny do seriado americano *Gossip Girl*, e que na vida real tem uma banda de rock chamada *Pretty Rackless*, e adota um visual que remete diretamente ao rock'n'roll com muito couro, tachas e maquiagem carregada (Fig. 2).



Figura 2 Taylor Momsen na revista *Nylon* de Abril de 2009. Fonte: <<http://images2.fanpop.com/images/photos/5600000/taylor-in-Nylon-gossip-girl-5681878-1563-929.jpg>>

Pode-se perceber que ao lado da foto da atriz são exibidos modelos para as leitoras se inspirarem. Quando a leitora vê essas imagens e compra uma jaqueta de couro, ela não está simplesmente comprando uma roupa, ela está levando um pouco da rebeldia da atriz e de

todos os rockers que já usaram uma jaqueta de couro e constituíram um imaginário em torno disso, à exemplo de Elvis Presley, da banda Ramones e de astros do cinema como James Dean em *Juventude Transviada (EUA, 1955)*. Vestir a jaqueta pode não significar apenas se abrigar do frio, mas sim sentir a rebeldia presente no imaginário, sem precisar correr os riscos de ser realmente rebelde. O tratamento na foto também faz referência direta ao *vintage*, que também é ligado ao *rock'n'roll*, e serve como maneira de introduzir o leitor da imagem ao que ele prestará atenção num segundo momento.

É importante explicar o ciclo de moda que normalmente inicia com tendências apresentadas aos estilistas em grandes feiras e bureaus³, passa para a criação nas *maison*⁴ da alta-costura, exibidas nos grandes desfiles, publicadas em revistas especializadas, depois para o consumidor de alto poder aquisitivo e por último para quem tem menor poder aquisitivo. Ao fim de todo esse ciclo é que as empresas com produtos mais baratos se inspiram para criar suas coleções. Apesar do ciclo complexo, o fenômeno da moda é efêmero, tem base na sedução (através do imaginário) e no desuso acelerado. O funcionamento da indústria da moda define o ciclo das indústrias modernas, a regra do efêmero:

Iniciativa e independência do fabricante na elaboração das mercadorias, variação regular e rápida das forma, multiplicação dos modelos e séries – esses três grandes princípios inaugurados pela Alta Costura não são mais apanágio do luxo do vestuário, são o próprio núcleo das indústrias de consumo (LIPOVETSKY, 2005, p.184).

A partir dessa concepção de que só o novo é bom, todas as empresas promovem atualização constante de seus produtos, muitas vezes só em sua aparência, então o consumidor começa a desejar aquele produto que possui singularidades, qualidades dos materiais, performance técnica e sofisticação. O termo moda deixa de fazer referência direta a caprichos da elite, e se transforma numa estrutura industrial de massa. Apesar dessa busca por qualidade, “grande parte do sucesso de um produto se deve ao seu design” (LIPOVETSKY, 2005).

No início dos estudos relacionados ao design, estruturados inicialmente na Bauhaus⁵ e posteriormente na Escola de Ulm⁶, a estética era considerada principalmente pelo seu viés funcionalista e o design era tratado de forma lógica e racional. Considerando os estudos da época, hoje sabe-se que o design vive uma relação mais complexa, considerando o lado emocional, adotando a retórica da sedução e valorizando a estética (LIPOVETSKY, 2005), indo muito além do puro funcionalismo. Cabe ao designer identificar elementos do imaginário coletivo, absorve-los e reinterpretá-los transformando-os em nova informação traduzida na forma de um objeto, seduzindo emocionalmente o consumidor que associa a informação desse novo objeto com velhas informações já existentes.

³ Empresas responsáveis por lançar tendências. (CALLAM, 2007)

⁴ Local principal das marcas de alta costura, onde se localiza o núcleo de criação. (CALLAM, 2007)

⁵ Escola alemã de design, artes e arquitetura fundada por Walter Gropius que funcionou de 1919 a 1933, foi a primeira escola de design. (LUPTON; MILLER, 2009)

⁶ Escola alemã fundada em 1952 por Otl Aicher, Max Bill e outros com o objetivo de recuperar a tradição do design alemão. (LUPTON; MILLER, 2009)

Sabemos, então, que dificilmente o consumidor irá comprar uma revista somente pelo seu conteúdo, mesmo que ele não perceba isso diretamente. O design de uma revista diz tanto sobre ela quanto os conteúdos publicados. Richard Hendel escreve sobre o design de livros, aplicável também ao design de revistas:

Não é somente o que o autor escreve num livro que vai definir o assunto do livro. Sua forma física, assim como sua tipografia, também o definem. Cada escolha feita por um designer causa algum efeito sobre o leitor. Este efeito pode ser radical ou sutil, mas normalmente está fora da capacidade do leitor descrevê-lo (HENDEL, 2003 p.11).

Nesse momento é importante citar o designer David Carson e seus trabalhos como diretor de arte para a revista *RayGun*, onde levava essa premissa ao pé da letra. Certa vez trocou todas as letras de uma entrevista por dingbats⁷, deixando-a ilegível. Justificou no filme *Helvetica* de 2007, dirigido e produzido por Gary Hustwit, afirmando que a entrevista publicada era entediante, e que usou os dingbats para tornar a entrevista interessante. Carson está inserido num momento do design denominado design pós-moderno, que teve seu início nos anos 1990 e que é identificado pelo ressurgimentos de trabalhos mais orgânicos e artísticos “isto é, mais ambíguos e paradoxais, com mais ruídos e interferências (...), menos óbvios, o que é conseguido através da utilização de layouts mais complexos, heterogêneos e espontâneos” (CAUDURO, 2000), diferentemente das características racionais e lógicas do design moderno. Porém, deve-se levar em conta que por mais que o estilo de design proposto pela Bauhaus e Escola de Ulm sejam lógicos e racionais e muito diferentes do design pós-moderno, todos estes estilos coexistem e isso é justamente característico da pós-modernidade, portanto, não cabe a essa pesquisa fazer juízo de valor entre os estilos.

O que se pode perceber é que o imaginário pode ser caracterizado pela idéia de bacia semântica em que o ser bebe as informações em algum ponto onde as informações nunca serão as mesmas porque estão em constante movimento. Essas informações bebidas viram motor e são lançadas novas informações de volta a esse ciclo. É possível relacionar essa idéia com a criação do designer, do cineasta e dos profissionais da área da comunicação de forma geral. Essa relação se dá principalmente no momento de criação, quando esses profissionais bebem diretamente das bacias semânticas e traduzem essas informações na forma de objeto-imagem, que são novamente lidos e absorvidos pelos leitores e consumidores que criam novas informações à partir da informação recebida, movimentando as águas bacia semântica.

Considerações finais

Ao longo desse trabalho, tentamos compreender a ligação entre design e teorias do imaginário. À partir dos pontos analisados, consideramos que essa relação existe e deve ser explorada tanto nos estudos teóricos quanto para a prática projetual. Uma idéia pode

⁷ Caracteres formados por símbolos não alfa numéricos.

ser melhor expressa quando ocorre cruzamentos de uma grande quantidade de imaginários, sendo mais facilmente identificável pelo variado público leitor.

A relação entre as áreas fica evidente e comprovada quando se parte para a prática projetual na tentativa de produzir o efeito que o cruzamento de imaginários pode provocar. O designer então, passam a atuar como narrador do vivido cruzando informações e transformando-as em novas informações à partir de novas imagens que serão interpretadas e re-interpretadas, movimentando as águas da bacia semântica e se transformando em motor para novas informações, sendo capaz de informar e criar novos imaginários, abertos a infinitas identificações individuais ou coletivas por parte de cada leitor.

Referências

CALLAM, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da Moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CAUDURO, Carlos Vinícios. O Design Gráfico e a Pós-Modernidade. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre - nº 13 - dezembro 2000

DURAND, Gilbert. **O imaginário : ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Rio de Janeiro : DIFEL, 1999

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosacnaify, 2007.

HENDEL, Richard. **O Design do Livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

KELLER, Alexandra. Disseminação da Modernidade: representação e desejo do consumidor nos primeiros catálogos de venda por correspondência. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R (org). **O Cinema e a Invenção da Vida Moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LUPTON, Ellen; MILLER; J. Abbot. **ABC da bauhaus**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LYONS, Martyn. Os novos leitores no século XIX: mulheres, crianças, operários. In: CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger (org.). **História da leitura no mundo ocidental 2**. São Paulo: Ática, 1999.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum: compêndio de sociologia compreensiva**. São Paulo : Brasiliense, 2007.

_____. Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, 2001.

MORIN, Edgar. A alma do cinema. In: XAVIER, Ismail (org.). **A Experiência do Cinema**. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrasilme, 1983.

PONTUAL, Virgínia. LEITE, Julieta. Da cidade real à cidade digital: a flânerie como uma experiência espacial na metrópole do século XIX e no ciberespaço do século XXI. In: **Revista FAMECOS** - Porto Alegre - nº 30 - agosto 2006 • quadrimestral.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. 2. ed. Porto Alegre : Sulina, 2006.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**Um breve relato sobre a codificação da carne na análise
de “Os Anormais” de Michel Foucault**

Ana Paula de Almeida Muniz

Caixa de Ferramentas Curso Livre de Psicanálise e Ciências
Sociais

apmuniz@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Um breve relato sobre a codificação da *carne* na análise de “Os Anormais” de Michel Foucault.

Palavras-chave – mecânica do poder eclesiástico, carne, corpo, sexualidade.

Resumo: O corpo racional e científico tal como concebido na atualidade nem sempre tem história. A ideia de sexualidade em Michel Foucault é problematizada e dividida em duas fases no que diz respeito ao seu projeto geral. No presente trabalho discorreremos sobre a noção de carne desenvolvida pela pastoral cristã a partir do curso estabelecido em 1974-1975 no Collège de France intitulado *Os Anormais*.

1. Introdução

O trabalho que proponho, por ocasião deste colóquio, retoma um campo de investigação que venho tratando desde o mestrado a respeito do projeto de uma História da Sexualidade em Michel Foucault. Aqui pretendo apresentar um breve recorte sobre o que Foucault vai designar como “fisiologia moral da carne”. Trata-se da primeira fase da análise de Foucault. Nesta etapa de trabalho sua preocupação está voltada principalmente para a análise da correlação entre poder e saber o que, na verdade, continuará tratando durante toda a sua vida. Porém seu projeto sofrerá modificações importantes. Não vou me ater à exposição de tais modificações no presente momento.

Para Foucault não existe um sujeito universal – o sujeito é uma invenção. Bem como não haverá uma suposta sexualidade concernente a esse suposto sujeito. A sexualidade também é uma invenção. Assim Foucault não vai perguntar a esse sujeito ideal sobre a “sua” sexualidade. As pesquisas em torno da noção de sujeito, da noção de sexualidade ou de qualquer outro domínio buscarão investigar quais são as relações que a partir de uma espécie de conjunto de forças convergiram a cada vez, em cada estrato da história, produzindo sujeitos. Sendo assim, lançando mão do instrumental foucaultiano vamos nos ater às relações de sujeição que produziram os sujeitos referentes a uma época determinada ao invés de perguntar a supostos sujeitos sobre quais relações de poder os teriam conduzido a essa ou aquela forma de sujeição.

No que diz respeito ao domínio da sexualidade, nesta fase de seu projeto geral, veremos Foucault resgatar na Idade Média, especificamente em uma documentação sobre o procedimento da confissão, elementos que dizem respeito a *carne* estabelecida a partir da pastoral cristã e a *carne* que vai se imiscuir ao corpo racional e científico.

Resumidamente recortarei, para efeito desse trabalho, um vetor de apresentação referente à construção de um tipo de *carne* característico a um tipo específico de sujeito (para Foucault são várias *carnes*). É importante lembrar que a arqueologia suspende a ideia de um sujeito único que teria percorrido toda a história para fazer valer em sua dissimetria, os jogos de forças que produziram subjetividades.

O vetor que pretendo indicar aqui apontará para o campo de aparecimento do corpo de prazer e de desejo que nasce no cerne das práticas de confissão e direção de consciência da pastoral cristã – a nova pastoral nascida da Reforma e do concílio de Trento (a pastoral cristã na análise foucaultiana é entendida como um domínio como qualquer outro, onde está em jogo discursos e práticas, saberes e poderes que vão resultar em modos de subjetivação). O curso intitulado *Os anormais* servirá como base para este estudo.

São três os principais vetores que conduziram a pesquisa neste livro. O nosso interesse aqui se volta para o momento em que Foucault vai tratar do surgimento do que denomina de “o corpo sensível e complexo da concupiscência” que vai acarretar na formação, no século XVII, de um determinado corpo racional e científico. Cito Foucault,

Do corpo dessa materialidade corporal à qual a teologia e a prática penitencial da Idade Média referiam simplesmente a origem do pecado, começa a se destacar esse domínio ao mesmo tempo complexo e flutuante da carne, um domínio ao mesmo tempo de exercício de poder e de objetivação. Trata-se de um corpo que é atravessado por toda uma série de mecanismos chamados “atrações”, “titilações”, etc.; um corpo que é a sede das intensidades múltiplas de prazer e deleitação; um corpo que é animado, sustentado, eventualmente contido por uma vontade que consente ou não consente, que se compraz ou se recusa a comprazer. Em suma: o corpo sensível e complexo da concupiscência. É isso, creio eu, que é o correlativo dessa nova técnica de poder. E, justamente, o que eu queria lhes mostrar era que essa qualificação do corpo como carne, que é ao mesmo tempo uma desqualificação do critério como carne; essa culpabilização do corpo pela carne, que é ao mesmo tempo uma possibilidade de discurso e de investigação analítica do corpo; essa consignação, ao mesmo tempo da falta no

corpo e da possibilidade de objetivar esse corpo como carne – tudo isso é correlativo do que podemos chamar de um novo procedimento de exame.¹

Pretendo indicar sucintamente trechos desse caminho no qual a carne marcará o corpo.

2. Uma justaposição entre o campo da anomalia e o da sexualidade

O itinerário da pesquisa foucaultiana passa pelo campo de formação da noção de *anomalia* para apresentar que logo na ocasião de sua composição serão encontrados elementos referentes ao problema da sexualidade. São dois modos pelos quais se iniciará essa relação entre o problema do anormal e da sexualidade. O primeiro diz respeito à codificação – esse campo geral de anomalia é formulado tomando como referência os fenômenos da herança e da degeneração. Sendo assim, o campo de análise médica e psiquiátrica das funções da reprodução será tratado a partir do instrumental utilizado na análise da anomalia. Primeira associação. A segunda associação entre os campos acabará se dando da seguinte maneira: onde há anomalia dever-se-á perguntar sobre as características da anomalia sexual. O que será reconhecido como anomalia sexual se apresenta inicialmente como um grupo de casos particulares de anomalia e rapidamente em torno do período de 1880-1890 ganhará lugar e função de alicerce no campo geral da anomalia, a anomalia sexual funcionará como princípio etiológico geral de qualquer anomalia que venha aparecer desde então.²

A partir destas duas associações Foucault vai sustentar que os discursos referentes a sexualidade pertinentes ao campo da medicina não vão emergir devido a algum tipo de avanço técnico e médico que teria combatido gradualmente um interdito da sexualidade desde os séculos XVII ou XVIII. Foucault insistirá que o que ocorre quando se passa a falar de sexualidade não é a eliminação de uma censura (*A vontade de*

¹ FOUCAULT, Michel. *Os Anormais*. São Paulo: Martins Fontes, 2010, p. 174. A carne própria à pastoral cristã que vai adentrar o corpo rastreando-o e deixando marcas, será trabalhada por Freud como trauma da sexualidade.

² FOUCAULT, 2010, p.143.

saber). No Ocidente, e essa é a tese de Foucault, a sexualidade não é o que cala e sim o que se é obrigado a revelar. E quando se era obrigado a calar, era para que em algum lugar determinado se fosse obrigado a falar desta ou daquela maneira. Foucault vai se ater ao poder que sustenta a prática da revelação forçada. Para Foucault,

Foi sempre em correlação com esta ou aquela técnica da revelação obrigatória que foram impostas certas regiões de silêncio, certas condições e certas prescrições de silêncio. O que, a meu ver, é primeiro, o que é fundamental é esse procedimento de poder, que é a revelação forçada. É em torno desse procedimento que é necessário identificar, cuja economia é necessário ver, que a regra de silêncio pode atuar. Em outras palavras, não é a censura que é o processo primário e fundamental. Quer de entenda a censura como um recalque, quer simplesmente como uma hipocrisia, trata-se em todo caso de um processo negativo ordenado a uma mecânica positiva, que tentarei analisar.³

Foucault, a partir de uma série de casos, aponta que na ocasião em que eclodem os campos da anomalia vemos emergir logo em seguida o problema da sexualidade cumprindo funções de policiamento. Essa fusão começa a aparecer entre 1845 - 1850 e as principais referências na psiquiatria são Griesinger na Alemanha e Baillarger na França. Os títulos dos artigos ilustram a associação entre anormalidade e sexualidade como, por exemplo, em um artigo de Baillarger de 1857 intitulado “imbecilidade e perversão do senso genésico”⁴. Então, quando o campo da anomalia passa a fazer parte do domínio de ingerência legítima da psiquiatria a sexualidade também passa a fazer parte deste domínio. Esse vínculo tem data de nascimento e história, pois nem sempre foi assim. Na medicina da alienação mental os elementos referentes à sexualidade não manifestavam expressividade⁵.

3. Os discursos sobre a sexualidade

³ FOUCAULT, 2010, p.145.

⁴ FOUCAULT, 2010, p.144.

⁵ A descoberta dos instintos ocorre posteriormente à medicina da alienação mental que vai se articular a outros saberes que vão convergir na medicina da anomalia . Para efeito deste trabalho não desenvolveremos este tema.

Lançando mão do método de pesquisa arqueológico a pesquisa incidirá sobre as condições e os rituais que organizaram a revelação sobre a sexualidade entre as camadas discursivas dispostas até então. O fio condutor da pesquisa foucaultiana é o panorama do ritual da penitência.⁶

O esquema que Foucault apresenta, e que de modo sucinto pretendo expor nesta etapa, traz à tona a noção de revelação. E o que ele identifica é que o ritual da penitência não contava em sua origem com esta prática. Além do que, o seu papel na prática da penitência se transformará no decorrer do período que vai da Idade Média ao século XVII, pois, nem sempre a revelação foi obrigatória. No ritual da penitência no cristianismo primitivo esta exigência não estava colocada. A revelação funcionava como um estatuto que seria utilizado ou não pelas pessoas em determinado momento da vida. Fazia parte de uma espécie de código dos costumes se podemos dizer assim. Então, por exemplo, as razões que levavam as pessoas a adotar a penitência estavam ligadas aos mais diversos fatores. Estas poderiam estar relacionadas a um pecado enorme e escandaloso ou não necessariamente. Sua principal característica é que funcionava como estatuto que uma vez adotado se tornava definitivo. Cito Foucault,

Só se podia ser penitente uma vez na vida. Era o bispo, e somente o bispo, que tinha o direito de conferir, a quem o pedia, o estatuto de penitente. E isso numa cerimônia pública, durante a qual o penitente era ao mesmo tempo repreendido e exortado. Depois dessa cerimônia, o penitente entrava nessa ordem da penitência, que implicava o uso do cilício, de hábitos especiais, a interdição dos cuidados de limpeza, a exclusão solene da igreja, a não participação nos sacramentos, em todo o caso na comunhão, a imposição de jejuns rigorosos, a interrupção de toda a relação sexual e a obrigação de sepultar os mortos. Quando o penitente saía do estado de penitência (às vezes, ele não saía e permanecia até o fim da vida), era em consequência de um ato solene de reconciliação, que suprimia seu estatuto de penitente, não sem deixar certo número de vestígios, como a obrigação de castidade, que em geral durava até o fim da vida⁷.

Fica evidente que se trata aqui de um ritual. Mas neste ritual não está demarcada a exigência de uma revelação pública dos erros e nem mesmo no que diz respeito ao que o penitente relatava ao bispo – os motivos e as justificativas que exprimiam a finalidade

⁶ FOUCAULT, 2010, p.146.

⁷ FOUCAULT, 2010, p.147.

de se alcançar o estatuto de penitente – não se tratava da ideia de uma confissão geral dos pecados de uma vida inteira. Este esquema não sustenta uma revelação capaz de produzir a remissão dos pecados.

A partir desse antigo sistema emergirá em torno do século VI, o que se denominou “penitência tarifada”, relacionada a operação designada por “satisfação”. Cada pecado encontrará no catálogo de penitências obrigatórias, a penitência correspondente. Daí a designação de penitência tarifada. Neste sistema o pecado só podia ser redimido a partir de uma satisfação que a ele correspondesse. Não cabia nenhuma cerimônia suplementar. Nesse momento neste esquema da penitência tarifada se começa a atribuir importância ao enunciado do erro. Isso porque era essencial que, para que o padre pudesse aplicar a penitência apropriada, isto é, a satisfação conveniente ficasse demarcada quais eram as faltas graves e a menos graves. Foucault indica que é assim, a partir do sistema da penitência tarifada, de origem irlandesa e não latina e cuja origem é judiciária e leiga, que se começa a organizar o “pequeno núcleo da revelação”.

Este núcleo de revelação receberá importância mais ou menos por volta do século VIII até o século X pelo fato de, mesmo sem obter diretamente a remissão dos pecados, o gesto de revelar manifestar por si só um sentimento de vergonha. Desse modo, acaba funcionando de certa forma como uma expiação já que a revelação feita ao padre é um tanto penosa. É a partir dessa importância dada ao gesto de confessar os pecados que serão produzidos alguns deslizamentos significativos como uma espécie de estreitamento em torno da revelação e a humilhação (*erubescencia*) vai se tornando o eixo da pena. Com a força que o gesto de humilhação ganha, outro esquema de confissão vai irromper daí mais ou menos por volta dos séculos IX, X, XI: a confissão entre leigos. Assim, se o fato da revelação mesma acabava por possibilitar a remissão dos pecados, o foco da confissão vai se voltar para ela, roubando a cena da confissão sob poder do padre e do bispo. Mas posteriormente, do século XII ao início do Renascimento, o poder eclesiástico já fortalecido vai resgatar para o si o procedimento da revelação da seguinte forma: organizando uma série de operações como a imposição de uma regularidade da confissão, a exigência de uma continuidade e de uma exaustividade no ato da confissão. Cito Foucault,

Ora, a essa extensão considerável vai corresponder um poder do padre que é ampliado nas mesmas proporções. (...) o que vai garantir a exaustividade é que o padre não vai mais se contentar com a revelação espontânea do fiel, que vem vê-lo depois de ter cometido uma falta e por ter cometido uma falta. O que vai garantir a exaustividade é que o padre vai controlar pessoalmente o que o fiel diz: ele vai pressioná-lo, vai questioná-lo, vai precisar sua revelação, por toda uma técnica de exame de consciência⁸.

Deste modo, no século XII a revelação estará por completo sob domínio do padre. Além disso, o padre não terá mais como referência a aplicação da tarifa das satisfações. Será ele quem determinará as penas de acordo com os pecados das pessoas como convém, dando peso também aos fatores circunstanciais. O relato dos pecados com o enrubescer que lhe é característico perde importância. Tudo agora passa a se dirigir ao padre que é o único que poderá obter a remissão dos pecados. É desse modo que a penitência se tornará um sacramento. Para Foucault,

A penitência se torna, nesse momento, em sentido estrito, um sacramento. É somente no século XII-XIII que se forma essa teologia sacramental da penitência. Até então a penitência era um ato pelo qual o pecador pedia a Deus que o redimisse de seus pecados. A partir do século XII-XIII é o próprio padre que, dando livremente sua absolvição, vai provocar essa operação de natureza divina, mas com mediação humana, que será a absolvição. Daí em diante, podemos dizer que o poder do padre é firmemente ancorado, no interior do procedimento da revelação das faltas.⁹

A partir deste breve esboço Foucault afirmará que essa economia central e geral da penitência que se constitui sacramental no decorrer da Idade Média é a mesma que funciona até hoje. O que a simboliza é a *obrigatoriedade de uma revelação completa* – onde nada pode ser suprimido, a ênfase conferida a *extensão* – tudo deve ser relatado, não apenas o pecados graves e, por fim, o incremento do poder e do saber do padre – já que é ele quem, no interior do sacramento da penitência, vai controlar o que se diz e vai interrogar daí por diante a partir das balizas de saber por ele mesmo definidas obtidas por sua experiência e conhecimentos morais e teológicos.

⁸ FOUCAULT, 2010, p. 150.

⁹ FOUCAULT, 2010, p. 151.

4. Uma fisiologia moral da carne

Doravante, entraremos em contato com uma fase da história que admite opiniões distintas. Enquanto para alguns historiadores a datar do século XVI dá-se início a um processo de descristianização, outro grupo de historiadores tratará esta fase como uma fase de cristianização profunda¹⁰. Este esquema em voga em torno da prática da confissão/absolvição acarretará a proliferação de técnicas adjacentes relativas ao procedimento geral do exame. É assim que vai se desenvolver a prática da *direção de consciência* colada a esses procedimentos gerais de confissão.

Por fim, para Foucault, é o estabelecimento no interior do aparato religioso desse vasto campo discursivo – na forma de um relato total da existência – que servirá como panorama para a instalação das técnicas de exame e medicalização que serão desenvolvidas posteriormente.

Foucault denominará de governo das almas este novo aparato vinculado ao poder empírico do olho, do olhar, do ouvido, da audição do padre. Para Foucault,

No momento em que os Estados estavam se colocando o problema técnico do poder a exercer sobre os corpos e dos meios pelos quais seria efetivamente possível por em prática o poder sobre os corpos, a Igreja, de seu lado, elaborava um governo das almas, que é a pastoral, a pastoral definida pelo concílio de Trento e retomada, desenvolvida em seguida por Carlos Borromeu.¹¹

Desde então se desenvolve, mesmo que à penitência seja dada maior ênfase no interior desta pastoral, uma literatura dirigida em parte para os confessores e em parte para os penitentes. Foucault vai dizer que essa literatura funcionará uma como reverso da outra e que o elemento fundamental dessa literatura é a que estava nas mãos dos confessores. Isso porque é nesse material que será encontrada a análise do procedimento do exame que diz respeito ao padre e somente a ele, e que gradativamente vai dominar o território da penitência expandindo-se para bem longe deste domínio. Esta literatura indica ao padre algumas virtudes essenciais à prática da confissão como o poder e o

¹⁰ Para efeito deste trabalho não pretendemos desenvolver este assunto.

¹¹ FOUCAULT, 2010, p. 152.

zelo. O poder concerne ao caráter sacerdotal e a autorização fornecida pelo bispo. E o zelo está relacionado ao desejo. E em relação ao zelo¹², ou o desejo ou o amor que diz respeito ao padre fica bem claro, nesta literatura, que não se trata do amor da concupiscência. Trata-se, na verdade, de um amor de benevolência que teria capacidade de deter o confessor aos interesses dos outros e de combater aqueles que resistem a Deus. É esse tipo de amor que deve estar presente no ato da confissão, no sacramento da penitência. O padre deve ser santo no sentido que não deve estar em estado de pecado mortal – santidade do padre é entendido aqui como o fato dele estar obstinado na prática da virtude devido o contato com as tentações a que a atividade da penitência vai exigir.

É necessária portanto, como uma espécie de couraça e de proteção, como garantia de não comunicação do pecado no momento mesmo da enunciação desse pecado, a santidade do confessor. Comunicação verbal, mas não comunicação real; comunicação no nível do enunciado, que não deve ser uma comunicação no nível da culpa. O que o penitente mostrará de seu desejo não deve se transformar em desejo do confessor, donde o princípio da santidade. É necessário enfim que o padre que confessa tenha um santo horror dos pecados veniais. E isso não apenas no que concerne aos pecados dos outros, mas aos seus próprios. Porque se o padre não possui, se não é animado pelo horror aos pecados veniais no que concerne a si mesmo, sua caridade vai se apagar como o fogo é apagado pela cinza. De fato, os pecados veniais cegam o espírito, *grudam na carne*.¹³

O que Foucault pretende indicar no seu livro quando esmiuça, com base nos tratados da época, o conjunto de regras que passa a fazer parte da nova prática da penitência é a extensão dos mecanismos de discurso, das técnicas de exame e de análise desenvolvidas no âmago do sacramento da penitência. A vida inteira dos indivíduos se imiscui ao procedimento do exame geral para além das estreitas fronteiras da absolvição tal como se deu na época da penitência tarifada. E nos meios mais cristianizados tomará forma a figura do *diretor de consciência* com a função de orientar aqueles que pretendem se aperfeiçoar através de um filtro discursivo no qual os mais ínfimos detalhes de toda a vida do indivíduo devem ser relatados.

¹² Foucault toma como base um tratado de prática penitencial escrito por Habert no final do século XVII.

¹³ FOUCAULT, 2010, p. 153 – 154. Grifo meu.

5. Conclusão

Faz-se necessário por hora dar um salto para que possamos indicar a ideia final deste trabalho. Muito resumidamente depois de desenhada essa paisagem, Foucault vai apresentar mais um deslizamento que ocorre a partir destes procedimentos gerais do exame. Trata-se do lugar que a luxúria vai ocupar no espaço do exame. O que feria basicamente o sexto mandamento estava relacionado aos vínculos jurídicos entre as pessoas: o adultério, o incesto, o rapto. Desde o século XVI o que Foucault vai denominar de aspecto relacional da sexualidade sofrerá uma transformação relevante. A ênfase dada ao aspecto relacional se desloca para o corpo do penitente. Foucault sublinha, são os “seus gestos, seus sentidos, seus prazeres, seus pensamentos, seus desejos, a intensidade e a natureza do que ele próprio sente é que vai estar agora no foco mesmo desse interrogatório sobre o sexto mandamento”¹⁴. Trata-se agora de um esquadramento do corpo, dirá Foucault, uma espécie de cartografia pecaminosa do corpo, um recentramento geral do pecado da carne no corpo. A carne adentra o corpo. O pecado da carne que se estabelecia ao se violar a regra da união, doravante residirá no próprio corpo. Assim deve-se interrogar o corpo, perseguí-lo em suas instâncias mais sensíveis para deter o pecado da carne.

O problema que anteriormente se colocava para os escolásticos sofre uma modificação – o ato real e o pensamento dão lugar a novas instâncias de controle – o desejo e o prazer. O problema da intenção e da realização torna-se insuficiente com esse novo panorama.

¹⁴ FOUCAULT, 2010, p. 160.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**Subjetividade singular: novos modos de formar-se
designer através das redes sociais da Internet**

Ana Paula Freitas Margarites

Programa de Pós-Graduação em Educação - Universidade
Federal de Pelotas

anamargarites@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Subjetividade Singular: Novos Modos de Formar-se Designer Através das Redes Sociais da Internet

Resumo

Este estudo busca problematizar sobre os processos de produção de subjetividade engendrados em interações, nos sites de Redes Sociais da Internet, entre professores e estudantes de um curso superior de Design. A partir de um olhar cartográfico, considera-se que o espaço viabilizado por estas redes opera não só como extensão da sala de aula, mas possibilita a invenção de outras aprendizagens, referências e modos de ser estudante e professor.

Palavras-chave: Ensino de Design, Redes Sociais na Internet, Produção de Subjetividade

Abstract

This study raises questions about the processes of subjectivity production in interactions in Social Media between teachers and students of a University Course in Design. From a cartographic perspective, It is considered that the space made possible by Social Media operate not only as an extension of the classroom, but as a place for invention of other forms of learning, reference-sharing and other ways of being a student and professor.

Palavras-Chave: Design Teaching, Social Media, Subjectivity Production.

Início de um Percurso

Que devo ser eu, eu que penso e que sou o meu pensamento, para eu ser o que eu não penso, para que o meu pensamento seja o que eu não sou? (FOUCAULT, 1996, p.335-336)

A revolução industrial – e a conseqüente entrada do ocidente na Modernidade – constituem os marcos fundamentais para a delimitação do design como um “projetar” que passa a separar-se do “fabricar” (DENIS, 2000). A partir daí, o design gráfico define-se como um campo de estudo e trabalho que “retira do mundo as cores, as formas e os tipos, devolvendo-os articulados em um produto” (WEYMAR, p. 110, 2009) e se estabelecendo, historicamente,

como uma área de conhecimento que atua a serviço da fabricação e propagação de uma determinada mensagem visual.

Muito se discute acerca de quais seriam os saberes que, compartilhados na formação universitária dos designers, garantiriam ao profissional a *competência* necessária para obter *sucesso* neste empreendimento de fabricar e propagar mensagens. No período (entre 2006 e 2008) em que exerci a função de professora substituta no Bacharelado em Design Gráfico da Universidade Federal de Pelotas, eu pretendia que minha prática docente não se resumisse a compartilhar saberes técnicos com os estudantes, ao contrário do que como muitos esperavam. Também não queria impor-lhes o meu próprio repertório cultural, entendendo que cada um dos estudantes já trabalhava na construção do seu próprio (e cada um deles tinha muito a dividir, comigo e com seus colegas). Minha intenção era que nossos encontros fossem significativos para todos, possibilitando a eles a produção de outros modos de ser designer, além daquele imposto pelo currículo do curso. Tais práticas nos lançavam para além das significações dominantes e das práticas cristalizadas, referenciadas em manuais, planos de ensino e outros discursos, tornando o aprendizado um processo que reinventávamos continuamente.

Assim como eu, a maioria dos estudantes sentia-se muito confortável em utilizar a Internet como recurso para comunicar-se, pesquisar, entreter-se. Deste modo, criei blogs que serviam como complemento à linguagem exercitada em sala de aula, pensando-os como repositórios para as conexões que povoavam as conversas que estabelecíamos. Minha curiosidade sobre o efeito que tais medidas teriam na formação dos estudantes em questão me levou a continuar pesquisando o assunto, após o fim de meu contrato com professora substituta na Universidade Federal de Pelotas.

A reflexão apresentada neste artigo se dá a partir de uma pesquisa realizada, no ano de 2010, junto a um grupo de estudantes e um professor dos cursos de Design Gráfico e Digital da referida universidade. O estudo busca problematizar sobre os processos de produção de subjetividade engendrados em interações entre professores e alunos nos sites de Redes Sociais da Internet. Considera-se que o espaço viabilizado por estas redes opera não só como extensão da sala de aula, mas possibilita a invenção de outras aprendizagens, referências e modos de ser estudante e professor de design. Tal reflexão é oriunda da pesquisa que apresento, nos próximos meses, no formato de dissertação para conclusão do Mestrado em Educação da Universidade Federal de Pelotas.

É dessa perspectiva, de quem transita pelos campos da educação e do design com tais preocupações, que fui delineando um certo olhar e um modo de levar em conta a questão da formação e da transformação do sujeito – o que se reflete, por exemplo, na busca por certas referências teóricas, no estudo de determinados autores, num mergulho em correntes filosóficas específicas. E mantendo em mente, sempre, meu ponto de vista e minha fala também são moldados de fora, no contínuo choque com discursos diferentes e no diálogo com outros pontos de vista. Nesta linha de pensamento, coloco uma questão que considero fundamental: que novos “sujeitos designers” são estes, que se formam e se transformam na interação com seus colegas e professores através das redes sociais da internet?

Cartografia

A cartografia, neste estudo, consiste em uma espécie de método, conjunto de procedimentos e também como um modo de abordar os “achados” desta pesquisa. A opção por tal modo de olhar foi feita ao perceber-se que a cartografia permite aproximações diferenciadas do campo e por estar aberta aos movimentos, aos desvios, às desconstruções, à diversidade, ao novo e à percepção de aspectos que não seriam apreendidos de modo satisfatório por um olhar formalista. Suely Rolnik (1989) define o trabalho do cartógrafo como sendo o de “dar língua para afetos que pedem passagem”. Para a autora, o cartógrafo é alguém que está necessariamente mergulhado nas intensidades do tempo em que vive e, “atento às linguagens que encontra, devore as que lhe parecem elementos possíveis para a composição das cartografias que se fazem necessárias. O cartógrafo é antes de tudo um antropófago”. Desta forma, não interessa ao cartógrafo qual a origem daquilo do qual ele se apropria em busca de matéria para a descrição das paisagens cuja formação ele acompanha. O cartógrafo “não tem o menor racismo de frequência, linguagem ou estilo” (ROLNIK, 1989), Por isso, serve-se das fontes mais diversas; aportes teóricos, mas também posts em blogs, músicas, *twitts*, filmes, conversas. O cartógrafo está sempre em busca de quaisquer elementos que possam vir a compor suas cartografias, e que respondam à pergunta: que sujeito é este?

Sujeito e Produção de Subjetividade

A partir do final do século XX, nas diversas áreas das humanidades e das ciências, alardeia-se “um sentimento crescente de desconforto e pressentimento a respeito da sorte do sujeito” (SANTAELLA, 2004, p.45). Cresce a preocupação em torno de uma “crise do eu” ou “crise

da subjetividade”, e passa-se então a criticar e rejeitar a definição de um sujeito universal, estável, unificado, racional, autônomo e individualizado.

A imagem da subjetividade humana herdada do cogito cartesiano dominou o pensamento ocidental por alguns séculos. De acordo com este conceito, a existência do sujeito é idêntica ao seu pensamento. Trata-se da ideia de um sujeito racional, reflexivo, senhor no comando do pensamento e da ação, cujos pressupostos atravessam as filosofias kantiana, hegeliana, fenomenológica e até mesmo existencialista. Apesar da força com que perdurou no tempo, esta ideia de sujeito começou a perder seu poder de influência para ser, então, sumariamente questionada há duas ou três décadas, principalmente na obra de teóricos e filósofos pós-estruturalistas como Foucault, Deleuze, Guattari e Derrida. Passa a circular, então, a ideia da subjetividade como algo processual, parcial, precário e pré-pessoal. Não existe uma subjetividade que funcione como “recipiente” onde seriam depositadas coisas essencialmente exteriores a serem “interiorizadas”. Ao entender a subjetividade como um fluxo contínuo de modos de existir fabricado no entrecruzamento de instâncias sociais, técnicas, institucionais e individuais (GUATTARI, 1998), radicaliza-se o entendimento das possibilidades de constituição de modos de ser. Assim, é possível considerar que todos os sujeitos e coletivos humanos, todas as tecnologias, instituições e produtos culturais produzem subjetividades, que nunca são “dadas” ou “acabadas”, mas sempre um *processo*.

Esses processos são duplamente descentrados. Implicam o funcionamento de máquinas de expressão que podem ser tanto de natureza extra-pessoal, extra-individual (sistemas maquínicos, econômicos, sociais, tecnológicos, icônicos, ecológicos, etológicos, de mídia, enfim sistemas que não são mais imediatamente antropológicos), quanto de natureza infra-humana, infrapsíquica, infrapessoal (sistemas de percepção, de sensibilidade, de afeto, de representação, de imagens, de valor, modos de memorização e produção de idéia, sistemas de inibição e de automatismos, sistemas corporais, orgânicos, biológicos, fisiológicos, etc.). (GUATTARI E ROLNIK, 2005. p.31)

Assim posto, entende-se que os diversos espaços por onde circulamos e os grupos com quem convivemos nos “produzem”, a todo momento, como um determinado tipo de sujeito. Na formação do profissional de design, tais sistemas produtores de subjetividade fabricam um sujeito que atende a determinadas demandas, criando um conjunto de habilidades técnicas, repertórios culturais e demais ferramentas que o designer utilizará em seu exercício profissional.

Entrada em Máquina da Subjetividade: Os sites de Redes Sociais na Internet

Além dos dispositivos “clássicos” de produção de subjetividade – escola, trabalho, empresa, família, etc – nos confrontamos hoje com um novo espaço antropológico (LÉVY, 1997), que, a todo momento, fabrica novos modos de ser: a Internet. Guattari já previa a importância que os sistemas maquínicos teriam na contemporaneidade:

Nenhum campo de opinião, de pensamento, de imagem, de afectos, de narratividade pode, daqui para a frente, ter a pretensão de escapar à influência invasiva da “assistência por computador”, dos bancos de dados, da telemática, etc... (GUATTARI, 1999, p. 177)

A emergência da cultura digital e seus sistemas de comunicação mediados eletronicamente transformam o modo como o sujeito era pensado até então, prometendo também alterar a forma da sociedade. Essa cultura promove os indivíduos como uma identidade instável, como um processo contínuo de formação de diversas identidades, instaurando formações sociais que não podem mais ser chamadas de modernas, mas pós-modernas (SANTAELLA, p. 51)

Estes novos modos de se pensar espaços sociais acabam por se constituir de forma rizomática, transitória, despreendida do tempo e do espaço, baseada muito mais na cooperação e nas trocas do que na permanência dos laços (LÉVY, 2002). Nos é possível encontrar zonas de proximidade onde pareceria impossível: compartilhamos ideias, conhecimentos, problemas, dificuldades, desejos, sentimentos - o que dificilmente seria possível fazer entre os que estão fisicamente próximos de nós, simplesmente porque as redes locais são por definição limitadas no tempo e espaço. O que já está claro, para nós, que povoamos o ciberespaço, é que estamos diante de um fenômeno que nos força a pensar diferentemente a maneira como nos organizamos em grupos e comunidades.

A metáfora da “Rede Social” tem se popularizado muito na contemporaneidade, aparecendo principalmente associada aos Sites de Rede Social, projetados (ou utilizados desta forma pelos usuários) com a finalidade de facilitar a visualização e manutenção de conexões sociais. De acordo com Raquel Recuero (2008), o estudo das Redes Sociais não é especialmente novo, mas data do começo do Século XX, quando passam a despontar estudos que trazem foco para o fenômeno da interação entre as partes. As diversas formas de sociabilidade que surgem graças à internet, a grande popularidade dos blogs e wikis como fontes de informação, as febres do Orkut, Facebook e Twitter, os fóruns de discussão e tantas outras formas de compartilhamento são prova de que as redes sociais se transformaram em uma “Central de Distribuição de Sentidos e Valores” (ROLNIK, 1989), isto é, em um grande sistema de

referência para a composição de um território existencial para os sujeitos que povoam estas redes.

Deste novo sistema de referência, destacam-se alguns elementos que servem como referência de uma cartografia a ser desenhada, na intenção de vislumbrar como se dá a produção desta “subjetividade em rede”. No caso específico do corpus desta investigação, despontam as novas relações com o espaço e o tempo e também os novos modos de compartilhamento possibilitados pelas redes. Tais questões foram observadas, nesta pesquisa, nas interações entre um grupo de estudantes e um professor de um curso superior de design. Tais interações foram observadas em três diferentes sites de redes sociais: twitter, facebook e tumblr. Alguns “achados” são apresentados a seguir.

Novas Relações com o Espaço e o Tempo

Nas situações observadas na pesquisa, percebe-se que a crescente importância do ciberespaço na vida dos estudantes de design investigados tem transformado de forma significativa a maneira como eles se relacionam com o tempo e com o espaço.

Em relação ao espaço, percebe-se que, ao mesmo que se dá uma dissolução das distâncias geográficas – no sentido de que é possível, para estes estudantes, entrarem em contato com realidades absolutamente diferentes daquelas à qual estariam expostos sem a Internet –, também há uma necessidade de “localizar” sua presença na rede. Em seus perfis no Facebook, os estudantes identificam-se como residentes da cidade onde estão, e também sentem necessidade de tratar a própria internet como um lugar que frequentam. “Estou na Internet”, “Entre no Twitter”, “Fiquei na internet até 2 da manhã” são algumas das expressões recorrentes nas manifestações destes estudantes. De fato, quando “estão na internet”, estão num espaço onde as diferenças geográficas e temporais perdem importância, como no seguinte diálogo pelo twitter:

@estudante: já tem as notas?

@professor para @estudante: já. mas quero falar com "ustedes" pessoalmente, como fiz com a turma de hoje. guentem as pontas até terça. :)

A nova concepção de tempo leva-nos necessariamente para outro conceito de espaço e de velocidade. Se o presente é o que se impõe e a aceleração predomina, o espaço reduz-se. Ou

seja, através da “hiperconcentração do tempo real” (VIRILIO, 2000), há a imposição de agir à “velocidade da luz”, como fica claro no seguinte tweet do professor:

@professor e foi-se 2010/2. ou quase: correção de infográficos começando em 3, 2, 1...

Novos modos de Compartilhamento

Os sites de redes sociais na internet possibilitam que os sujeitos apropriem-se das ferramentas disponíveis compondo, ambas, – ferramentas e pessoas – uma rede híbrida: um espaço no qual todo tipo de conhecimentos, crenças, desejos e atitudes podem associar-se de maneira livre. Em nossas listas de reprodução do YouTube, encontram-se lado a lado obras clássicas, palestras e vídeos que gravamos e postamos com imagens de nossas famílias e amigos. Entre os designers e estudantes da área, é comum o compartilhamento de referências visuais, portfólios de artistas e designers, tutoriais de softwares e amostras de sua própria produção.

Através dessas ferramentas é possível perceber que as redes passaram a ser geradoras de conteúdo delas mesmas, constituindo-se em redes auto-organizadoras e auto-selecionadoras em uma comunicação de muitos para muitos.

No caso dos sujeitos desta investigação, o professor acreditou que poderia ser interessante criar um blog coletivo para cada disciplina pela qual era responsável. Nestes espaços, professor e alunos teriam oportunidade de trocar ideias e referências, “continuando” as conversas de sala de aula e ampliando-as indefinidamente, a quem quisesse acompanhar.

Para a viabilização de tais blogs, o professor optou pela ferramenta mais simples à disposição: o Tumblr, uma versão simplificada de ferramentas como o popular Blogger. Pelo seu formato e sua funcionalidade, o Tumblr facilita a publicação rápida de conteúdo já disponível na Internet; é possível adicionar um botão ao navegador utilizado, de forma que, sempre que o usuário deseja publicar algum conteúdo (vídeo, texto, imagem), baste clicar em um botão onde lê-se “*share on tumblr*” (“compartilhar no tumblr”). Desta forma, mais do que favorecer a produção de conteúdo novo, o Tumblr funciona como um *scrapbook*, um álbum de figurinhas, uma coleção de referências interessantes.

Entre os alunos, que receberam senhas para postarem à vontade nos blogs, a ferramenta fez grande sucesso. Alguns estudantes que não conheciam o Tumblr acabaram criando o seu próprio após a experiência com a disciplina, e mesmo os blogs criados com fins didáticos

continuam sendo alimentados mesmo após o fim dos semestres letivos em que foram utilizados.

Reflexões Finais

Considerando as questões observadas neste estudo, considera-se que a utilização das Redes Sociais no processo de formação do designer favorecem o surgimento de novos modos de formar-se enquanto profissional. E nos cabe ainda indagar: em meio à produção massiva em nível mundial de certos modos de se formar designer, é possível pensar em produzir subjetividades singulares, que escapem às modelizações dominantes?

Percebe-se aqui que os estudantes em questão tem uma relação diferenciada com seus colegas, professores e seu próprio processo de formação. Enquanto ser designer é uma profissão “solitária”, os estudantes praticam sua formação de forma coletiva, dividindo suas referências e sua produção com os colegas e com quem mais se interessar.

A uma determinada máquina de produção de subjetividade, se opõe a ideia de que é possível desenvolver modos de subjetivação singulares, aquilo que poderíamos chamar de ‘processos de singularização’, uma maneira de recusar tais modos de viver preestabelecidos. Recusá-los pode construir outros modos de sensibilidade, de relação com o outro, de criatividade, produzindo uma subjetividade singular. Uma singularização existencial que coincida com um desejo, com um gosto de viver, com uma vontade de construir o mundo no qual nos encontramos (GUATTARI; ROLNIK, 2005). Em suma, é sempre possível atrever-se a singularizar.

Bibliografia

DENIS, Rafael Cardoso. Uma introdução à história do design. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

FOUCAULT, Michel. As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

GUATTARI, Felix. Da Produção de Subjetividade. In: PARENTE, A. (org.) Imagem Máquina: A Era das Tecnologias do Virtual. Rio de Janeiro: 34, 1999.

GUATTARI, Felix. Caosmose: um Novo Paradigma Estético. 2a reimpressão. São Paulo: Ed. 34, 1992-1998.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. Micropolítica: Cartografias do Desejo. 7 ed. rev. Petrópolis: Vozes, 2005.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1997.

ROLNIK, Suely. Cartografia Sentimental, Transformações contemporâneas do desejo. Editora Estação Liberdade, São Paulo, 1989.

SANTAELLA, Lucia. Sujeito, subjetividade e identidade no ciberespaço. In Derivas: Cartografias do Ciberespaço. 2004

VIRILIO, Paul. Cíber mundo: a política do pior. Lisboa: Teorema, 2000.

WEYMAR, Lucia Bergamaschi Costa. Autoria em design gráfico: estilo individual ou imaginário coletivo? in: Strategic Design Research Journal, 2(3). São Leopoldo: Unisinos, 2009.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Nem homens nem mulheres

Angela Aparecida Donini e Kelly Kotlinski Verdade

necadonini@hotmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

NEM HOMENS, NEM MULHERES

Resumo

Esse artigo apresenta uma análise crítica à divisão dos seres humanos em “homens” e “mulheres”, partindo do pressuposto que a categoria de gênero responde a uma lógica binária a partir da qual se aprimoram técnicas de normalização e transformação do ser vivo, tais como a fotografia dos corpos, a identificação celular, a análise e terapia hormonal, a leitura cromossômica ou as cirurgias transexuais e intersexuais. Um conjunto de técnicas e tecnologias fotográficas, biotecnológicas, cirúrgicas, farmacológicas, cinematográficas ou cibernéticas que materializam os sexos.

A lógica binária segundo a qual se estabelece a noção de gênero opera uma guerra entre identidades sexuais, seja no plano visível, a partir de restrições e violências, seja no plano invisível, onde os processos de existência e o corpo podem entrar em colapso na medida em que o que é socialmente ofertado como possível não representa o que se vivencia no plano sensível. O registro dessa lógica binária não agrega nada ao que subjetivamente se vive. Pelo contrário, sua existência impulsiona restrições e gera violência.

Palavras-chave: biopoder, gênero, subjetividade, tecnologias

Abstract

This article presents a critique of the gender concept, assuming that the gender category responds to a binary logic, which was necessary for the development of technical standardization and transformation of people, such as photography, cells identification, hormonal analysis and therapy, chromosomal reading and the transgender and intersex surgeries. A set of photographic, biotechnology, surgical, pharmacological, cinema or cyber techniques constitute the materiality of the sexes.

The binary logic, according to which it provides the notion of gender, operates a war between sexual identities, whether visible, from the restrictions and violence, whether in the unseen, where the processes of existence and the body could break down what is possible just does not represent what is experienced at the sensible level. The record of this binary logic does not add anything to what is lived subjectively. Rather, its existence drives constraints and generates violence.

Key words: biopower, gender, subjectivity, technologies

Nem homens, nem mulheres

Angela A. Donini¹

Kelly Kotlinski Verdade²

As figuras classificáveis a partir dos gêneros funcionam segundo uma lógica binária que cria oposições e estabelece contradições. Essa lógica opera uma guerra entre identidades sexuais, seja no plano visível, a partir de restrições e violências, seja no plano invisível, onde os processos de existência e o corpo podem entrar em colapso na medida em que o que está posto não representa o que se vivencia no plano sensível. O registro dessa lógica binária não agrega nada ao que subjetivamente se vive, desestabilizar as figuras e romper com os quadros classificatórios relacionados à divisão de gênero para desenhar novas composições, arranjos possíveis e múltiplos é o desafio.

A respeito dessa desestabilização Suely Rolnik diz que “No invisível, a infinitude do processo de produção de diferenças; no visível, a finitude das figuras nas quais os personagens se reconhecem, com suas identidades e seus gêneros. É notório o mal-estar que tal disparidade mobiliza: há sempre um ou mais personagens tomados por um estranho estado de desterritorialização, como que perdidos numa terra desconhecida sem, no entanto, sequer ter saído do lugar.”³

Judith Butler⁴ questiona: como se chega a ser de um gênero? Qual é o momento ou mecanismo de construção do gênero? Quando esse mecanismo chega ao cenário cultural para transformar o sujeito humano em um sujeito com gênero?

A divisão dos seres humanos em dois gêneros/sexos opostos é racionalizada, e pode-se dizer, legitimada, por meio de um processo de naturalização. Uma dada característica primária do ser é destacada, isolada, definida, explicada. Passa a caracterizar o ser em um corpo, esse corpo

¹ Doutora em Psicologia Clínica pela PUC/SP. Contato: necadonini@hotmail.com

² Mestranda em Ciências Sociais pela PUC/RJ. Contato: kakaverdade@hotmail.com

³ ROLNIK, Suely. *Guerra dos gêneros & guerra aos gêneros*. São Paulo, 1996.

⁴ BUTLER, Judith. *El género en disputa. El Feminismo y la subversión de la identidad*. Buenos Aires: Paidós, 2007.

naturalizado, o destaca de outros corpos, o isola, e o define. O ser múltiplo, possível é encerrado em seu corpo natural, limitado, mensurável.

Michel Foucault ao escrever sobre o discurso da natureza em *As palavras e as coisas*⁵ identifica que “... Esse a priori é aquilo que, numa dada época, recorta na experiência um campo de saber possível, define o modo de ser dos objetos que aí aparecem, arma o olhar cotidiano de poderes teóricos e define as condições em que se pode sustentar sobre as coisas um discurso reconhecido como verdadeiro.”

Há ainda uma relação direta entre a *forma humana* e a determinação de gênero. Essa determinação aparece justamente para que os corpos sejam considerados corpos humanos, o momento em que um bebê se humaniza é quando se responde à pergunta “é menino ou menina?”

As figuras corporais que não cabem em nenhum dos gêneros caem fora do humano e, de fato, constituem o campo do desumanizado e do abjeto contra o qual se constitui em si o humano. Se o gênero sempre está aí, delimitando por antecipação o que entra no humano, como podemos falar de um humano que se torna de seu gênero?

Na leitura que Butler faz do artigo de Monique Wittig "*One is not Born a Woman*", ela identifica questões da obra de Wittig que remetem a Simone de Beauvoir – como o título do artigo explicita - mas, ao mesmo tempo, separam-se dela – Wittig aponta o sexo como categoria política, tão culturalmente construído quanto a categoria gênero. A categoria de sexo não é nem invariável, nem natural, mas um uso especificamente político da categoria de natureza que serve aos propósitos da sexualidade reprodutiva. Em outras palavras, não há razão para dividir os corpos humanos em sexo masculino e sexo feminino a não ser que tal divisão seja útil para as necessidades econômicas que determinam a heterossexualidade e que dá um brilho naturalista a esta instituição. Portanto, para Wittig não há nenhuma distinção entre sexo e gênero. A categoria de sexo é em si uma categoria com gênero, investida por completo e politicamente naturalizada, mas não natural.

Uma mulher, para Wittig, somente existe como um termo que estabiliza e consolida uma relação binária e de oposição com um homem. Essa relação seria a heterossexualidade. Uma mulher que gosta de mulher, por exemplo, ao rechaçar a heterossexualidade, já não se define em termos

⁵ FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 2007.

dessa relação de oposição. É uma relação que transcende a oposição binária entre mulher e homem, não é nem mulher nem homem; mas, sobretudo, não tem sexo; está para além das categorias de sexo. Mediante o rechaço dessas categorias, é possível reconhecer a constituição cultural contingente e a suposição tácita da matriz heterossexual que elas implicam. Assim, poderíamos dizer que, a partir de Beauvoir, para Wittig, não se nasce mulher, torna-se. Mas, além disso, não se nasce do gênero feminino, torna-se. E ainda mais radicalmente, caso quisesse, poderia não se tornar nem de gênero feminino, nem masculino; nem mulher, nem homem.

Para a “mulher natural” se estabelece um papel social, símbolos próprios e concepção imagética específica. A coisa ou aquilo que significa “mulher” construiu-se em subordinação ao gênero “homem”. São camadas, processos que levam à materialização do gênero: inicialmente o processo pelo qual fêmeas foram tornadas mulheres e depois como mulheres significam subordinação aos homens. Nesses processos atuam certas tecnologias, tais como, fotografia, biotecnologia, cirurgia, farmacologia, cinematografia ou cibernética.

A partir da leitura de Beatriz Preciado⁶ pode-se desenvolver uma reflexão sobre a invenção da categoria de gênero como indício *da emergência* do que ela denomina *de novo regime farmacopornográfico da sexualidade*.

Para Preciado, a categoria de gênero não advém da agenda feminista dos anos 1960. Ela pertence ao discurso biotecnológico dos anos 1940. O gênero, a masculinidade e a feminilidade são invenções da segunda guerra mundial, que conheceram sua plena expansão comercial durante a guerra fria, tanto quanto as outras criações biotecnológicas desse período.

Esse novo modelo não se caracteriza simplesmente pela transformação do sexo em objeto de gestão política da vida⁷, mas, sobretudo, pelo feito de que essa gestão se opera por meio das novas dinâmicas do capitalismo avançado.

Cirurgia, tecnologia, hormônios, genética, capitalismo, poder e gênero

John Money, psicólogo infantil encarregado do tratamento de bebês intersexuais, utiliza pela primeira vez a noção de gênero em 1947, de modo a opor a “rigidez” imposta ao sexo no século

⁶ PRECIADO, Beatriz. *Testo Yonqui*. Madrid: Espasa Calpe, 2008

⁷ Gestão política da vida, leia-se biopolítica. Ver ‘O Nascimento da Biopolítica’ de Michel Foucault.

XIX e trazer a plasticidade tecnológica. Ele a desenvolve clinicamente, juntamente com Anke Ehrardt e Joan y John Hampson, para falar da possibilidade de modificar hormonal e cirurgicamente o sexo dos bebês nascidos com órgãos genitais e/ou cromossomos que a medicina, com seus critérios visuais e discursivos, não pode classificar como somente femininos ou masculinos.

Intersexuais e hermafroditas, por exemplo, rompem com a possibilidade classificatória estabelecida nos catálogos para as possíveis variações da humanidade: homem ou mulher, assim, esses corpos-rebelião ao não se enquadrarem na sequência prevista, se tornam objetos de intervenções para adequá-los à sequência esperada.

Quando Money utiliza a noção de gênero para nomear o “sexo psicológico” pensa sobretudo na possibilidade de modificar o corpo segundo um ideal regulador preexistente que prescreve como deve ser um corpo humano feminino ou masculino.

Se no sistema disciplinar o sexo era tido como natural, definitivo, intransferível e transcendental, o gênero aparece agora como sintético, maleável, variável, suscetível de ser transferido, imitado, produzido e reproduzido tecnicamente.

Para Preciado, Teresa de Laurotis é, junto com Judith Butler e Denise Riley, uma das primeiras teóricas que a partir dos anos 1980 vão examinar o marco epistemológico que opera nos discursos feministas. É possível falar de “teoria” feminista, nos adverte De Laurotis, somente quando essa interroga seus próprios fundamentos e interpretações críticas, seus termos, suas práticas linguísticas e de produção de visibilidade.

Para De Laurotis, o sujeito do feminismo não coincide com “as mulheres”, apresenta-se como uma força de deslocamento, como uma prática de transformação da subjetividade.

Se por um lado o que importa é a força de deslocamento, todo o contrário de uma suposta identidade, por outro lado, seria interessante considerar, de forma mais radical, que tal força não é própria de um suposto feminino, mas daquilo que coloca em xeque a lógica da subjetividade patriarcal e burguesa, na qual se engendram as figuras tanto do feminino quanto do masculino.

A máquina cinematográfica e seus modos específicos de registro, projeção, montagem, significação e descodificação serviram a De Laurotis como modelo para pensar a subjetividade

sexual e de gênero. De acordo com Preciado, o sistema *farmacopornográfico* – seguindo De Lauretis – funciona como uma máquina de representação somática, de onde texto, imagem e corporalidade fluem no interior do circuito cibernético. O gênero nesta interpretação de De Lauretis é o efeito de um sistema de significação, de modos de produção e de decodificação de signos visuais e textuais politicamente regulados.

O sujeito é, ao mesmo tempo, um produtor e um intérprete de signos, sempre implicado em um processo corporal de significação, representação e auto-representação. O gênero é uma construção sociocultural, uma representação, o efeito do cruzamento das representações discursivas e visuais que emanam dos diferentes dispositivos institucionais: a família, a religião, o sistema educativo, os meios de comunicação, a medicina ou a legislação, mas também, de fontes menos evidentes, como a linguagem, a arte, a literatura, o cinema e a teoria.

De Lauretis propõe como campo possível de trabalho, a análise das diferentes “tecnologias de gênero” que operam socialmente, produzindo, sempre de forma precária, sujeitos de enunciação e de ação. É a subjetividade em seu conjunto o que se produz nos circuitos tecnológicos e orgânicos codificados em termos de gênero, de sexo, de raça, de sexualidade através dos quais circula o capital farmacopornográfico.

Para Preciado, o gênero, como a pílula anti-concepcional, não emerge do discurso feminista, mas sim, dos laboratórios do sistema *farmacopornográfico*, e hoje é amplamente difundido nas políticas públicas como uma abordagem necessária para promover equidade entre homens e mulheres (o que vigora no Brasil particularmente). Isso faz com que toda a crítica e as questões mais complexas do sistema que reproduz categorias fiquem de fora da reflexão coletiva e das práticas sociais, de saúde e de educação.

O verdadeiro negócio do *farmacopoder* são as tecnologias de gênero, de sexo, de sexualidade e de raça. Tecnologias de produção somática e de suas ficções.

A indústria da beleza, da maternidade, são expressões do *farmacopoder*, atuam na construção e fixação da imagem da coisa homem, e da coisa mulher.

Nem os critérios visuais que regem a definição de sexo no nascimento, nem os critérios psicológicos que fazem com que alguém se considere “interiormente” como homem ou mulher tem realidade material. Ambos são ideais reguladores, ficções políticas.

Judith Butler definiu o gênero como um sistema de regras, convenções, normas sociais e práticas institucionais que produzem performativamente o sujeito que pretendem descrever.

Ela identificou o gênero não como uma essência ou uma verdade psicológica, mas como uma prática discursiva e corporal performativa por meio da qual o sujeito adquire inteligibilidade social e reconhecimento político.

Assim, para Preciado, a noção de gênero inventada por Money é, antes de tudo, um instrumento de racionalização do ser vivo onde o corpo é tão somente um dos parâmetros. Gênero é uma noção necessária para o aparecimento e desenvolvimento de uma série de técnicas *farmacopornográficas* de normalização e transformação do ser vivo – como a fotografia dos “desviados”, a identificação celular, a análise e terapia hormonal, a leitura cromossômica ou a cirurgia transexual e intersexual. Por isso, ela propõe o termo “tecnogênero” para dar conta do conjunto de técnicas fotográficas, biotecnológicas, cirúrgicas, farmacológicas, cinematográficas ou cibernéticas que constituem performativamente a materialidade dos sexos.

A imagem, antes do aparecimento e aperfeiçoamento das técnicas hormonais e cirúrgicas, será crucial para a produção do novo sujeito sexual e da sua verdade visual. O processo de produção da diferença sexual através de técnicas de representação do corpo já havia começado no século XVII com o desenho anatômico e pornográfico. Com a fotografia, ganha realismo visual.

Os órgãos sexuais são expostos à vista fotográfica por uma mão externa. A verdade do sexo toma aqui o caráter de uma revelação visual, processo no qual a fotografia participa como um catalisador ontológico que explicita uma realidade que não poderia manifestar-se de outra maneira. Um século depois, em 1980, a antropóloga Susan Kessler denunciou os códigos estéticos, por exemplo, tamanho e forma do pênis ou do clitóris que dominam os protocolos médicos de definição dos sexos dos bebês no momento do nascimento em nossa sociedade. Se esses códigos visuais parecem não ter se modificado excessivamente desde o final do século XIX, as atuais possibilidades técnicas de modificação do corpo introduzem diferenças substanciais no processo de definição e produção da feminilidade e masculinidade. O processo

de normalização (definição e redefinição) que antes só podia realizar-se por representação discursiva ou fotográfica se inscreve agora na estrutura mesma do ser vivo pelas técnicas cirúrgicas e endocrinológicas.

Assim, se um bebê nasce com um pênis que, de acordo com estes critérios somáticos, políticos e visuais aparece como excessivamente pequeno, o chamado micropênis, será amputado e os genitais reconstruídos em forma de vagina e se aplicará uma terapia de substituição hormonal a base de estrógenos e progesterona para assegurar que seu desenvolvimento sexual exterior seja identificável como feminino.

Diferentes das técnicas de normalização do corpo desenvolvidas pelos sistemas disciplinares, as técnicas de gênero do biocapitalismo *farmacopornográfico* são flexíveis, internas e assimiláveis.

O regime *farmacopornográfico* da sexualidade não pode funcionar sem a circulação de uma enorme quantidade de fluxos semióticos e técnicos: fluxos de hormônios, fluxos de silicone, fluxos digitais, textuais e da representação. Nessa economia política do sexo, a normalização da diferença depende do controle da reapropriação e do uso desses fluxos de gêneros.

A cartografia sexual do Ocidente, a partir do final da segunda guerra mundial com sua divisão sexual e sua classificação de sexualidades normais e desviadas, depende da gestão legal e mercantil das moléculas que dominam a produção dos fenótipos (signos externos) que culturalmente reconhecemos como femininos e masculinos, normais ou desviantes, sexuais ou neutros (por exemplo, o pelo facial, o tamanho e forma dos genitais, o tom da voz etc), da gestão tecnopolítica da reprodução da espécie, do controle farmacológico de nossos sistemas imunológicos e de sua resistência à agressão, à doença e à morte. O gênero (feminilidade/masculinidade) não é nem um conceito, nem uma ideologia, nem uma performance. É uma ecologia política.

A certeza de ser homem ou mulher é uma ficção *somaticopolítica* produzida por um conjunto de tecnologias de domesticação do corpo, por um conjunto de técnicas farmacológicas e audiovisuais que fixam e delimitam nossas potencialidades somáticas, funcionando como filtros que produzem distorções permanentes da realidade que nos rodeia.

O gênero opera como um programa por meio do qual se produzem percepções sensoriais que tomam a forma de afetos, desejos, ações, crenças, identidades. Um dos resultados característicos desta tecnologia de gênero é a produção de um saber interior sobre si mesmo, de um sentido do eu sexual que aparece como uma realidade emocional evidente à consciência. “Sou homem”, “sou mulher”, “sou heterossexual”, “sou homossexual” são algumas das formulações que condensam saberes específicos produzidos por tais tecnologias e que as reafirmam, atuando como núcleos biopolíticos e simbólicos duros em torno dos quais é possível aglutinar todo um conjunto de práticas e discursos. A testosterona corresponde, junto com a oxitocina, a serotonina, a codeína, a cortisona, o estrógeno, o omeprazol, ao conjunto de moléculas disponíveis hoje para fabricar a subjetividade e seus afetos. Vivemos sob o controle de tecnologias moleculares, de camisas de força hormonais destinadas a manter as estruturas de poder de gênero.

Fora destas ecologias somáticas e políticas que regulam o gênero e a sexualidade não há nem homens, nem mulheres.

Bibliografia

BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BUTLER, Judith. *Problemas de Gênero. Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. *El género en disputa. El Feminismo y la subversión de la identidad*. Buenos Aires: Paidós, 2007.

FOUCAULT, Michel. *Ditos e Escritos* volume V. São Paulo: Forense Universitária, 2004.

_____. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 2007.

LAQUEUR, Thomas. *Inventando o sexo: Corpo e Gênero dos gregos a Freud*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

LAURETIS, Teresa de. *Technologies of Gender. Essays On Theory, Film, And Fiction*. Indiana University Press, 1987.

PRECIADO, Beatriz. *Testo Yonqui*. Madrid: Espasa Calpe, 2008

ROLNIK, Suely. *Cartografia Sentimental*. Rio Grande do Sul: Sulina, 2006.

WITTIG, Monique. *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Barcelona: Egales, 2006.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Os limites do pensamento e o ideal ascético

Anita Tandeta

Caixa de Ferramentas Curso Livre de Psicanálise e Ciências
Sociais

anitatanqueta@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Título

Os limites do pensamento e os ideais ascéticos

Resumo

Sendo Foucault leitor de Nietzsche, esta comunicação pretende fazer parte do mapeamento da questão tecida nas páginas de Nietzsche: como questionar profundamente os limites do pensamento sem cair no contra-senso de supor que o próprio pensamento terá instrumentos intrínsecos para questionar-se a si mesmo? Nietzsche apresentou a tarefa de questionar os limites concretos das produções de pensamento, isto é, a tarefa de localizar, nas produções da cultura, os silêncios que elas promoviam. Nesse movimento, deparou com a construção do que chamou de 'homem moderno', habitante de uma cultura sustentada por ideais ascéticos. O presente trabalho apresenta uma articulação de algumas aberturas para o pensamento que emergem a partir da radical posição de intérprete que foi a de Nietzsche.

Abstract

This communication pretends to take part of the discussions about this nietzschean question: how to put thought's limits in question? Nietzsche had shown us the work of putting concrete productions of thoughts's limits in question, it means that he had looked for the silence that lives in cultural productions. In his search, he had found what called 'modern man', who lives in a culture that is supported by ascetic ideals. My work presents some articulation about Nietzsche's radical position as an interpreter that had found openings for thought.

Palavras-chave

Nietzsche, metafísica, ideal ascético, razão, violência

Epígrafes

Ó, senhor cidadão, com quantos quilos de medo se faz uma tradição?
Tom Zé

Lembro a famosa história do rei Vishvamitra, que através de milênios de automartírio alcançou tal sentimento de poder e confiança em si que empreendeu a tarefa de construir um *novo céu*: o símbolo apavorante da mais antiga e mais nova experiência dos filósofos na terra – todo aquele que alguma vez construiu um “novo céu”, encontrou o poder para isso apenas *no próprio inferno*...
Nietzsche

Gostaria que essa comunicação fosse uma contribuição às discussões sobre os questionamentos apresentados por Nietzsche. Uma dessas questões cruciais para o desenvolvimento da escrita de Nietzsche ao longo de sua vida diz respeito à sua tarefa de questionar os limites do pensamento. A tarefa de questionar os limites do pensamento aparece para Nietzsche como a necessidade de questionar os limites impostos a esse questionamento. Parece tautológico mas não é. Interessou a Nietzsche pôr em questão o modo como a determinação dos limites do pensamento era teorizada e legitimada pelas teorias filosóficas, o que os limites acarretariam em produção.

A primeira grande intuição de Nietzsche quanto aos impedimentos impostos ao questionamento do limite do pensamento, podemos dizer, foi a de que, até então, a questão sempre se colocava a partir do campo das chamadas teorias do conhecimento. Isto significa que os limites do pensamento eram pensados como sendo intrínsecos ao próprio pensamento, como se o campo das teorias do conhecimento fosse um território apartado de qualquer outro campo de atividades humanas, logo que se deveria viver como tal. A filosofia moderna empreendia a legitimação de que o pensamento organizado segundo o molde das teorias do conhecimento poderia reconhecer os limites de seu próprio campo.

Essa é uma das críticas feitas a Kant: não seria um contra-senso supor que um instrumento possa reconhecer os seus próprios limites? Como um instrumento tal qual o pensamento, ou a razão, teria a capacidade de conhecer os seus limites sem entrar em contato com aquilo que, a partir de fora, está permanentemente em contato com o recorte estabelecido?

Como as construções humanas são determinadas? Teria o pensamento qualquer liberdade em relação às determinações que constituem a cultura, a civilização? Não. As teorias, por mais que aparentem neutralidade e imparcialidade, e se esforcem para tanto, também se constituem por interesses que agem na cultura. A intuição de Nietzsche o dirigiu para aquilo que, estando silenciado, está, ao mesmo tempo, documentado nas construções da cultura. A leitura do silêncio impresso nos produtos da cultura é, na pesquisa nietzschiana, a leitura dos modos de violência silenciadora que impõem um certo modo de habitar a cultura.

“Toda a psicologia, até o momento, tem estado presa a preconceitos e temores morais: não ousou descer às profundezas. Compreendê-la como morfologia e *teoria da evolução da vontade de poder*, tal como faço, -- isto é algo que ninguém tocou sequer em pensamento: na medida em que é permitido ver, no que foi até agora escrito, um sintoma do que foi até aqui silenciado.”¹

O pensamento deixava, então, de ser tomado como alguma coisa que pudesse desvencilhar-se de todas as produções culturais para ser inserido no terreno das criações humanas. Para Nietzsche, o edifício da tradição de pensamento teria de ser encarado como uma criação humana, suscetível às mesmas forças obscuras que regem qualquer produção cultural. Com obscuras quero dizer, seguindo as pistas com Nietzsche, aquilo que merece ser pesquisado e que, no entanto, exige de seu pesquisador uma certa disposição para entrar em contato com o que foi silenciado e com as forças silenciadoras.

O pensamento – a teoria sobre o que é o conhecimento e como se deve proceder para conhecer –, que parecia até aquele momento possuir uma realidade mais fundamental

¹ ABM, p.29

do que qualquer conhecimento disponibilizado pelas práticas humanas, passa a ser incluído em um mundo que pôde, a partir de um certo momento, ser tomado como um mundo de criação de valores, um mundo formado por representações. (Podemos entender, aqui, representação como significados, sentidos e formas que se apresentam.)

Nietzsche subverte o termo schopenhaueriano de ‘mundo como representação’. Distancia-se do filósofo com a crítica de que, para Schopenhauer, o acesso às representações e estaria subordinado ao arrefecimento da vontade. Em seu pensamento, a representação ainda guardaria o lugar do Ser metafísico, mais verdadeiro, mais livre de interesses, do que o mundo das criações interessadas. A escrita de Nietzsche aparece quando o pensamento pôde ser tomado como parte da atividade de criação de valores, quando houve a possibilidade de se conceber que o uso da razão não obedece a qualquer ordem mais verdadeira do que o mundo criado pelas práticas humanas permeadas de interesses.

Dentre as práticas da cultura, interessavam a Nietzsche, particularmente, aquelas produções que apresentavam o modo de atividade que seria considerado e vivido como racional. Daí seu grande esforço de crítica à história da filosofia. No entanto, não parece que seu interesse chegasse à história da filosofia por ser esta história um campo de conhecimento já delimitado. Sua pesquisa não se deteve nas produções de filosofia, mas incluiu também a religião, os sistemas de punições e de exclusões e os códigos de conduta morais. A divisão dos campos estava explodida. O interesse em tomar a razão como objeto deve-se a que Nietzsche reconheceu a criação da razão e o sentimento de liberdade a ela atrelado como as grandes recompensas oferecidas àqueles que renunciam a qualquer outro modo de vida para viver em uma cultura conforme esta específica forma de razão. Escreve Nietzsche:

“Cada pequenino passo que se deu na terra foi conquistado ao preço de suplícios espirituais e corporais: toda essa perspectiva, ‘de que não apenas o avançar, não, o simples andar, o movimento, a mudança, necessitaram de seus inúmeros mártires’, soa hoje em dia tão estranha para nós – eu a expus em *Aurora*. ‘Nada foi comprado tão caro’, diz-se ali,

‘como o pouco de razão humana e sentimento de liberdade que agora constitui nosso orgulho’. É este orgulho, porém, que nos torna hoje quase impossível sentir os imensos períodos de ‘moralidade do costume’, que precederam a ‘história universal’ como a verdadeira e decisiva história que determinou o caráter da humanidade”²

A criação de algo como a razão foi tratada por Nietzsche a golpe de martelos. O que seria a razão? Começemos por aqui. A razão aparece na pesquisa de Nietzsche como tendo sido construída de um modo unívoco, por mais que os filósofos que se dedicaram a pensá-la aparentemente sejam tão diferentes entre si. A continuidade que Nietzsche traz à tona é a perpetuação da razão vivida como o fundamento de algo como um ‘mundo verdadeiro’ que estaria em uma certa relação com o mundo das representações habitado por nós, os homens.

O mundo verdadeiro, o mundo racional, o mundo dos conceitos, das idéias claras e distintas, teria continuamente sido considerado como o fundamento do mundo das experiências cotidianas. A relação do mundo verdadeiro, que segundo Nietzsche, acabou por tornar-se fábula, com o mundo das aparências, serve a dois interesses. Por um lado, garante que as experiências de outra ordem de pensamento, que são todas aquelas que não podem ser conhecidas pelos sistemas de pensamento que se apresentam como acesso ao ‘mundo verdadeiro’, sejam continuamente desvalorizadas e, por outro, legitima a perpetuação do imperativo da sensação de que o mundo precisa ser corrigido pelo uso generalizado da razão. Nietzsche ainda vai mais longe: a legitimação fornecida pela filosofia da noção de que o mundo deve ser corrigido por parâmetros racionais vem servindo para a conservação de um certo estado de coisas, para o impedimento de mudanças, para a permanência do mesmo silêncio.

A sustentação de tais sistemas de captura das formas de viver o pensamento foi nomeada por Nietzsche de ideais ascéticos. Nossa razão seria o desenvolvimento de formas de pensar e, principalmente, de viver em nome da sustentação de ideais ascéticos. O que são ideais ascéticos? Pergunta-se ele. Grosso modo, formas de viver históricas de desvalorização das experiências sensíveis, e da própria sensibilidade, em nome de algo que

² GM, III, 9

só se encontraria em uma vida limpa de contradições e conflitos. As três palavras – limpeza, contradições e conflitos – são importantes. O ascetismo não precisa ser, e não é, apenas evitação do prazer corporal ou a realização de privações, até porque já sabemos que as privações também servem ao prazer, ao prazer masoquista. Nosso mundo nos apresenta formas de ascetismo que assemelham-se à busca de prazer, na acumulação.

Uma cultura empenhada em sustentar e sustentar-se em ideais ascéticos é uma cultura que desvaloriza o próprio ato de criação de valores, ou, nas palavras de Nietzsche, que nega a si mesma. A vida nesta cultura seria valorada como uma ponte para outra vida, como um erro que se “*deve* refutar com a ação: pois ele *exige* que se vá com ele, e impõe, onde pode, a *sua* valoração da existência.” Portanto, na cultura ascética há uma imposição do modo de valorar e este modo imposto de valoração é a desvalorização do ato de criação em seu caráter plástico, pois a cultura do ideal ascético exige que haja um único modo de valorar. Não podemos esquecer que valorar é, nas palavras de Nietzsche, pensar. E, mais do que isso, valorar é viver.

Se estamos pensando na pergunta: “desde quando existe a cultura baseada nos ideais ascético?” Nietzsche respondeu, por exemplo, assim: “Que significa isso? Um tal monstruoso modo de valorar não se acha inscrito como exceção e curiosidade na história do homem: é um dos fatos mais difundidos e duradouros que existem. Lida de um astro distante, a escrita maiúscula de nossa existência terrestre levaria talvez à conclusão de que a Terra é a *estrela ascética* por excelência, um canto de criaturas descontentes, arrogantes e repulsivas, que jamais se livram de um profundo desgosto de si, da terra, de toda a vida, e que a si mesmas infligem o máximo de dor possível, por prazer em infligir dor – provavelmente o seu único prazer.” GM, III, 11

Tão longe das concepções morais está a constatação do prazer na provocação da dor quanto a descrição da economia de forças que produz a figura do sacerdote asceta. Esta figura recortada por Nietzsche, aparece, descontinuamente, em eras e classes diferentes, mantendo-se continuamente como ponto nodal do desenvolvimento da cultura. Sua economia retira força vital efetivamente do esmorecimento da força. Quando dissemos que

a cultura baseada nas figuras do sacerdote asceta impõe um único modo de valorar, de viver, isto refere-se ao modo de uso da força vital. Nas palavras de Nietzsche,

“aqui domina um ressentimento ímpar, aquele de um insaciado instinto e vontade de poder que deseja senhorear-se, não de algo da vida, mas da vida mesma, de suas condições maiores, mais profundas e fundamentais; aqui se faz a tentativa de usar a força para estancar a fonte da força; aqui o olhar se volta, rancoroso e pérfido, contra o florescimento fisiológico mesmo, em especial contra a sua expressão, a beleza, a alegria; enquanto se experimenta e se *busca* satisfação no malogro, na desventura, no fenecimento, no feio, na perda voluntária, na negação de si, autoflagelação e autosacrifício. Tudo isso é paradoxal no mais alto grau: estamos diante de uma desarmonia que se *quer* desarmônica, que *frui* a si mesma neste sofrimento, e torna-se inclusive mais triunfante e confiante à medida que diminui o seu pressuposto, a vitalidade fisiológica.”

A economia de forças de cultura ascética, também chamada de metafísica porque concede valor ao que está para além do mundo físico, investe maciçamente no encobrimento de que suas verdades, recortadas e operantes no mundo em que vivemos, são valores criados pelas práticas, no desenrolar da própria vida. Os ideais ascéticos de correção do mundo, do pensamento e da vida, em nome dos quais as práticas humanas se exercem, constantemente encobrem que suas verdades são posições recortadas e ocupadas por valores criados, produzidos em uma determinada economia que se quer universal e imutável.

É contra estas operações de encobrimento que o martelo de Nietzsche ataca. Chamemo-las, como Nietzsche o fez, de operações morais de encobrimento. Portanto, com Nietzsche, os valores e concepções morais são realocados devidamente em seu lugar: migram da consciência moral para o terreno dos preconceitos morais, daquilo que se encontra antes da formação da consciência, fornecendo-lhe seus interesses. Aqui evoca-se Zaratustra em seu caminho por um território que, em seu caminhar, vai tendo desmantelados modos tradicionais de apresentação do mundo, como as noções e sensações

de profundo e raso, de alto e baixo, de interior e exterior, de luz e de sombra. Uma dessas passagens diz Zaratustra a um jovem que o evitava por tê-lo ouvido no exato momento em que nele pensava:

“E te assustas por isso? Mas passa-se com o homem o mesmo que com a árvore.

Quanto mais quer crescer para o alto e para a claridade, tanto mais suas raízes tendem para a terra, para baixo, para a treva, para a profundidade – para o mal.” Z, p.58

O terreno em que vivemos, é a produção de valores, é o terreno da moral. Onde habitamos, nosso *ethos*, segundo a impressão de Nietzsche, está em estado de metafísica. Isto quer dizer que o encobrimento recai sobre aquilo que abala o edifício que sustenta a desvalorização do que for conflitante com os ideais metafísicos. Somos compelidos a esquecer que os valores são criados e portanto passíveis de transformação. Só terá valor consciente aquilo que for considerado portador de unidade e de identidade imutáveis.

A posição que Nietzsche ocupou como intérprete da cultura o colocou na trilha do processo de naturalização da razão. Neste processo, a parte da vida considerada racional tornou-se recompensa social para os indivíduos aceitarem docilmente viver em um mundo cuja cultura deixa de florescer e apenas conserva as mesmas interpretações e exclusões. A economia de forças da cultura do ideal ascético é muito violenta. Em cada obra o encobrimento dos interesses que a movem, a desvalorização das outras interpretações e o impedimento de vivências que não cultuam os ideais ascéticos de negação da vida em sua plasticidade promove um aumento de práticas violentas. O início da pesquisa nietzschiana, a pesquisa pelos limites do questionamento sobre o pensamento, em outras palavras, a pergunta pelo valor concedido à verdade, mostrou a abissal violência promovida pelas construções da razão, como a filosofia e a ciência, por constantemente manterem por baixo dos panos os interesses que estão sendo movidos.

Muito importante dizer que a posição de Nietzsche, ao expor a profunda dependência da cultura ascética com relação ao encobrimento de sua violência, não se deixa ficar em um hipócrita negação da violência. Nietzsche compreendeu para nós a violência

que portam as interpretações que querem vir à tona e deu voz a essa violência. Seu martelo é muito violento para atacar as operações de encobrimento que enfraquecem a força plástica da cultura humana. Espero ter dito que vivemos em um tipo de cultura que apenas reproduz, sempre com acréscimo, a violência.

A posição do ideal ascético, “melhor querer o nada a nada querer”, sendo ainda uma posição a favor da vida, porque de um querer, reproduz a violência de impor como objeto para o desejo o nada. A resposta nietzschiana nos abriu caminho para fazermos o percurso, onde também encontramos a dor, de abrir mão de apostar no pensamento como salvador. Para podermos, aí então, conhecermos nosso mundo sem, para isso, precisarmos perdê-lo.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Uma relação teórica entre desejo e não senso

Anna Paula Stolf, Lurdete Biava e Isabela Sielski

Instituto Federal de Santa Catarina

annapaula.stolf@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

A configuração poética e rizomática do Livro-Objeto-que-Deseja

The poetic and rhizomatic configuration of Object-Book-that-Wants

STOLF, Anna Paula (Graduada);
BIAVA, Lurdete (Doutoranda);
SIELSKI, Isabela (Dra.)

RESUMO

Este artigo trata de um recorte do Trabalho de Conclusão de Curso "Livro-Objeto-que-Deseja", de um Curso Superior de Tecnologia em Design de Produto, que se refere à relação teórica entre o conceito de rizoma e o resultado final do projeto, intitulado "Mandíbula Sonâmbula Perambula". Esse produto corresponde à construção de três livros que se encaixam um no outro, uma vez que um deles corresponde aos "começos", outro aos "meios e o último aos "fins".

Palavras-chave: Livro-Objeto. Poesia. Rizoma.

ABSTRACT

This article discusses a clipping from the Trabalho de Conclusão de Curso¹ called "Object-Book-that-Wants", made in a Course of Technology in Product Design, which refers to theoretical compared between the concept of rhizome and the final result of project, titled "Sleepy Walk of Mandible". This product corresponds to the construction of three books that fit in each other, because one of them corresponds to the "beginnings", another to the "ways" and the latter to the "ends".

Key-words: Object-Book. Poetry. Rhizome.

¹ It is the major essay during graduation in Brazil.

INTRODUÇÃO

Deleuze e Guattari (2000) afirmam que um livro é um agenciamento, mas que não se sabe ainda o que o múltiplo implica quando é elevado ao estado de substantivo. Explicam que o “fazer rizoma” é não perguntar o que um livro quer dizer, significado ou significante, mas sim perguntar com o que ele funciona, quais suas conexões e em quais multiplicidades ele se introduz.

Este artigo discute a relação entre o livro intitulado “Mandíbula Sonâmbula Perambula”, configurado como “objeto-que-deseja”, com o conceito de rizoma. Vale sublinhar que o projeto “Livro-Objeto-que-Deseja”, desenvolvido e concluído em 2010, no Curso Superior de Tecnologia em Design de Produto do Instituto Federal de Santa Catarina, em parceria com a Editora Parêntesis, situada em Curitiba, envolve outros conceitos da área de filosofia, assim como conceitos provindos do *design* e da arte.

Numa primeira abordagem, acrescenta-se que o “objeto-que-deseja” possui uma configuração poética, na qual, segundo Chalhub (1990, p. 38), “a mensagem está voltada para si mesma: as características físicas do signo, seu estatuto sonoro, visual, são privilegiadas, decorrendo um sentido não previsto numa mensagem de teor puramente convencional”.

Neste artigo, abordando a relação do livro-objeto-que-deseja com o conceito de rizoma, apresenta-se o processo de tentativa de uma explicação para o produto, pois sua existência dentro da área do *design* está vinculada a inquietos assuntos de uma rede de proposições, que se somam como conceitos para sua formação.

LIVRO-OBJETO-QUE-DESEJA

A função poética fundamenta a essência da poesia, aponta um poema como um poema, através dos mecanismos de similaridade: “– Que são as *rimas* senão eco do ritmo?/– Que são *anagramas* senão figuras gráfico sonoras viajando pelo tecido textual?/– Que são *metáforas* senão sentidos até então impossíveis de serem sentidos?/– Que são *aliterações* senão insistência do significante?” (CHALHUB, 1990, p. 39). Complementa-se: – Que são *objetos-que-desejam* senão produtos insistentes neles mesmos por via de sujeitos que complementam seus sentidos com outros possíveis sentidos?

Chalhub observa que a função poética deixa exposto seu código, sua função metalinguística. A relação do código e da mensagem vai resultar na metalinguagem das formas poéticas, ou seja, a mensagem indica sua própria estrutura por meio das funções relacionais de seus elementos. Quando é dito da metalinguagem ser uma equação, equação é entre “dizer = fazer” (CHALHUB, 1990, p. 40).

Em síntese, segundo Chalhub (1990, p. 41), “a função metalinguística, no nível do discurso comunicacional, denotativo, opera com definições do código, usando para isso o próprio código” enquanto “a metalinguagem conotativa, no âmbito do objeto artístico, opera também com o código para chegar a um processo de definição”.

“Chegar a um processo de definição” neste âmbito que envolve *design*, filosofia e literatura do objeto-que-deseja, pressupõe o início de um alargamento entre áreas, pois é neste processo de definição que percorre o desenvolvimento do produto do projeto aqui abordado. Chalhub (1990, p. 42) expõe sobre a literatura na arte: “O poema que se pergunta sobre si mesmo [...] constrói-se contemplando ativamente sua construção. Podemos dizer que é uma tentativa de conhecimento do seu ser”. A metalinguagem indica o mito da criação dissolvido, ou seja, o processo de produção da obra é visível e compreensível.

Segundo a autora, o mito da criação era pensado como “possuído por uma luz transcendente”, em que o artista era “tocado pelo divino, instrumento para que o dom da criação se manifestasse”. É nesse sentido que o público contemplava a obra de arte como algo inatingível. No entanto, o conceito da arte tornou-se *construção*, não mais percebido como *expressão*, podendo seu público ser incorporado na obra, ativamente, como colaborador/leitor dentro dela.

Vale acrescentar ainda sobre a metalinguagem, tratada por Chalhub, que o poema metalinguístico expõe uma consciência da linguagem, sendo que o poeta pode dialogar com outros textos de sua própria produção. Como o produto deste projeto é formado por mais de um produto, ainda que todos formem um único exemplar (Figura 1), mas com a

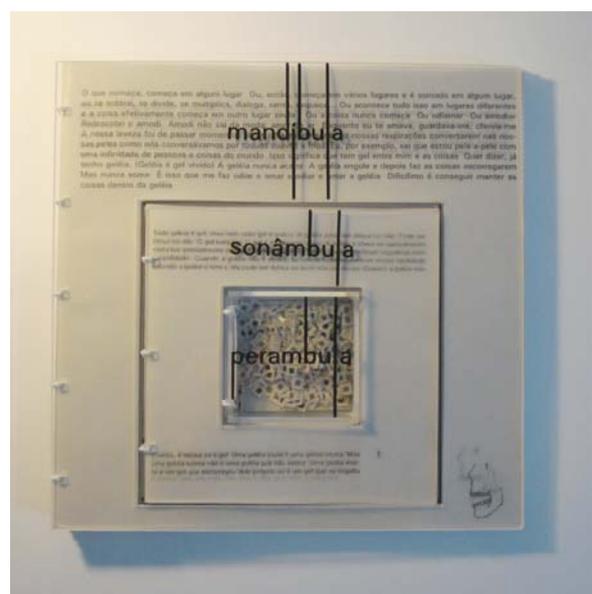


Figura 1 – Mandíbula Sonâmbula Perambulã

possibilidade de serem adquiridos separadamente, torna-se visível esta colocação em que a produção dialoga entre si. Sobre esse processo, resume a autora, se o texto não apenas dia, mas também trabalha metalinguisticamente, não existe apenas o tema, mas o tema estruturado na construção do texto, sendo que se torna impraticável separar o procedimento do que se diz. Salienta ainda que se trata de “um *sobrescrever*, diferente de um *sobre escrever*”, uma vez que este último é um “dizer sobre algo, sem mostrar como se faz”, e o *sobrescrever* é o “mostrar o que está dizendo” (CHALHUB, 1990, p. 63).

“Mostrar o que está dizendo” deve estar na estrutura do livro-objeto-que-deseja, que deve ser conhecido na medida em que é conhecido o conteúdo do livro - os textos e os cortes - uma vez que as relações contidas nele podem ser de ordens variadas, coerentes entre si, mas sem estabelecer definições. Interessa ressaltar, tomando como referência Deleuze (2000, p. 12), que “não há diferença entre aquilo de que um livro fala e a maneira como é feito”.

RELAÇÃO RIZOMÁTICA

O que se pretende com um livro cujos textos são escritos para serem combinados com quaisquer continuações, ou até mesmo permanecerem sem fim (ou sem meio, ou sem começo) para que possam ser despreocupados e independentes, podendo ter sua formação se relacionando com infinitas proposições (ou até mesmo permanecerem incógnitos dentro de si mesmos)?

Deleuze e Guattari (2000) explicam que num livro, como em outras coisas, existem “linhas de articulação ou segmentaridade, estratos, territorialidades, mas também linhas de fuga, movimentos de desterritorialização e desestratificação” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 11-12), sendo que, comparando as velocidades com que se movimentam as coisas, conforme essas linhas, são ocasionados “fenômenos de retardamento relativo, de viscosidade ou ao contrário, de precipitação e de ruptura”.

Para esclarecer no que implica o rizoma, Deleuze e Guattari percebem a necessidade de enumerar algumas características:

A primeira e a segunda característica são os princípios de conexão e de heterogeneidade, em que qualquer ponto de um rizoma deve ser conectado a qualquer outro. Explica: “um método de tipo rizoma é obrigado a analisar a linguagem efetuando um

descentramento sobre outras dimensões e outros registros. Uma língua não se fecha sobre si mesma, senão em uma função de impotência” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 16).

A terceira característica do rizoma é o princípio de multiplicidade. Os teóricos declaram que as multiplicidades são rizomáticas e denunciam as “pseudomultiplicidades arborescentes”. Vale sublinhar que “não existem pontos ou posições num rizoma como se encontra numa estrutura, numa árvore, numa raiz. Existem somente linhas” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 17).

Os autores continuam afirmando que as multiplicidades se definem pelo “fora”, isto é, pela linha abstrata ou de desterritorialização, linha de fuga que se conecta a outras linhas. Sublinham que o “plano de consistência”, também chamado de “grade”, é o fora de todas as multiplicidades, ou seja, o que define as multiplicidades indica ao mesmo tempo: o preenchimento da realidade finita, a impossibilidade de haver outra dimensão sem que a multiplicidade se transforme, e a possibilidade/necessidade de juntar todas as multiplicidades em um mesmo plano (grade, plano de consistência ou de exterioridade).

A quarta característica é o princípio de ruptura a-significante que aponta a segmentaridade das linhas do rizoma, pois “ele é estratificado, territorializado, organizado, significado, atribuído etc., mas compreende também as linhas de desterritorialização pelas quais ele foge sem parar” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 18).

Segundo Deleuze e Guattari, sempre que as linhas de segmentaridade explodem em uma linha de fuga, acontece a ruptura no rizoma, mas as linhas de fuga fazem parte do rizoma, pois as linhas não param de se remeter umas às outras.

Segundo os autores, não se trata de uma imitação, mas de uma captura de código, de um verdadeiro “devir”. Deleuze e Guattari acrescentam que cada um destes devires afirma a desterritorialização de um dos termos e a reterritorialização do outro, os dois devires se encadeiam e se revezam empurrando a desterritorialização cada vez mais longe.

Arrisca-se a tomar como exemplo a situação em que é redigido um relatório de TCC por um estudante, pois isto pressupõe um devir-acadêmico, a imagem da desterritorialização da academia sobre o estudante e em paralelo a reterritorialização do estudante sobre sua própria imagem de devir-acadêmico (a desterritorialização da academia). O estudante contribui na produção da academia, pois ele a reterritorializa, ele a movimenta em outras direções enquanto está nesse devir. Portanto, o estudante e a academia fazem rizoma.

Segundo os autores, é a mesma situação que um livro e o mundo, pois o livro não é uma imagem segundo as crenças do mundo, ele faz rizoma com o mundo, ele afirma a desterritorialização do mundo; e este, contudo, age em uma reterritorialização do livro que, por sua vez, desterritorializa-se em si mesmo no mundo.

Os teóricos explicam que “todos os devires são moleculares”, pois o devir se distingue de uma imitação e muito menos se identifica com algo ou alguém. Também não proporciona relações formais, acrescentam Deleuze e Guattari (2002, p. 64) que o devir é “extrair partículas”. E é entre essas partículas que instauramos relações de movimento e repouso, de velocidade e lentidão, as que forem “mais próximas daquilo que estamos em vias de nos tornarmos, e através das quais nos tornamos”, e por fim relacionam que “é nesse sentido que o devir é o processo do desejo”.

Eles exemplificam: "ninguém se torna cachorro molar latindo, mas, ao latir, se isso é feito com bastante coração, necessidade e composição, emite-se um cachorro molecular" (DELEUZE, GUATTARI, 2002, p. 67). E ainda declaram em outro exemplo: “Albertine pode imitar uma flor o quanto quiser, mas é quando ela dorme, e compõe-se com as partículas do sono, que sua pinta e o grão de sua pele entram numa relação de repouso e movimento que a coloca na zona de um vegetal molecular: devir-plantas de Albertine” (DELEUZE, GUATTARI, 2002, p. 67).

“Sabedoria das plantas: inclusive quando elas são de raízes, há sempre um fora onde elas fazem rizoma com algo – com o vento, com um animal, com o homem” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 20). Entende-se como “fora” o rizoma em ruptura, o que possibilita vários acontecimentos, entre eles: “alongar, prolongar, revezar a linha de fuga, fazê-la variar até produzir a linha mais abstrata e a mais tortuosa, com n dimensões, com direções rompidas” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 20).

É importante ressaltar o fora como multiplicador, assim como colocam Deleuze e Guattari também sobre a música, porque claramente a música se permite fazer com suas linhas de fuga e com as tantas “multiplicidades de transformação”, por isso, alegam os teóricos, que a forma musical é comparável, por suas rupturas e proliferações, com a erva daninha, um rizoma.

A quinta e a sexta característica do rizoma englobam o princípio de cartografia e de decalcomania: “um rizoma não pode ser justificado por nenhum modelo estrutural ou

gerativo. Ele é estranho a qualquer idéia de eixo genético ou de estrutura profunda” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 21). Os autores explicam que tanto o eixo genético quanto a estrutura profunda são princípios de decalque, em uma lógica de reprodução ao infinito. Ressaltam, então, que o rizoma é mapa, não decalque, isto é, não reproduz um inconsciente fechado sobre si mesmo, mas o constrói, colabora com a conexão dos campos, para o desbloqueio dos corpos sem órgãos, para a abertura máxima sobre um campo de consistência.

Segundo Deleuze e Guattari, o mapa faz parte do rizoma, pois é aberto, conectável em todas as dimensões, desmontável, reversível, adaptável a montagens de qualquer natureza etc. Apontam que “uma das características mais importante do rizoma talvez seja a de ter sempre múltiplas entradas [...] contrariamente ao decalque que volta sempre ao mesmo” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 22).

No entanto, os teóricos (2000, p. 22-23) questionam se isso não restaura uma visão maniqueísta que opõe o mapa ao decalque, tendo em vista as seguintes dúvidas-constatações: “Não é próprio do mapa poder ser decalcado? Não é próprio de um rizoma cruzar as raízes, confundir-se às vezes com elas?” Concluem, com isso, que é uma questão de método: “é preciso sempre projetar o decalque sobre o mapa”. Apesar da constatação, Deleuze e Guattari afirmam que o decalque reproduz somente “os impasses, os bloqueios, os germes de pivô ou os pontos de estruturação” do mapa ou do rizoma.

Por tudo que foi dito sobre o decalque, sobre a impossibilidade de evitar o decalque, é que os autores conduzem a discussão para uma solução desse impasse, a de sempre ressituar o decalque sobre o mapa e, com isso, voltar a trabalhar com as multiplicidades que percorrem as linhas de fuga. Os autores observam que “muitas pessoas têm uma árvore plantada na cabeça, mas o próprio cérebro é muito mais uma erva do que uma árvore. ‘O axiônio e o dentrito enrolam-se um ao redor do outro como a campanulácia² em torno de espinheiro com uma sinapse em cada espinho³” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 25).

A árvore ou raiz, segundo Deleuze e Guattari (2000, p. 27), inspiram uma triste imagem do pensamento que imita incessantemente o múltiplo partindo de uma unidade superior, de um centro ou de um segmento. A estes sistemas centrados são propostos sistemas

² Segundo Michaelis *on-line* (2010): *sf pl Bot Família (Campanulaceae)* da ordem das Campanuladas, composta quase só de ervas, com poucas espécies subarbustivas, arbustivas, trepadeiras e arborescentes, em geral lactíferas, com vasos articulados, folhas alternantes, simples, inteiras ou, finalmente, serradas, fendidas até lobadas, nunca compostas, sem estípulas.

³ Referência dos autores: Steven Rose, *Le cerveau conscient*. Ed. Du Seuil, p. 97, e sobre a memória, pp. 250 sq.

a-centrados, nos quais os elementos envolvidos são todos intercambiáveis, isto é, “o resultado final global se sincroniza independente de uma instância central”. Os teóricos salientam que “para os enunciados como para os desejos, não é nunca reduzir o inconsciente, interpretá-lo ou fazê-lo significar segundo uma árvore. A questão é *produzir inconsciente* e, com ele, novos enunciados, outros desejos: o rizoma é esta produção de inconsciente mesmo” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 28).

O discurso chega novamente em um impasse, de que o rizoma possui sua própria hierarquia, pois não existe, segundo os autores, esse dualismo do bom e do mau, nem mistura ou síntese. O que existem são “nós de arborescência nos rizomas, empuxos rizomáticos nas raízes” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 31). Ressaltam que se trata de um modelo que não para de se entranhar, um processo que não para de se alongar, de se romper e de se retomar.

“Problema de escrita: são absolutamente necessárias expressões anexatas para designar algo exatamente” (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p. 32). Partindo dessa premissa, tentou-se sintetizar o discurso dos autores das principais características do rizoma e fazer um paralelo com o produto do projeto em questão que, de (in)certa forma, alcançou o conceito de rizoma por alguma ruptura precedente, assim como foram acontecendo as demais linhas de fuga durante o projeto.

Segundo Deleuze e Guattari (2000, p. 32-33), o rizoma conecta pontos quaisquer e cada linha não remete necessariamente a linhas de mesma natureza, uma vez que os desvios podem ser maiores ou menores; ele é formado de dimensões ou direções movediças, não de unidades; “ele não tem começo nem fim, mas sempre um meio pelo qual ele cresce e transborda”; ele é feito somente de linhas (de segmentaridade, de estratificação, de fuga ou de desterritorialização); ele é antigenealogia; “é uma memória curta ou uma antimemória”; “o rizoma procede por variação, expansão, conquista, captura, picada”; ele é oposto ao decalque, pois “se refere a um mapa que deve ser produzido, construído, sempre desmontável, conectável, reversível, modificável, com múltiplas entradas e saídas, com suas linhas de fuga [...] são os decalques que é preciso referir aos mapas e não o inverso”; o rizoma é um sistema a-centrado não-hierárquico e não significante; o rizoma permite todo o tipo de devir.

Uma característica que deve estar presente no livro-objeto-que-deseja são os platôs, Deleuze e Guattari (2000, p. 33) sublinham que “um rizoma é feito de platôs”. Os platôs se diferenciam dos capítulos, pois não possuem hierarquização dos apontamentos, nem mesmo possui pontos culminantes ou de conclusão. Segundo os teóricos, os platôs se comunicam por

argumentos a favor dos sentimentos do homem”, “numerosos são os sentimentos que não existem (socialmente) por falta de argumentos”. Ponge ainda suspeita que isso pode ser a fonte para sentimentos ainda desconhecidos.

Por fim, tomou-se como referência o “paradoxo da regressão ou da proliferação indefinida”, que implica uma regressão infinita do pressuposto, o que em análise é testemunha de uma impotência em dizer ao mesmo tempo alguma coisa e seu sentido, assim como do poder infinito de falar sobre as palavras. Pois, segundo Deleuze (2007), ao mesmo tempo em que não se diz o sentido do que é dito, paradoxalmente se pode assumir o sentido do que foi dito como objeto de uma segunda proposição, da qual também não se diz o sentido.

O sentido, portanto, se relaciona com uma proliferação infinita das entidades verbais – para cada sentido, existe outro, o que desencadeia uma regressão indefinida: o excesso que remete à própria falta. Com isso, acredita-se que o livro-objeto-que-deseja possa ser resumido com as seguintes questões: O que o livro é? Um objeto que deseja. Como o livro é? Três meios. Qual seu nome? Começos-Meios-Fins. Como o nome é chamado? Mandíbula Sonâmbula Perambula.

Etc.

BIBLIOGRAFIA

CHALHUB, Samira. *Funções da Linguagem*. São Paulo: Editora Ática, 1990.

DELEUZE, Gilles. *Lógica do Sentido*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol. 1. Tradução de Aurelio Guerra Neto e Celia Pinto Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2000.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol. 4. Tradução de Suely Rolnik. São Paulo: Ed. 34, 2002.

PONGE, Francis. *O Partido das Coisas*. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda, 2000.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Além do arco-íris: uma interpretação do símbolo do movimento LGBT

Antonio Claudio Engelke Menezes Teixeira

PUC-Rio

antonioengelke@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Além do arco-íris: uma interpretação do símbolo do movimento LGBT

Antonio Claudio Engelke Menezes Teixeira
Doutorando em Ciências Sociais pela PUC-RJ

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo propor uma interpretação para a bandeira que no mundo foi adotada como símbolo do movimento das lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros (LGBT), o arco-íris. Visto com cuidado, o arco-íris revela-se inscrito no âmbito das lutas políticas LGBT: suas propriedades simbólicas não poderiam mais ser adequadas à luta travada contra o conservadorismo que insiste em enxergar o homossexualismo como algo anti-natural e moralmente sujo.

Palavras-chave: Movimento LGBT, Direitos, Arco-íris

Abstract

In this essay I shall examine the symbolic power of the “rainbow flag”, the internationally acknowledged symbol of the lesbian, gay, bisexuals and transgender (LGBT) movement. My main goal is to interpret the “rainbow flag” as a useful political tool in the struggle against LGBT critics, especially conservatives that insists on seeing them as anti-natural and/or morally filthy.

Keywords: LGBT Movement, Rights, Rainbow Flag

Além do arco-íris: uma interpretação do símbolo do movimento LGBT

Este trabalho é principalmente um livre exercício de interpretação. No que se segue, pretendo argumentar que a bandeira do arco-íris – adotada no mundo todo pelo movimento das lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros (LGBT) –, não é mero símbolo com propriedades estéticas a serem consumidas apenas no olhar, e sim uma “arma” adequada aos objetivos políticos perseguidos por tal movimento. Contudo, antes de avançar minha interpretação acerca das qualidades simbólicas do arco-íris, e de inscrevê-las na pauta da principal batalha política travada por homossexuais, farei um breve comentário sobre o direito à união civil entre pessoas do mesmo sexo. Para tanto, discutirei a importância da luta travada dentro dos aparelhos burocráticos do Estado pela legalização das uniões homossexuais, luta esta que é vista com ceticismo por intelectuais simpáticos à causa LGBT. Com isso, pretendo contextualizar, ainda que superficialmente, um pouco da atmosfera política que atravessa as questões relativas ao universo LGBT. Creio que tal contextualização é em alguma medida necessária ao cerne do presente trabalho, qual seja, minha afirmação de que as propriedades simbólicas do arco-íris formam uma resposta certa contra aqueles que tendem a enxergar o homossexualismo como algo anti-natural e moralmente sujo.

I. Família e casamento *gays*

O movimento LGBT começou a ganhar força numa época em que o arranjo da estrutura conjugal modificava-se sensivelmente. A emancipação profissional da mulher, a introdução de modernos métodos contraceptivos que transformaram a fecundidade feminina num cálculo, a contabilidade do prazer tendo o orgasmo por unidade de medida, a substituição do ideal de casamento lastreado no amor romântico por um ideal mais pragmático de união de dois projetos de vida: tudo somado, diz-nos Michel Bozon “passou-se de uma definição institucional do casal a uma definição subjetiva e intersubjetiva, que coloca a relação sexual em primeiro plano” (2004: 49). O casamento e

a família foram gradualmente perdendo força e alcance como instâncias doadoras de sentido à existência do indivíduo. Para este indivíduo – um sujeito cada vez mais narcisista, senhor único de sua trajetória e existência (Breton, 1997) –, a experiência da sexualidade transformou-se numa espécie de linguagem fundamental do relacionamento a dois.

A busca pela legalização formal da união civil entre pessoas do mesmo sexo emergiu dentro deste contexto. Há bastante controvérsia a respeito da validade desta reivindicação; a dúvida é se o reconhecimento do Estado deveria ser um objetivo a ser ativamente perseguido, ou se, ao contrário, esta busca por reconhecimento já não seria uma forma de esvaziar o movimento LGBT de seu caráter contestador e transgressivo. “Como damos o poder de reconhecimento ao Estado”, indaga Judith Butler, “no momento em que insistimos que somos irrealis e ilegítimos sem ele? Existem outros recursos pelos quais podemos nos tornar reconhecíveis ou nos mobilizar para desafiar os regimes existentes nos quais os termos de reconhecimento ocorrem?” (Butler, 2003: 239). No mesmo diapasão, Richard Miskolci argumenta que

A luta pela parceria civil fez com que gays e lésbicas apelassem ao Estado em busca da proteção que ele nega ou que só concederá através de um enquadramento significativo desses grupos. A relação com o Estado ameaça esvaziar o potencial de crítica da ordem social que caracterizava segmentos do movimento gay e lésbico, pois a redução da luta política ao léxico socialmente oferecido torna seus componentes reféns de formas coletivamente prescritas de comportamento. O reconhecimento legal das vidas sexuais de casais formados por pessoas do mesmo sexo torna “respeitáveis” somente aqueles que se igualam ao modelo heterossexual monogâmico estável (Miskolci, 2007: 122-123).

Em outras palavras, a demanda pelo reconhecimento legal da parceria civil homossexual já está inscrita dentro do vocabulário hegemônico; assim fazendo, subscreve-o. Isto seria o suficiente para “domesticar” o movimento LGBT, e fazer cair por terra o verdadeiro objetivo de sua luta, o reconhecimento pleno da diferença. Lidos em conjunto, Butler e Miskolci parecem afirmar que se a luta é pelo reconhecimento da diferença, então o esforço para aderir aos padrões hegemônicos de igualdade não faz sentido. Ambos partem do princípio de que a garantia da igualdade – expressa no direito que as relações entre casais homossexuais teriam de ser reconhecidas, por lei, como idênticas à de qualquer casal heterossexual –, garantia esta que só pode ser perseguida no interior da estrutura hegemônica da sociedade, caminha na contramão do reconhecimento

da diferença.

Tal argumento transpira a ânsia por revolução, não por reforma. O equívoco está em considerar que a busca por igualdade é antitética ou prejudicial ao reconhecimento da diferença; na verdade, aquela é um degrau, um estágio necessário para a obtenção desta. O primeiro ponto a se considerar é que, na prática, o reconhecimento *incondicional* da diferença é uma impossibilidade. Pois como reconhecer algo que não tem visibilidade? Se o que se deseja é reconhecimento, então uma espécie de permissão silenciosa que confina a prática homossexual ao limite da porta de casa não basta. O movimento LGBT não teve outra opção senão se fazer visível, ganhando as ruas e estendendo sua luta à esfera pública. Porém, note-se: numa época em que o conceito mesmo de família encontrava-se em crise (Sennett, 1999), a demanda política LGBT parecia ir contra a corrente, pois reclamava o exercício de um direito cada vez mais desprezado (o registro legal do matrimônio é cada vez mais visto como uma burocracia vazia de sentido). Ao erguer vozes para reclamar o direito à união civil, ainda que em bases inéditas, o movimento LGBT está atestando publicamente a importância da formalização do aspecto contratual na relação de um casal.

Há uma dimensão moral na luta política por visibilidade que não pode ser desprezada. Senão, vejamos: uma vez formalmente reconhecida a igualdade entre casais hetero e homossexuais, o preconceito contra estes perde seu suporte institucional, uma das razões de sua força; não encontrando mais respaldo nas leis que regulam a vida em sociedade, a discriminação fica restrita aos olhos de cada um. Em outras palavras, *a legalidade juridicamente assegurada às relações homossexuais retira do preconceito e da discriminação seu fundamento objetivo e “legítimo” na sociedade, deslocando-os a uma posição exclusivamente individual e, aí sim, inapelavelmente subjetiva, o que é suficiente para enfraquecê-los em alguma medida.* O preconceito e a discriminação não perdem sua razão de ser – a moral conservadora continuará achando a relação homossexual algo deplorável e pervertido –, mas perdem aquilo que lhes garantia alguma “legitimidade” (as aspas aqui importam). Quando a lei assegura aos casais homossexuais direitos idênticos aos heterossexuais, a relação de constrangimento se inverte: a homossexualidade ganha o espaço público, e sua condenação fica restrita ao âmbito privado.

No fundo, a revolução que Butler e Minskolci desejam ver realizada é de cunho moral: a sociedade, sem a intermediação do Estado, abandonaria o ideal burguês de família heterossexual como o único regime afetivo legítimo. Não é uma revolução impossível, e talvez chegue mesmo o dia em que ocorra. Mas, se acontecer, não terá sido em função de um surto de progressismo e tolerância, a súbita aceitação da diferença por parte da maioria da sociedade. Será antes o desfecho de um longo processo de luta, de reformas progressivas que, questionando a coerência do sistema jurídico, igualando os direitos de casais hetero e homossexuais, e invertendo a mão do constrangimento social a que estes últimos estiveram expostos, foram aos poucos favorecendo o desenvolvimento de uma atitude e uma moral mais progressista e tolerante. Quando este dia chegar, é provável que se diga que a batalha na esfera moral começou a ser travada, e vencida, já nos termos em que a ação política foi levada a cabo.

II. Natural, universal, inofensivo: uma interpretação do arco-íris gay

As demandas políticas do movimento LGBT encontram-se em estágios muito diferentes no mundo todo. No entanto, e isso sem dúvida é bastante significativo, em qualquer país, em qualquer cultura, sob quaisquer circunstâncias políticas ou religiosas, as cores do arco-íris representam o movimento LGBT. Mas por que um arco-íris? A resposta começa por reformular a pergunta: “Por que o arco-íris e não um outro símbolo, como o triângulo rosa ou o lambda (letra grega equivalente ao ‘L’)?” O triângulo rosa, insígnia que marcava os uniformes dos prisioneiros homossexuais dos campos de concentração da Alemanha nazista, esteve desde então associado à causa *gay*; o lambda, referência à bandeira de um batalhão do exército grego composto exclusivamente por amantes *gays*, chegou a ser eleito símbolo do movimento pelo *New York Gay Activist Alliance* em 1970. Ambos expressavam um importante aspecto da identidade homossexual, qual seja, seu caráter de luta, de resistência à opressão – e, talvez justamente por isso não tenham vingado como símbolo universal do movimento.

O triângulo rosa traria sempre implícito os horrores do holocausto, toda a traumática experiência a ele relacionado; o lambda evocaria, ainda que de forma menos evidente, a lembrança dos sacrifícios que envolvem qualquer guerra. Ao se aferrarem o

passado, ambos deixavam de captar ou sintetizar as possibilidades de um futuro otimista que o presente (estamos falando dos anos setenta) já permitia vislumbrar. Pois a memória de que eram portadores fixava uma imagem já cada vez menos nítida que, apagando-se, tendia a desaparecer; e isso ao mesmo tempo em que outra imagem surgia, assumindo novos contornos e um colorido inédito: a imagem da liberação homossexual. O anacronismo revela-se ainda maior se considerarmos que uma bandeira, para tomarmos de empréstimo as idéias de Pierre Nora (1993), é também um “lugar de memória”, e a

razão fundamental de ser de um lugar de memória é parar o tempo, é bloquear o trabalho do esquecimento, fixar um estado das coisas, imortalizar a morte, materializar o material para – o ouro é a única memória do dinheiro – prender o máximo de sentido num mínimo de sinais, é claro, e é isso que os torna apaixonantes: que os lugares de memória só vivem de sua aptidão para a metamorfose, no incessante ressaltar de seus significados e no silvado imprevisível de suas ramificações.” (Nora, 1993: 16).

A sobrevivência pela “aptidão para a metamorfose”: para ser aceito e reconhecido como tal, o símbolo do movimento homossexual precisaria reter algo que comportasse um pertencimento mais amplo que apenas aquele estacionado historicamente. Precisaria também expressar a singularidade única do momento e do porvir – o tão esperado *coming out* (“sair do armário”), que, afinal, se começava a vivenciar.

Então a novidade: uma bandeira com as cores do arco-íris, criada em 1978 pelo norte-americano Gilbert Baker, e exibida pela primeira vez durante a *San Francisco Gay and Lesbian Parade* daquele ano. Havendo buscado inspiração na estética hippie, Baker pretendeu que cada cor representasse um aspecto diferente da vida *gay*. Rosa para o sexo, vermelho para o fogo, laranja para a cura, amarelo para o sol, verde para a natureza, azul turquesa para a arte, azul índigo para a harmonia, violeta para o espírito. Reconhecido pelo *International Congress of Flag Makers*, o arco-íris estava destinado a representar os homossexuais praticamente no mundo inteiro.

O movimento LGBT tomou impulso a partir dos anos setenta, década que foi marcada por efervescência cultural e inovações estéticas. Seria natural que o movimento escolhesse para sua bandeira um símbolo totalmente original. O horizonte estava aberto, e os *gays* bem poderiam se sentir representados por um símbolo que denotasse a novidade que traziam a público, que fizesse referência a aura vanguardista que os caracterizava. Mas ocorreu justo o oposto: o movimento LGBT se apropriou da imagem de um fenômeno natural, mais antigo que o próprio Homem. O arco-íris – adotado por aceitação

espontânea, não por eleição “oficial” – foi o suporte imagético adequado para o momento do *coming out*, a representação perfeita para a novidade que a explosão da homossexualidade fazia circular.

Minha hipótese é a de que a adoção do arco-íris pela comunidade *gay* se deu (inconscientemente) em função de seus três principais atributos simbólicos, a saber, seu caráter *natural, universal e inofensivo*. Natural, pois trata-se de um fenômeno da natureza; universal, porque, como fenômeno da natureza, ocorre no mundo todo; e inofensivo porque o arco-íris é compreendido, salvo raras exceções, da mesma maneira, isto é, como uma imagem que transmite uma sensação de paz, alegria e leveza.

Poder-se-ia pensar no arco-íris como uma metáfora da condição homossexual. Afinal, trata-se de um fenômeno algo raro, destes que se não vêem todos os dias, posto que depende da interação entre dois elementos que, em regra, são mutuamente excludentes, e que apenas eventualmente sobrepõem-se. Mas um fenômeno que, por incomum, atrai para si bastante atenção: olhares, dedos apontando a direção onde avistá-lo. Contudo, o ponto que merece exame mais detalhado é outro. Visto com cuidado, o arco-íris revela-se inscrito no âmbito da luta política empreendida pelo movimento homossexual. Uma arma simbólica de peso: a escolha de um *fenômeno natural* como a imagem que representa os homossexuais é, em si mesma, um contra-ataque ao principal pilar da condenação moral que historicamente lhes foi imposta: a de que uma relação entre pessoas do mesmo sexo seria como que um pecado dentro do pecado, uma aberração que atentaria contra a própria *natureza humana*. Para se ter uma ideia da força de tal condenação, até meados do século XX era possível encontrar códigos penais que proibiam intercursos homossexuais por julgá-los “atos contra a natureza” (Pollack, 1985).

Delicadamente – a sutileza às vezes é a melhor ferramenta da eficiência –, o arco-íris associa natureza e homossexualidade, contribuindo assim para desarticular a condenação de cunho religioso. É a resposta certa para um de seus maiores adversários, pois

não há dúvida de que o aparecimento de uma moral sexual rigorosa, apoiada em uma concepção filosófica do mundo como o cristianismo a desenvolveu e vem mantendo até os nossos dias, favoreceu uma definição mais estrita de “sodomia”: mas esse termo, ditado pelo comportamento dos homens de Sodoma na Bíblia, designa tanto uma relação contra a natureza (*more canun*) quanto o *masculorum concobitus*, também considerado contra a natureza. (Ariès, 1985: 80).

É contra esta idéia que o arco-íris nas bandeiras *gays* se bate, mesmo que veladamente. E o faz sempre da mesma forma – o que nos remete ao segundo ponto, sua universalidade. O arco-íris tem a vantagem de não requerer qualquer tipo de explicação para se fazer entender de maneira razoavelmente uníssona em todo o mundo. O argumento talvez fique mais claro fazendo-se a seguinte pergunta: se o movimento LGBT houvesse criado um símbolo inteiramente novo para si, como seria seu entendimento e aceitação nas diversas culturas com os quais teria que interagir? O arco-íris, se não chega a suprimir este problema, certamente ajuda a minorá-lo. É provável que o arco-íris tenha, em certas culturas, significados particulares, diferentes dos que estamos acostumados. Mas, e isto é o que importa, a *sensação* que ele transmite dificilmente irá variar de forma significativa: a idéia de que se possa interpretá-lo como algo triste e ameaçador não parece plausível, ainda que não tenhamos evidências empíricas que a comprovem. Se o arco-íris logrou reunir sob sua imagem homossexuais dos mais diferentes países e culturas, é porque conseguiu fazê-los sentir representados, o que, em se tratando de uma qualidade essencialmente simbólica, não é pouca coisa. Basta lembrar, por exemplo, que os movimentos negro e feminista não possuem uma bandeira unificada, reconhecida no mundo todo. Nesse sentido, empreender batalhas locais afirmando-se universal é um trunfo do movimento LGBT, pois é próprio da política hegemônica ignorar vozes desprovidas de escala, alcance e relevância.

Resta avaliar a última qualidade simbólica do arco-íris *gay*, seu aspecto de inofensividade. Aspecto que é de suma importância, se pensarmos que a parcela mais conservadora da sociedade tende a considerar a homossexualidade como uma afronta ou ameaça à sua concepção de vida, a tudo aquilo que entende por correto e desejável. Como observa Minskolci (2007), há um pânico moral no que diz respeito à homossexualidade, que veicula, entre outras suspeitas e acusações, o fantasma da perversão e da pedofilia. Portanto, para compreender o significado aqui em jogo, é necessário ter em mente que, para pessoas de estatuto moral conservador, a imagem de dois homens ou duas mulheres praticando sexo é sem dúvida algo bastante *agressivo*. E a bandeira que simbolizasse esta opção de comportamento sexual estaria necessariamente representando tais práticas. Aqui, novamente, o arco-íris fenômeno transformado em símbolo revela sua adequação e utilidade: plasmando leveza, absorve e retira o peso, a gravidade e o agressivo das

imagens de contatos *gays* que a moral heterossexual mais conservadora insiste em reter. Dissolvendo em bonitos tons de cores todo o conjunto de experiências que dão forma à vida homossexual, a bandeira a torna mais palatável aos olhos de quem a enxerga somente degradada, subversiva, pervertida. Pois o arco-íris não ameaça, convida; não choca, acalma; não agride, conforta.

Ao associar homossexualidade e natureza, a bandeira do movimento LGBT nos autoriza a parar de observá-la como mero artefato visual, a ser consumido apenas no olhar. Suas qualidades simbólicas revelam-se essencialmente políticas. Isto importa na medida em que as lutas de movimentos sociais são também “guerras de interpretação” (Alvarez, Escobar e Dagnino, 2000), razão pela qual devemos observar-lhes em suas imagens, não apenas para avaliar de que forma elas podem ser apropriadas como também seu poder de criar interpretações. Daí a necessidade de se tentar entender os significados encerrados na bandeira do arco-íris: é a imagem que, ativa ou residualmente, remete à idéia de homossexualidade. O fato de a bandeira do arco-íris haver sido criada sem a pretensão de causar os efeitos que a interpretação aqui exposta supõe existir não esvazia o argumento, muito ao contrário, pois analisá-la enquanto artefato de representação, atentando sobretudo para os significados que podem se desenvolver nas retinas daqueles que a vêem “de fora”, é enxergá-la contra o pano de fundo social sobre qual se move e, em última análise, do qual retira sua força. Numa cultura pós-moderna, onde a vida cotidiana encontra-se estetizada (Featherstone, 1997), ou onde as fronteiras entre imagem e realidade (se é que as há) estão cada vez mais turvas (Baudrillard, 1991), isto não é pouca coisa. Pois se trata de uma cultura profundamente atravessada por imagens, cujos poderes de despertar desejo incidem à revelia de qualquer intenção deliberada; imagens que operam através da lógica da semelhança, movendo-se menos por regras fixas que por memórias deslizantes e incitando menos o afastamento do espectador que seu deslumbre e imersão; imagens que, a um só tempo, representam e são representações, esta ambivalência tão óbvia e tão subestimada.

Performático, o arco-íris *gay* transcende a bandeira, invade nosso domínio visual nas fachadas de bares, boates, restaurantes, bancas de jornal, em adesivos de carros, camisetas, barracas de praia – muito do espaço urbano, enfim – e, o que talvez seja mais importante, vez por outra no próprio céu.

Referências Bibliográficas

ALVAREZ, Sonia, DAGNINO, Evelina, ESCOBAR, Arturo. “Introdução. O cultural e o político nos movimentos sociais latino-americanos”. In: ALVAREZ, Sonia, DAGNINO, Evelina, ESCOBAR (orgs). *Cultura e Política nos Movimentos Sociais Latino-Americanos*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000, p.15-57.

ARIÈS, Phillipe. Reflexões sobre a história da homossexualidade. In: ARIÈS, Philipe, BÉJIN, André (orgs.) *Sexualidades Ocidentais*. São Paulo: Editora Brasilienses, 1985, p.77-92.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Portugal: Editora Relógio D’água, 1991.

BOZON, Michel. *Sociologia da Sexualidade*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

BRETTON, David. *A sociologia do corpo*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007.

BUTLER, Judith. O parentesco é sempre tido como heterossexual? In: *Cadernos Pagu* (21) 2003: pp. 219-260. Campinas-SP, Núcleo de Estudos de Gênero-Pagu/Unicamp. Disponível em: www.scielo.org Acessado em: 3/09/2008.

FEATHERSTONE, M. *Cultura de Consumo e Pós-Modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

MINSKOLCI, Richard. Pânicos morais e controle social. Reflexões sobre o casamento gay. In: *Cadernos Pagu* (28), janeiro-junho de 2007: p.101-128. Campinas-SP, Núcleo de Estudos de Gênero-Pagu/Unicamp. Disponível em: www.scielo.org Acessado em: 3/09/2008.

NORA, Pierre. *Entre Memória e História*. A problemática dos lugares. São Paulo: Projeto História, dezembro de 1993.

POLLACK, Michel. A homossexualidade masculina, ou: a felicidade no gueto? In: ARIÈS, Philipe, BÉJIN, André (orgs.) *Sexualidades Ocidentais*. São Paulo: Editora Brasilienses, 1985.

SENNETT, Richard. *A Corrosão do Caráter*. Conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo. São Paulo: Editora Record, 2005.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

A moda como instrumento de comunicação social

Bárbara Dias Lage e Dijon de Moraes

Universidade do Estado de Minas Gerais - Escola de Design

babidiaslage@yahoo.com.br

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

A MODA COMO INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Bárbara Dias Lage¹

RESUMO

Esse artigo pretende mostrar a interdisciplinaridade da moda no quesito extrapolar as categorias e passar a ser um instrumento de comunicação social e cultural. Será abordado o campo social e antropológico da moda a fim de acrescentar reflexões sobre o aspecto tangível e intangível da moda e o que diz respeito desse novo contexto de representações no qual não somos somente meros expectadores.

ABSTRACT

This article intend to demonstrate the interdisciplinarity of fashion when it extrapolates it's categories and become a an instrument of social and cultural communication. The social and anthropological fields of fashion will be discussed to add reflections on the tangible and intangible aspects of fashion about this new context of representations in which we are not just spectators.

PALAVRAS-CHAVE

Moda, Sociedade, Comunicação.

¹ Aluna bolsista Fapemig da Pós-Graduação Lato Senso em Design, Inovação e Sustentabilidade na Universidade Estadual de Minas Gerais.

INTRODUÇÃO

Desde os anos de 1980, a moda adquiriu a “cultura de projeto” que envolvia as demais áreas do design. A ideia de moda, então, estabeleceu uma relação com seu “alvo” – o corpo – semelhante àquela que o design estabelece com seus objetos específicos. Os estilistas tornaram-se “designers para o corpo”, e as roupas foram então equiparadas a produtos.

A moda hoje é entendida como algo que se encontra em estreita relação com a sociedade. Uma relação não apenas assimétrica e determinista, à qual a moda se configura como um reflexo do social, mas também uma relação em que muitas vezes o que aparece como tendência de moda inspirada pelo social é capaz de reinventá-la. Um processo que segue o curso da própria constituição social, ou seja, de um constante processo de se modificar e convencionar, de criar novas significações e apropriações de contextos já conhecidos.

Seguindo esta ideia, alguns autores oferecem uma interessante abordagem sobre a moda. Segundo Baudrillard (1989), por exemplo, as roupas (assim como os objetos) possuem valor cultural não pela função que possuem. A escolha de certa combinação de acessórios e roupas constituiria um sistema capaz de transmitir uma mensagem ao observador. Sendo a moda determinado uso ou costume em vigor durante alguma época, a história da moda é meio do qual se pode acompanhar a evolução da humanidade no tempo e no espaço. Períodos de guerra, recessão, riquezas, medos e alegrias, tudo é identificado por meio da análise da indumentária. Segundo Maffesoli (1998):

A cultura pode ser identificada de forma precisa, seja por meio das grandes obras da cultura, no sentido restrito do termo, teatro, literatura, música, ou, no sentido amplo, antropológico, os fatos da vida cotidiana, as formas de organização de uma sociedade, os costumes, as maneiras de vestir-se, de produzir, etc. (p. 75)

Seguindo também uma abordagem semiótica em Barthes (1979) é possível perceber a moda na sociedade ocidental como uma espécie de linguagem. As roupas e acessórios são elementos capazes de classificar e marcar as fronteiras sociais das pessoas nos centros urbanos.

A partir dessas definições, vemos que, além de satisfazerem necessidades, os objetos estabelecem e mantêm relações sociais:

Quando se diz que a função essencial da linguagem é a sua capacidade para a poesia, devemos supor que a função essencial do consumo é a sua capacidade de dar sentido. Esqueçamos da idéia da irracionalidade do consumidor. Esqueçamos que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar; esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar a idéia de que as mercadorias são boas para pensar: tratemô-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar. (Douglas, 2006, p. 108)

Dessa maneira, o consumo, e incluo aqui a moda, é capaz de classificar e mesmo conferir sentido às relações sociais, ao mesmo tempo em que é construído em relação íntima com algo que é propriamente social.

DESENVOLVIMENTO

A moda como linguagem

A indumentária, muitas vezes, é reduzida à idéia simplória de vestuário. No entanto, sua linguagem é um conjunto constituído por roupas, calçados, bolsas e acessórios. Cada adereço tem sua própria significação e esses itens, quando somados, resultam no look, o aspecto exterior do indivíduo, passando assim de seu aspecto tangível para o intangível. Esse é o discurso da indumentária. A aparência de uma pessoa expressa à outra, com a qual deseja se comunicar, informações sobre sua identidade.

A moda, de acordo com Barthes (1979), se configura como sistema de signos. O vestuário seria tanto iconológico, o que diz respeito à imagem, como também verbal, o que implica na descrição em palavras da peça de roupa. O tipo de imagem que o vestuário transmite é plástica, sendo sensível aos olhos pelas formas, cores, cortes, linhas e superfícies (Barthes, 1979). Nesse sentido, o *vestuário-imagem*, situado no nível da forma, e o *vestuário-palavra*, constituem estruturas de distintas difusões de significados (Barthes, 1979, p. 4-5).

A imagem de uma coleção de moda, ao contrário das palavras, fixa um número infinito de interpretações. No entanto, ao ser descrita em revistas especializadas pelos membros do vasto mercado da moda, a imagem vem relacionada à legenda que é capaz de fixar um significado através das palavras. Além disso, as coleções vêm associadas a certas descrições que pretendem firmar o significado de cada estação do ano (Barthes, 1979).

Uma das estruturas do vestuário, a tecnológica, constitui o *vestuário real*. A estrutura tecnológica não passa de traços diversos de fabricação e seu fim materializado (Barthes, 1979, p. 5). A peça e sua produção constituem a “língua-mãe”, enquanto a imagem e a palavra são “línguas derivadas” (Barthes, *idem*).

Nesse sentido, a moda se torna real aos indivíduos na medida em que é capaz de significar algo de forma finita (Barthes, 1979, p. 263). Assim, “a moda aparece (...) como um sistema de significantes, uma atividade classificadora, uma ordem bem mais semiológica que semântica” (Barthes, 1979, p. 264). Sugere-se então que esses três níveis são apropriados pelos produtores de moda para transmitir a sua mensagem aos indivíduos.

Barthes (1964) considera a moda um dos objetos de reflexão da Semiologia. Sendo a Semiologia, para o mesmo autor, todo sistema de signo mediado pela linguagem abrangendo as linguagens verbais e não-verbais. Assim é interessante notar o discurso da moda. Para tal ciência, o vestuário é considerado uma forma de expressão, embora de caráter visual. De forma contrária ao que ocorre na linguagem falada e escrita, a “língua” do sistema da moda não é fruto de um contrato coletivo com participação de toda a sociedade. Nesse caso, um grupo restrito de pessoas decide o que será a “língua” e o consumidor elabora sua fala dentro das opções oferecidas.

Parafraseando Baudrillard, os objetos são usados para conferir sentidos através da relação que estabelecem com as pessoas; o que é consumido não são os objetos em si, e sim a relação significativa que são capazes de instaurar (Baudrillard, 1989, p. 207).

Nesse contexto falar da indumentária somente como vestuário é uma simplificação arbitrária. O conjunto de peças do vestuário é constituído por roupas, calçados, chapéus, acessórios e bolsas, mas também por um conjunto de signos embutidos em cada peça formando uma linguagem. Cada item tem seu próprio significado e quando juntos em um indivíduo forma o look, que é um conjunto de informação que o indivíduo escolhe para melhor transmitir a mensagem que pretende passar.

Para que o discurso da moda aconteça, é necessário que os símbolos e as mensagens aconteçam em um determinado tempo e espaço para que sejam compartilhadas e assim ter um significado real.

A moda, aqui sugerida como linguagem, é fruto de uma convenção onde a todos participam com o objetivo de comunicar.

Para Baudrillard (1972) a circulação, a venda e a aquisição de bens e de objetos/signos é uma linguagem e um código, cujo intermédio a sociedade se comunica e fala. Fernandes (2005, p.8) considera a moda como um bem simbólico, um produto gerado pela lógica industrial e inserido na indústria cultural, por meio do consumo.

Alguns exemplos que ilustram a teoria é o trabalho dos figurinistas. O figurino é um tipo de vestuário que tem além de transmitir a personalidade do personagem, tem também que mostrar uma determinada época, um contexto, uma emoção. O figurinista tem que ter grande conhecimento da moda e de seus símbolos para que com cores, texturas e formas ele possa comunicar.

Outros exemplos de vestuário como elementos de simbolismo são personagens identificáveis pelo seu figurino como os super heróis (Super-Homem, Homem-Aranha, Batman) personagem de contos infantis (Branca de Neve, Chapéuzinho Vermelho, Peter Pan) os profissionais com o uso dos uniformes (bombeiro, policial, médico) e até a fé com as indumentárias características.

A cultura do corpo na moda

Os atos de se vestir e se adornar, principalmente ao estar nas ruas, demonstram o desejo de colocar o corpo em evidência, de se distanciar do anonimato e se afirmar como pessoa. A indumentária constrói o corpo, e essa situação revela que o vestuário adquire, além do valor prático e necessário, um valor estético, agregando valores que transcendem os do mero prazer e vaidade.

Um corpo exposto abre espaço a discussões teóricas relevantes porque, no contexto da moda, o corpo é um manequim cuidadosamente ornado para ser exibido. Na cultura contemporânea, corpo e moda se unem, são dimensões inseparáveis para se compor uma identidade. Qualquer transformação possível sobre o corpo é geradora de significações. Segundo Maffesoli, os corpos são cultural e socialmente fabricados para serem vistos, pode-se dizer que o corpo é “teatralizado” para ser exibido em espetáculo, gerando comunicação.

A moda possibilita ao indivíduo “protagonizar” diversos papéis sociais, de acordo com os ambientes e as situações nas quais ele está inserido. E isso, indiscutivelmente, contribui para

que a moda se mostre como um dos elementos de estratégia de promoção individual na sociedade, condizente ao sistema de visibilidade que o indivíduo exprime num certo contexto.

Na tentativa de tornar o corpo palco de um discurso, os indivíduos utilizam o sistema da moda para estruturar sua apresentação pessoal. O corpo se depara na mídia com um vasto espaço no qual representações a seu respeito são amplamente construídas e reproduzidas. Anúncios publicitários, textos jornalísticos, fotos e ilustrações na televisão, na internet e na mídia impressa veiculam discursos, vozes sobre o corpo e sobre como ele é visto, desejado, vendido.

Na mídia impressa, as capas de revistas são síntese de representações, de imaginários, explorando largamente o corpo feminino. A sociedade contemporânea com sua cultura de consumo parece atribuir aos indivíduos a responsabilidade pela plasticidade de seu corpo.

Moda é atitude, expressão e comunicação. As várias “tribos” se misturam e configuram o corpo contemporâneo. Os indivíduos se unem não apenas por idéias em comum, mas por maneiras de conceber e construir suas individualidades. A sociedade contemporânea utiliza da diversificação de adereços e apetrechos para significar o corpo como um sistema de códigos. E esse sistema molda a sociedade de consumo, e graças a ela é possível analisar e entender as particularidades psicológicas dos indivíduos pós-modernos.

O consumo e a globalização na moda

A contemporaneidade se encontra num estágio globalizado de superestimulação do consumo. Santaella (2004, p. 115) considera que materialmente a moda é resultado explícito do capitalismo – não há moda em um mundo em que as coisas duram. Para que exista a moda, há que existir a efemeridade das coisas, a ausência de uma “aura” sagrada que impossibilite a renovação.

Num mundo globalizado, as pessoas são expostas a um vertiginoso fluxo de informações, criando cidadãos que, eventualmente, se sentem mais identificados com o mundo externo do que com o próprio país. Essa impressão do mundo e de nossa inserção nele, conforme Ismar de Oliveira Soares (1996, p. 28), acarreta um sentimento contraditório de solidão e ameaça da identidade pessoal.

Inicialmente vista como um sistema-mundo de produção de bens e materiais, a globalização abocanhou também a produção de bens simbólicos. As mídias não trazem somente informações, mas também promovem estilos de vida, modos de vestir, de pensar e de viver. A marca da civilização mundial é o estágio em que nossa cultura se encontra, como designou Ramonet, diretor da revista francesa *Le Monde Diplomatique*, a “ditadura do pensamento único”, uma doutrina viscosa que envolve a todos. (*apud* Soares 1996, p. 11).

Neste contexto, o crescente fortalecimento dos sistemas de comunicação controlado por alguns grupos levou a uma “universalização do marketing” (Soares, 1996, p. 23). A moda é um fenômeno social-cultural e por sua vez universalizante, que carrega em si diferenças e particularidades locais expressas em vestuários e acessórios. Os meios de comunicação são responsáveis pela veiculação da informação de moda e globalizam culturas, promovendo a hegemonia cultural.

Nesse cenário do hiper-consumo aliado à era da informação é fácil perceber o fenômeno que se instaura. A revolução é frenética, o sistema cada vez mais rápido e o indivíduo não é somente um expectador, ele também se modifica e se reinventa acompanhando o ritmo. Hoje mais do que nunca somos múltiplos.

De acordo com Maffesoli a cultura de massa desencadeia o vai-e-vem de valores e possibilidades das *personas*, ocorrendo assim, o *travelling* (mudanças das máscaras, concepções e valores de forma rápida, instantânea) entre tribos e grupos.

Assim é iniciado um ciclo, onde há necessidade de mudança no vestuário para acompanhar uma sociedade tão mutante e um super estímulo do consumo pelo mercado resultante de uma sociedade capitalista. É importante ressaltar que essa mesma sociedade é classificada como sociedades da imagem, onde reforça ainda mais a necessidade da afirmação da personalidade e sua comunicação.

A sociedade da imagem

As sociedades contemporâneas são tidas como sociedades da imagem, mas mais que isso, somos sociedades das imagens clichês, como afirmou Deleuze. A experiência-mundo nos mostra que a imagem é parte integrante do nosso modo de perceber, pensar e de sentir a vida,

ao invés de falar de um mundo desrealizado, de simulacros. É a não representação do mundo, uma não-experiência de segunda ordem.

Apesar de existir a ideia de que toda imagem é simulacro e que a experiência dos sentidos é enganosa, a modernidade instituiu a razão como única possibilidade de chegar a totalização, a unidade, fazendo com que a contemporaneidade viva a razão como uma possibilidade de invenção de mundos.

Segundo Stefani (2005) a imagem que o indivíduo tem de si e que pretende expor é motivadora do consumo. A escolha de compra pode ser motivada pelo envolvimento do indivíduo em torno da adoção de produtos como símbolos capazes de expressar um autoconceito.

Nesse sentido é um exemplo interessante a participação das Griffes. O uso de grandes marcas extrapola os rótulos das categorias da indumentária sendo usadas por sua imagem a fim de ilustrar um estilo de vida. As grandes marcas estão associadas ao mercado do luxo indicando o padrão de vida e diferenciação de classes sociais.

O reconhecimento do valor simbólico de bens e serviços é o caminho para a criação de atitudes positivas em relação a produtos, a marcas e lojas que expressam os valores individuais das pessoas. Todo o objeto comercial tem caráter simbólico; fazer compras envolve a avaliação do seu simbolismo, para decidir se é ou não adequado ao seu comprador (MIRANDA et al.)

Do mesmo modo que a moda expressa o indivíduo, conta sobre sua personalidade, humor, ideais e crenças, ela também pode funcionar como um simulacro. A criação de marcas falsificadas de grandes griffes trabalha para uma parcela de mercado que não faz parte da fatia rica que pode pagar mais caro por um acessório de griffe. Os indivíduos que consomem os produtos falsificados usam a moda a fim de transmitir algo que elas almejam ser. É importante ressaltar que esse consumo é de significado social possibilitando a integração e a aceitação desses indivíduos em determinados contextos.

CONCLUSÃO

A roupa é um instrumento de comunicação. Ela pode comunicar o gênero, faixa etária, estilo, postura cultural, visão política, entre outras mensagens. A forma com que um sujeito se apresenta à sociedade transmite uma mensagem sobre sua individualidade.

A sociedade contemporânea é denominada por alguns estudiosos como sociedade da imagem, e esse conceito não é sem profundidade. A imagem, em seus diversos formatos, se baseia na representação da vida. Ela comunica, informa, mas é importante dizer que a via não é de mão única.

Nesse sentido o pensar da moda, mais do que um simples estudo de tendências de vestuário, é um pensar sobre o comportamento humano que se desdobra em estratégias mercadológicas através dos meios de comunicação.

BIBLIOGRAFIA

BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1989.

BARTHES, Roland. *Sistema da Moda*. São Paulo: Ed. Nacional; Ed. USP, 1979.

CALANCA, Daniela. *História Social da Moda*. São Paulo, Editora Senac, 2008.

CARNEIRO, Carolina Monfroni. *A produção de moda na publicidade*. Florianópolis, 2000.75 - 33p. Monografia (Graduação em Moda e Estilismo). Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.

DELEUZE, Gilles. *A imagem tempo: cinema 2* (E. A. Ribeiro, Trad.). São Paulo, Brasiliense. 1990

DOUGLAS, M. ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

SANTAELLA, Lúcia & NOTH, Winfried. *Comunicação e Semiótica*. São Paulo Ed. Hacker, 2004.

SEMENIK, Richard; BAMOSSY, Gary J. *Princípio de marketing: uma perspectiva global*. São Paulo: Makron Books, 1995.

STEFANI, Patrícia da Silva. “Moda e Comunicação: a indumentária como forma de expressão”. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 2. sem. 2005, 90 fl. Monografia de Graduação em Comunicação Social.

SOARES, Ismar de Oliveira. *Sociedade da informação ou da comunicação?* Vargem Grande Paulista: Cidade Nova, 1996.

VANDRESSEN, Monique e LUZ, Carolina. *A comunicação e a moda na imprensa brasileira no século XX*. <http://www.ceart.udesc.br/revista/> Acesso em 23/12/2010.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Branding e o Poder dos Sentidos

Bernadete Teixeira e Raquel Canaan

Universidade do Estado de Minas Gerais

raquel.pcanaan@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Branding e o Poder dos Sentidos

Teixeira, Maria Bernadete; Msc; Universidade do Estado de Minas Gerais
teixeira.berna@gmail.com

Canaan, Raquel P.; Universidade do Estado de Minas Gerais
raquel.pcanaan@gmail.com

Resumo

A atividade de design é amplamente influenciada pelo comportamento da sociedade. Por incluir a capacidade de perceber e interpretar potenciais técnicos e expectativas sociais, projetando-os em novas soluções, à medida que mudam os valores da sociedade, muda também sua abordagem.

O direcionamento comportamental da sociedade atual caminha para a conscientização ambiental, que desperta no indivíduo a busca por suas raízes e pela preservação do local onde vive, através de uma relação emocional. Esse cenário envolve os conceitos de sustentabilidade, territorialidade e perceptualidade através da emoção, que estão sendo amplamente utilizados como ferramenta estratégica na concepção de produtos. O objetivo deste artigo é expôr o uso dos sentidos como estratégia de branding e desenvolvimento de produtos.

Palavras chave: design, branding, poder dos sentidos

Abstract

The design activity is influenced by the behavior of the society. It includes the capacity to perceive and interpret technician potentials and social expectations, projecting them in new solutions, as society values changes, also changes its approach.

The behavioral targeting today's society is headed for environmental awareness, which awakens the individual to search for his roots and the preservation of where they live, through a very emotional relation. This scenario involves the concepts of sustainability, territoriality and perceptually by emotion, which are widely used as a strategic tool in product design. The aim of this paper is to exhibit the use of the senses as branding strategy and product development.

Keywords: design, branding, power of sense

Assiste-se atualmente à transformação da cultura em mercadoria, representada de forma a ser consumida pelos adeptos ou não da mesma. Como exemplos, encontram-se os produtos que exprimem a idéia de um país no mundo, através da exploração da cultura e produção local e do apoio aos produtores da região. O design contribui para a conversão desses traços culturais em modos de agregar valor aos produtos, atuando como uma ferramenta de promoção do território. Foi nessa vertente da pesquisa que nasceu o conceito de territorialidade.

O design pode contribuir significativamente buscando formas para tornar visível à sociedade a história por trás dos produtos. Contar a “história do produto” significa comunicar elementos históricos, culturais e sociais associados, possibilitando ao consumidor avaliar e apreciar o produto de forma mais ampla, considerando, por exemplo, os serviços ambientais embutidos no próprio produto. Dessa forma, a comunicação pode contribuir para a adoção e valorização de práticas sustentáveis na produção, comercialização e consumo. (KRUCKEN e TRUSEN, 2009)

A busca dos consumidores contemporâneos por produtos rastreáveis é uma tendência que vem crescendo a cada dia. Essa caracterização abrange todo produto que possui origem e percurso até o consumidor identificáveis. O fato de um consumidor poder ser comunicado, através do produto que compra, sobre suas características históricas, ambientais, culturais e sociais faz com que ele passe a apreciá-lo de forma mais ampla, absorvendo também sua cultura. Isso promove transparência em relação ao produtor, aproximando-o, juntamente com seu produto, do consumidor final.

Os produtos locais são formas de manifestação cultural da comunidade ou território que os gerou, carregando em si características (das propriedades físicas aos hábitos de consumo) que em muito influenciam essa sociedade. Comunicar essas características de forma correta faz com que se desenvolva uma imagem favorável do território em que o mesmo se origina e o elemento chave dessa valorização é a relação entre produtores e consumidores.

Na sociedade atual, produtores buscam uma estratégia de efeito para aumentar seu valor de mercado. Já os consumidores buscam produtos saudáveis e autênticos. Com a globalização, porém, um dos maiores desafios é comunicar qualidades e valores de um produto local para pessoas que não conhecem seu contexto histórico.

Krucken defende que para o consumidor, o valor do produto é correspondente à qualidade percebida por ele e tem a ver com sua adequação ao uso a que se propõe, às percepções sensoriais e o sentimento em relação à compra e/ou consumo do produto, à

dimensão memorial relativa a lembranças positivas e negativas, à prestação de serviços ambientais por meio do uso sustentável dos recursos naturais, à sua importância nos sistemas de produção e consumo, ligado às tradições e rituais relacionados, ao desejo de manifestar uma identidade social, aos aspectos sociais que permeiam os processos de produção, comercialização e consumo dos produtos e à relação custo/benefício. Isso tudo faz parte da experiência do consumidor para com o produto, e, diante de um mau resultado, seu comportamento em relação a ele irá mudar dificultando sua fidelização com a marca.

Esses pré-requisitos em relação a um produto são representados por uma estrela de valor (Figura 1), que possui em cada uma de suas pontas os valores principais relacionados a ele. Eles se estabelecem de forma integrada e se articulam ao longo da experiência do consumidor.

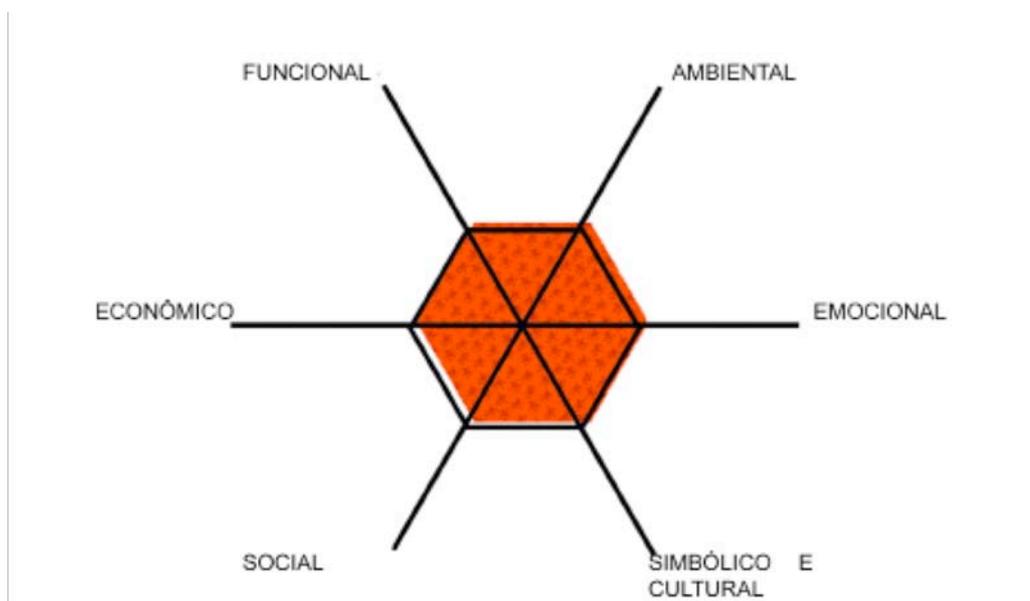


Ilustração 5 | Estrela de Valor de um Produto

Fonte: *Design e Território: Valorização de Identidades e Produtos Locais*. (KRUCKEN, 2009).

Todos esses valores podem contribuir também para a constituição de um projeto de promoção do produto. Dentro do contexto de território, a autora defende a adoção de uma política cultural que respeite a cultura local e promova a ligação entre território, comunidade e produto, resultando em um consumo responsável e produtos de qualidade superior. Eles devem ser parte de uma construção coletiva ao longo da cadeia, conectando produtores. A importância da ligação entre qualidade do produto e do território e seu modo de fabricação se torna mais reconhecida a cada dia pelos consumidores, acarretando a busca por informações que os possibilitem identificar a história por trás do produto. Isso conecta-se diretamente ao conceito de Terroir, expressão que abrange produto, território e sociedade que o origina. “É o

espaço geográfico no qual os valores patrimoniais são frutos de relações complexas das características culturais, sociais, ecológicas e econômicas tecidas ao longo do tempo” (Brodhag, 2000 apud Krucken, 2009).

O design, nesse contexto de valorização dos produtos locais, passa a ser visto como uma ferramenta para competitividade e uma oportunidade para a inserção dos pequenos produtores no mercado atual. A conscientização das pessoas em relação a essa função e da importância de investir na área deve e está sendo divulgada, pelas experiências de sucesso de países que o adotam como atividade estratégica.

Exemplos comuns de associações que tem como foco o Design Estratégico são o Design Council, no Reino Unido, o Barcelona Centro de Diseño, na Espanha e o Design Itália. As pesquisas realizadas nestes centros envolvem meio científico, empresarial e governamental de forma a fomentar a cultura de design no mercado competitivo, como catalisador de inovação e possível criador de uma imagem positiva ligada ao território.

A abordagem do design aplicado ao território visa beneficiar tanto produtores como consumidores. Para isso, é necessário o planejamento de ações em nível sistêmico, pela colaboração de áreas diversas e o estabelecimento de redes favoráveis ao desenvolvimento local, com ênfase nos pequenos produtores. Além de produzir de acordo com o potencial e características locais, pequenos produtores associados tem mais peso, pois não se depende de uma única produção para a inserção do produto no mercado, o que diminui os riscos.

De acordo com Fortis (2007), os consumidores, ao adquirir um produto local, buscam compartilhar um estilo de vida que lhe despertem emoção e o insiram em seu contexto, fazendo com que se sintam parte do território e/ou da comunidade que o gerou. Ele pode comunicar sua relação com a origem e a matéria prima por meio de vários elementos tangíveis e intangíveis. Dentre eles, destacam-se cor, aroma, embalagem, material, informação verbal e não verbal, que compõem o Appetite appeal do produto, relacionado à forma de apelo escolhida pelo fabricante. Para a construção da identidade de um produto, alguns requisitos são indicados para identificar oportunidades. Em princípio, deve-se reconhecer as qualidades do território, que se constituem como “marcadores” de identidade do local. São eles seu patrimônio material (paisagem, arquitetura, economia, estilo de vida, história, musica, pintura, artesanato, arte) e também o imaterial (folclore, rituais, línguas, música).

A partir desse reconhecimento, buscam-se possibilidades para ativar as competências mais significativas do território, traduzindo-as em linguagens para a comunicação, de forma a perpetuar sua identidade. Isso será capaz de criar no morador local

um sentimento de pertencimento em relação ao território, que incentivará o próprio a valorizar e proteger seu patrimônio.

Nesse contexto é essencial o apoio à produção local, através do estabelecimento e consolidação de redes de valor, que ajudarão também na difusão de informações aos produtores, estimulando um posicionamento mais ativo tanto desses como também do consumidor final. Além de motivar o trabalho integrado das atividades, essa atitude fortalece a posição do produto e sua inserção no mercado competitivo, pois ele passa a vender também seu valor e sua qualidade, ao invés de somente um bem físico.

Na última década, foi grande o aumento do número de consumidores dispostos a pagar mais por produtos que possuam diferenciais, tangíveis ou intangíveis. Essas possibilidades de segmentação e diferenciação estão entre os fatores mais relevantes na influência da escolha do consumidor e, por esse motivo, atributos de qualidade vem sendo incorporados aos produtos, como é o caso das certificações. Elas facilitam aos consumidores a identificação de atributos de qualidade específicos e permite também que pequenos agricultores se incorporem mais facilmente ao mercado.

A identidade local é construída ao longo de sua história desde os seus primeiros habitantes e pode relacionar-se de forma direta com o conceito de território. Esses traços fazem parte de um povo e da conservação de sua memória. O mineiro, muito ligado às suas tradições, estabelece um forte vínculo afetivo com as próprias raízes e não abre mão de preservá-las. É nesse tipo de vínculo que muitos produtos afirmam o aspecto emocional, que explorado na concepção, determina o sucesso de sua marca. O sistema emocional muda o modo como o sistema cognitivo opera por atribuir valor ao significado do produto. Por influenciar a percepção humana, o componente afetivo é capaz de mudar esse significado. Assim, o Marketing tradicional, que se preocupa essencialmente com o atendimento a demandas observadas, já não atende às novas exigências. Para satisfazê-las, surge uma nova tendência de consumo orientada para o aspecto sensorial. Diante de um mercado saturado de produtos iguais, o consumidor tende a buscar um diferencial e, muitas vezes, um dos fatores que mais o influencia é o emocional, atrelado ao conceito de produto de “personalidade”. Ele oferece o que o outro não possui, criando a ilusão de ser único, o que faz com que o próprio consumidor se sinta da mesma maneira. Ele tende a depositar no produto determinadas expectativas em relação a si mesmo. Isso caracteriza a transposição da personalidade do produto para quem o consome, fazendo com que a compra passe a significar o que se deseja representar como imagem pessoal.

Atualmente, com a facilidade de produção em massa de produtos que atuam

numa mesma fatia de mercado, a inovação coloca-se como uma forma de distinção entre os iguais e ganhou característica de fator competitivo.

Norman (2005) e Lindstrom (2007) discorrem em suas obras sobre a emoção e os sentidos aplicados à projeção. Segundo Norman, um produto é composto por três diferentes aspectos, definidos como visceral, behavioral e reflective. O sentido emocional da compra frequentemente supera o racional e um consumidor pode ser capaz de gastar mais com algo que apela aos seus sentidos, como a venda de uma “identidade”. O *visceral design* trata esse impacto emocional imediato que o produto pode causar no consumidor, determinando sua escolha. A imagem que vende, frequentemente vale mais do que ele é e pode ser usada como estratégia para diferenciá-lo na prateleira. O desejo pode muitas vezes ser mais poderoso que a necessidade e o design passa a influenciar quando se TORNA o produto, ao apelar para o poder da emoção. É o fator UAU, assim denominado por Norman para explicar o estalo que acontece quando algo atrai atenção e desperta o desejo de compra.

Behavior design trata o comportamento do produto: sua função, a forma como é entendido, sua usabilidade, fatores primários em seu desenvolvimento.

Reflective design aborda território, mensagem, cultura e todos os significados que envolvem um produto e seu uso. O consumidor prefere um objeto bonito e mais apresentável a um prático e simples, que seja barato, mas pouco atrativo visualmente. É nesse momento que o objeto adquire o significado de status, quando agrega um valor a mais que atua como uma maneira de manter a relação produto-consumidor depois do entusiasmo do primeiro impacto. Isso acontece porque o apego passa a ser não com o objeto em si, mas com o significado que ele passa a ter em relação ao usuário.

Satisfazer necessidades inclui dialogar com culturas, faixas etárias, grupos sociais e exigências diferentes, que constituem dificultadores e, ao mesmo tempo, norteadores de um projeto. O conceito de personalidade é culturalmente diferente ao redor do mundo, mas existe um fator em comum nas escolhas: a realização pessoal, que se origina da sensação de consumir algo unicamente seu, gerando orgulho e sentimento de pertencimento em relação ao produto. *“It’s all about emotion, pride and feeling of accomplishment”* segundo NORMAN (2005).

As ferramentas básicas do design emocional consistem no planejamento de uma personalidade, atrativos prazerosos e entendíveis e bom preço. Isso constitui o conceito de brand dos produtos, uma marca de identificação que produz uma resposta emocional capaz de aproximar e sustentar o consumidor.

Branding é uma prática que significa criar a personalidade da marca e, segundo

Lindstrom (2007), vem se expandindo a fim de explorar os sentidos para maior fidelidade do consumidor. É nesse aspecto que ele se relaciona diretamente ao Design Emocional, no apelo aos sentidos.

De acordo com esse autor, “Toda nossa compreensão do mundo acontece através dos sentidos. Eles são nossos vínculos com a memória e podem atingir diretamente nossas emoções.” Por esse motivo, as emoções são elementos-chave na escolha de um produto ou até mesmo na identificação do consumidor com uma marca.

Trabalhar os sentidos do consumidor significa estabelecer vínculos afetivos entre ele e a marca, favorecendo-a. O ser humano está intimamente ligado aos seus sentidos, que são os responsáveis pela transmissão das informações, sendo que sua eficiência máxima ocorre ao se utilizar dos cinco sentidos, preferencialmente juntos.

Por essa razão, sons, cheiros e sabores podem se tornar parte indissociável de uma marca, e são capazes de atuar como formas de associação com a mesma, estabelecendo vínculos através da experiência do consumidor, ao invés da repetição. Isso é chamado de “desconstrução da marca” e consiste em criar elementos de peso, capazes de funcionar independentemente. Essa sinergia entre as partes é o segredo do sucesso de ícones como a garrafa de Coca-Cola, que pode ser identificada mesmo sem sua marca estampada.

A desconstrução pode abordar vários elementos básicos, que serão automaticamente associados a ela quando percebidos, como cor, forma, linguagem, ícone, serviço, nome ou som. São características ou atitudes pré-estabelecidas, que o cliente facilmente reconhece.

Para a construção de uma marca multissensorial, busca-se explorar os cinco sentidos. O som é fundamental para o desenvolvimento do clima de uma história que está sendo contada e está diretamente conectado aos circuitos emocionais, como, por exemplo, através de uma música, que provoca lembranças e pode transportar quem a escuta a lugares, acontecimentos ou situações que fazem parte de sua experiência. Por exemplo, o rugido do leão da MGM e o toque Nokia representam elementos de uma marca que involuntariamente passaram a representar atributos de promoção da mesma, chamados de branding indireto, pelos quais a empresa muitas vezes nem gasta capital.

Já a visão constitui o mais poderoso dos sentidos. É o primeiro a ser explorado na construção de marcas e, pelo uso de um design diferenciado, compõe uma ferramenta importante para sua consolidação. Porém, com o bombardeamento excessivo das informações visuais, seus efeitos tem diminuído e sua importância começa a ceder lugar a outros sentidos. Porém, a forma permanece como elemento-chave no reconhecimento de marcas como os exemplos do Viagra e da Torre Eiffel. A experiência com um produto está

freqüentemente associada a uma sensação e, muitas vezes, isso se relaciona com o tato. Ele pode nem sempre ser óbvio, mas é fundamental e pode, muitas vezes, superar a aparência no momento de decisão.

Preposição de Venda Holística consiste em marcas que exploram os sentidos em sua concepção, trazendo à tona a dimensão da influência desses. Marcas holísticas são passíveis de desconstrução, possuem identidade própria, são facilmente reconhecíveis e sua presença se dá de forma diferenciada e efetiva em ambientes variados. Frequentemente, elas exploram todos os pontos de contato que podem ser estabelecidos com o consumidor, fazendo o produto ganhar uma identidade exclusiva.

A emoção e a percepção dos sentidos atuam como formas de criação de valor simbólico, recordações e qualidade de vida ao usuário, que levam à busca por um produto que saiba traduzir valor e identidade. Nesse sentido os conceitos aqui abordados se fundem, resultando em produtos/serviços. Alguns países investiram na comunicação holística de seus produtos, ativando aspectos ligados às emoções e identidade de seu território e constituindo representações de culturas diversas que souberam explorar dentro de um mesmo ramo a tradução de sua identidade, atingindo mercados diferenciais e alcançando maior visibilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BISTAGNINO, Luigi; CELASCHI, Flaviano; GERMAK, Claudio. **Uomo al Centro Del Progetto, Design per um nuovo umanesimo.** Allemandi & C, 2008.

CALDAS,Dario. **Observatório de sinais: teoria e pratica da pesquisa de tendências.** Rio de janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

CENTRO PORTUGUÊS DE DESIGN. **Manual de Gestão de Design.** Porto: Porto Editora, 1997.

DE MORAES, Dijon (Org.) ; KRUCKEN, Lia. (Org.) . **Cadernos de Estudos Avançados em Design - Multiculturalismo.** Contagem: Editora Santa Clara, 2008.

Cadernos de Estudos Avançados em Design - Transversalidade. Contagem: Editora Santa Clara, 2008.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território: Valorização de Identidades e Produtos Locais.** Belo Horizonte: Studio Nobel, 2009.

LAMPEL, Joseph; MINTZBERG, Henry. **Reflexão sobre o processo estratégico.**

LINDSTROM, Martin. **Brand Sense. A marca Multisensorial.** Porto Alegre: Bookman, 2007.

MANZINI. Ezio; VEZOLLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais.** São Paulo: Edusp, 2002.

NETO, Ensei U. **Indicações Geográficas: Por dentro da Nova Onda.** Disponível em: <<http://www.portaldoagronegocio.com.br/conteudo.php?id=23443>>

NORMAN, Donald A. **Emotional Design: Why we Love (or hate) everyday things.**
Perseus Book, 2005.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Design reconfigurado, design imaterial

Bruno Oliveira Barros

PUC-Rio

meunomeebob@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Design reconfigurado, design imaterial

Bruno Oliveira Barros

meunomeebob@gmail.com

Resumo

O presente texto consiste numa breve reflexão sobre a influência das revoluções tecnológicas — e, especificamente da Revolução da Internet — na reconfiguração do design enquanto campo do conhecimento e da prática. Partindo das matrizes alemãs da Bauhaus e da Escola de Ulm, investigamos o que mudou no campo do design desde que a sua (até então) necessária relação com o entorno projetado material do mundo é questionada. Entendemos, daí, que esse processo de desmaterialização do produto do design se dá diante da necessidade deste conquistar um posto legítimo como um dos produtores do ciberespaço.

Palavras Chave: design; revoluções tecnológica; epistemologia; design thinking

Por décadas, o discurso de que a constituição do campo do design teria, necessariamente, como berço aquilo que chamamos de Revolução Industrial permeou as instituições de ensino. No entanto, apesar do processo de industrialização ao qual o mundo foi submetido servir de pano de fundo para que toda uma tradição assumidamente modernista reivindicasse para si a invenção do design, hoje a persistência dessa reivindicação colocaria em risco a própria concepção do que é, afinal, design.

Colocar o surgimento do design nesse período pós-Revolução Industrial valida o discurso de um design dependente da relação entre sua materialidade e o projeto. Em outras palavras, é a crença de que o design surge como uma espécie de interface entre a indústria e o antigo artesão. O artesão, que antes tinha controle total da sua prática e do seu saber, passa a ter que se relacionar com um novo personagem, a indústria — relação esta que se dá por meio do desenvolvimento e do compartilhamento de um documento específico o qual hoje chamamos de projeto. Ou seja, o projeto concebido sob essa ótica constitui o elo imprescindível entre o artesão (agora designer) e a indústria a fim de que daí obtenha-se um resultado material: o produto.

Sendo assim, poderíamos sistematizar essa relação da seguinte forma: *produto conceitualizado* » *artesão/designer* » *documento projeto* » *indústria* » *produto materializado*.

Trata-se, portanto, de um design pautado num movimento de materialização por meio do projeto e da ação de dois personagens. Essa foi a concepção de design estabelecida no início do século XX pela Bauhaus, escola que influenciou sistematicamente todo o pensamento sobre o campo desde então.

O que é importante notar, porém, é que esse sistema que apresentamos faz sentido num momento extremamente específico da nossa história e que o problema não reside no sistema em si, mas na tentativa de universalizá-lo. Ao nos apropriarmos desse sistema e identificarmos nele um reflexo cristalino da própria noção design, deixamos de contemplar o design em sua historicidade e em sua capacidade de adaptar-se a novas configurações.

Rafael Cardoso, em *O design brasileiro antes do design* (2005), expõe com muita clareza a fragilidade conceitual desse design cuja origem estaria associada a momentos específicos, seja a Revolução Industrial em âmbito mundial ou a criação da ESDI na década de 1960 em âmbito nacional. Como observa Cardoso, ao invés considerarmos a gênese do design pontualmente, é mais honesto fazê-lo a partir da noção de ruptura:

“O que aconteceu, sem dúvida alguma, foi uma ruptura. Para uns, um novo ponto de partida; para outros, um desvio de rumo. Depende do grau de compromisso de cada um com o grande movimento que conhecemos como modernismo” (Cardoso, 2005, p. 07)

Abre-se, assim, a possibilidade de falarmos de um design pré-industrial — mesmo que para tal tenhamos que caminhar sobre ovos e enfrentar infindáveis debates sobre a legitimidade de chamarmos de designer alguém que se quer conhecia tal palavra. Enquanto isso, muito mais importante do que definir o design a partir do surgimento e do emprego de todo um universo de palavras e suas respectivas famílias semânticas, é fazê-lo a partir do estudo da sua *praxis*, daquilo que revela-se como design dentro do contexto histórico do período em questão.

Em seu artigo intitulado “Revoluções tecnológicas e transformações subjetivas” (2002), Ana Maria Nicolaci-da-Costa encontra paralelos precisos entre as brutais transformações sociais e subjetivas causadas pela primeira Revolução Industrial e pela atual Revolução da Internet. Ambas revoluções teriam em comum:

“a geração de novos espaços de vida, as alterações de amplo alcance dos estilos de

agir, de viver e de ser dos homens e mulheres que lhes foram contemporâneos e a proliferação de vocábulos que expressam novos interesses, novas necessidades, novas formas de vida, novos relacionamentos, novos conflitos, etc.” (Nicolaci-da-Costa, 2002, p. 195)

Esse tipo de ruptura delineada por Nicolaci-da-Costa a respeito do universo social e dos sujeitos envolvidos nesses processos encontra eco na maneira pela qual campos do conhecimento se configuram. Em outras palavras, rupturas dessa ordem permitem que campos do conhecimento tomem forma, se reformem ou simplesmente percam o sentido e deixem de existir formalmente.

Observando a questão sob essa ótica, podemos considerar que as revoluções que Nicolaci-da-Costa agrupa como revoluções tecnológicas foram atrizes protagonistas na reconfiguração do campo do design — tanto na prática quanto conceitualmente. Assim, a concepção do que chamamos de design costuma oscilar de acordo com essas revoluções tecnológicas, gerando rupturas tanto na prática quanto na conceituação.

Das diversas subáreas do design, tomemos a tipografia como exemplo cristalino da influência dessas revoluções tecnológicas sobre a formação (ou reforma) de um campo do saber. A tipografia a qual conhecemos hoje — configuração do design gráfico responsável pelo desenho projetado das letras e caracteres de um alfabeto — só existe graças a revolução tecnológica dada pelo surgimento da imprensa de Gutemberg no século XV. A série de mudanças tecnológicas e sócio-culturais filhas dessa in(ter)venção de Gutemberg entrelaça-se com a história da tipografia e, muito claramente, com o modo em que ela é praticada. O desenho projetado das letras possui uma fina sintonia com questões ideológicas e estéticas de seu período, mas também (e principalmente) com questões de ordem tecnológica.

No caso da Revolução Industrial, é fácil identificar sua relevância na concepção daquilo que a Bauhaus e toda a tradição do início do século XX viria a entender por tipografia. Num texto de 1967 a respeito da importância de se entender a tipografia como uma ferramenta da escrita cujo objetivo principal é promover a eficiência da leitura, Herbert Bayer, então ex-professor da Bauhaus, argumenta:

poucos sabem que o ato de ver é trabalhoso, que demanda mais de um quarto da energia nervosa que o corpo humano produz. ao ler esse artigo você precisa re-focar conforme você passa de palavra a palavra. muita energia é requerida para piscar e girar os globos oculares. ainda mais é necessária pelos pequenos músculos ciliares para alterar a forma do cristalino para focar. o esforço de enxergar contribui bastante com o cansaço físico. (Bayer, 2001, p. 112)

No mesmo texto, Bayer trata da importância do design adequar-se ao que ele chama de “era da ciência” e ataca:

a história do nosso alfabeto e qualquer investigação em torno da sua efetividade ótica expõe uma falta de princípio e estrutura, precisão e eficiência, as quais deveriam ser evidenciadas nessa importante ferramenta. (Bayer, 2001, p. 111)

Disso, Bayer ainda afirma que ao tentar projetar tipografias mais “eficientes”, redesenhar tipos não basta. O designer precisa focar-se principalmente nos efeitos óticos das letras e numa revisão da escrita de modo que obtenha-se como resultado uma “relação mais clara entre o escrito-impresso e a palavra falada” (Bayer, 2001, p. 111). O ex-professor estava seguro de que a partir do início da modernidade fomos todos tomados por uma espécie de superexposição visual que estaria fatigando e entorpecendo nossa capacidade de enxergar e, assim, suas propostas de reformulação tipográfica justificavam-se exatamente na necessidade

de revitalizar um gosto pela leitura através de um novo frescor tipográfico que poupe o leitor do cansaço físico (Bayer, 2001, p. 112). Fica evidenciado aqui que a preocupação central de Bayer é com o olho, não com o olhar.

Embora do período pós-guerra, o texto de Bayer é tomado por salutareos momentos de nostalgia sobre uma suposta era de ouro da tipografia modernista, a década de 1920 — época da publicação de textos clássicos de Moholy-Nagy e de livros como *Die neue Typographie* de Jan Tschichold. Tendo isso em vista, a visão de Bayer a respeito da natureza da tipografia não é de causar espanto, já que o teor dos seus argumentos entrelaça-se em concordância com os discursos dos grandes designers gráficos da década de 1920. Há, pois, entre eles, uma comunhão no desejo de “criar uma nova linguagem tipográfica cuja elasticidade, variabilidade e frescor de composição sejam exclusivamente ditados pela lei interna de expressão e de efeito ótico.” (Moholy-Nagy, 2001, p. 108). E, claro, essas máximas não se limitavam a tipografia, design gráfico ou design em geral, mas faziam parte de um modo de pensar abrangente e que se enraizou aos saberes de diversos campos do conhecimento e atividades práticas.

É importante lembrarmos que, historicamente, no momento em que o design buscou legitimar-se como campo do saber, a ênfase por parte dos grandes personagens do design gráfico da época foi na questão da percepção biofisiológica e na materialidade final oriunda do documento projeto. Rafael Cardoso, em “Putting the magic back into design” (2004), observa:

Como parte dos seus esforços históricos de distanciar-se da tradicional *arts and crafts*, os designers freqüentemente perderam o foco desse aspecto mágico do que eles fazem, optando por ver o design como um tipo de engenharia guiada não por algo impreciso como criatividade e sagacidade, mas sim por rigorosas metodologias e protocolos de uma tendência científica e tecnológica. (Cardoso, 2004, p. 12)

Nesse mesmo sentido, Gustavo Bomfim, em “Fundamentos de uma teoria transdisciplinar do design” (1997), apresenta que

Através do uso de ferramentas científicas o design praticamente abandonou a tradição, a maestria do artesão e o senso comum, características típicas da configuração no período pré-industrial, e passou a aplicar outros conhecimentos que permitem antecipar no plano teórico e representativo concepções formais para problemas de projeto. (Bomfim, 1997, p. 28)

Hoje, mais de duas décadas após o início dos debates acadêmicos a respeito daquilo que viria a ser chamado de design pós-moderno, ficou fácil pontuar problemas nos argumentos universalistas e dicotômicos daquele design do início do século XX. Porém, o que interessa nesse texto específico é refletirmos sobre o que mudou e o que sobrou dessa concepção após a Revolução da Internet.

É notável a veloz reconfiguração que ocorreu no campo do design com o advento da Internet. Até então, o design colocava-se firmemente como uma prática ligada à produção do entorno projetado — ou ao aspecto material e físico do nosso cotidiano. Da cadeira à colher à mini-saia ao livro ao cartaz. Como vimos, esse resultado material imprescindível fazia parte da própria definição de design que a tradição modernista construiu. No entanto, com o *boom* na década de 1990 da multimídia digital e, logo em seguida, da Internet, começa a se fortalecer um discurso no campo do design que propõe a possibilidade de pensarmos um design menos ligado ao resultado e mais ligado ao processo.

Uma das principais vozes desse discurso partiu dos textos de Alain Findeli. Em “Rethinking design education for the 21st century: Theoretical, methodological, and ethical

discussion” (2001), o designer canadense desenvolve toda uma crítica àquilo que ele entendia como pilares paradigmáticos do campo:

1. uma metafísica materialista;
2. uso de métodos positivistas de pesquisa;
3. uma visão de mundo dualista, agnóstica.

Disso, Findeli recontextualiza as concepções de design propostas pela Bauhaus e pela Escola da Ulm, sua radical herdeira. Para o autor, o designer não deve colocar-se como solucionador de problemas — conforme sustenta a tradição do início do século XX —, mas como um ator que correlaciona sistemas (2001, p. 10). Assim, Findeli propõe um design que não reduza o usuário a estatísticas ergonômicas e cognitivas e que não faça do próprio designer uma espécie de máquina regulada por questões biofisiológicas: o autor aborda a necessidade de uma antropologia do design que leve em conta as diversas camadas de complexidade subjacentes ao campo do design (2001, p. 11). Seria um design preparado para lidar com o mundo em seu aspecto técnico, biofísico, social e simbólico — e com como esses aspectos se relacionam entre si.

O discurso desmaterializante de Findeli afina-se àquele de outros importantes autores contemporâneos, como Richard Buchanan (1996). Trata-se de um discurso que coincide com o momento em que o sistema antigo (*produto conceitualizado* » *artesão/designer* » *documento projeto* » *indústria* » *produto materializado*) desconstrói-se diante de um mundo onde a indústria e a materialidade do produto já não necessariamente fazem parte do processo de design.

Fatalmente, manter a velha matriz de conceitualização do design resultaria na perda desse espaço epistemológico que emerge com a Revolução da Internet — um espaço intangível, um ciberespaço:

“O ciberespaço está organizado como um sistema de sistemas mas, mesmo assim, é também um sistema do caos. Corporificação máxima da transparência técnica, (...) ele desenha e redesenha a aparência de um labirinto móvel (...). Essa universalidade destituída de significado central, esse sistema da desordem, essa transparência labiríntica, que eu chamo de 'Universal sem totalidade', constitui a essência paradoxal da cibercultura.” (Lévy, 1999, p. 192 apud Nicolaci-da-Costa, 2002, p. 196)

Para que o design enquanto campo do conhecimento pudesse se apoderar desse ciberespaço e tomar para si esse novo sítio epistemológico, era absolutamente necessário que suas fundações associadas à materialidade fossem questionadas. Para se legitimar como peça fundamental desse domínio do labirinto móvel, do sistema da desordem, era preciso que o design se reconfigurasse — que o profissional designer se colocasse menos como projetista do entorno material e mais como projetista. Mas projetista de quê? Não importa: simplesmente projetista.

Em outras palavras, como propõe Findeli, o produto do design não precisa ter um caráter material, mas simplesmente de ação ou não-ação, já que em alguns casos fazer design seria exatamente um *não agir* (2001, p. 14).

"Em termos filosóficos, poderíamos dizer que o design detém uma razão prática, não instrumental; ou ainda, que o processo de design se enquadra na questão ética, não tecnológica." (Findeli, 2001, p. 14)

Em seu extremo, é precisamente esse tipo de reposicionamento do design em direção a

um fim imaterial que permite o surgimento daquilo que hoje foi difundido pelo nome de *design thinking* — uma proposta de design centrada no projeto. Disso, teríamos uma nova sistematização do campo: *estado A de um sistema (que inclui o próprio usuário/designer) » projeto » estado B de um sistema (que inclui o próprio usuário/designer)*.

O busca por legitimação do *design thinking* como sinônimo e modelo que define o design se espalha sistematicamente pelo atual discurso acadêmico. Assim, o modelo em questão não apenas coloca o design como um dos atores centrais desse novo espaço digital criado pela Revolução da Internet, como também relativiza toda a prática do design, permitindo, por exemplo, o surgimento de áreas como design de serviços — cuja existência tenta ser justificada por Buchanan em palestra proferida à conferência Emergence 2007. No entanto, o próprio Buchanan tem dificuldades em estabelecer reais diferenças entre o tal design de serviços e a boa e velha administração de empresas (2007).

Sobre a questão, Findeli acredita que, historicamente, o design atuou suavizando o impacto da industrialização, desenvolvendo produtos culturalmente, socialmente, economicamente, simbolicamente e utilitariamente aceitáveis; hoje, no entanto, a industrialização se daria menos na ordem da produção de produtos manufaturados e mais na ordem do surgimento de novos serviços (2001, p. 15). Disso, Findeli insiste que o design deve adaptar-se para projetar esses serviços — produtos imateriais e complexos.

Enquanto isso, do outro lado da margem há quem classifique essa nova matriz do design como simplesmente oportunista, como faz Donald Norman no artigo “Design thinking: A useful myth” (2010). Norman abre seu texto ironizando o próprio termo “*design thinking*”:

“Um poderoso mito surgiu na terra, um mito que permeia o mercado, a academia e o governo. É um mito penetrante e persuasivo. E embora seja relativamente inofensivo, é falso. O mito? Que os designers possuem um místico processo de pensamento criativo que os coloca acima de todos os outros em termos de habilidades criativas e pensamentos inovadores.” (Norman, 2010)

O que Norman faz aqui é questionar a legitimidade de se colocar como exclusiva para um campo (o design) uma maneira específica de pensar (o *design thinking*), como se esse pensamento “especial”, esse pensamento “de projeto” fosse-nos um tipo de privilégio divino. Disso, Norman argumenta que o *design thinking* nada mais é que uma variação do velho *creative thinking*, que também já foi apropriado pelo campo do design (2010). E Norman vai além:

“Então por que a comunidade de designers perpetua esse mito? Porque é conveniente para as consultorias de design. Contrate-nos, eles dizem, e nós lhe traremos a mágica das empresas de design, fazendo milagres com sua empresa falecida e improdutiva.” (Norman, 2010)

A ironia de Norman escancara o jogo de interesses por trás da apropriação de um campo do conhecimento a novos espaços epistemológicos. Os novos espaços em questão — oriundos da Revolução da Internet — ainda estão sendo ferrenhamente disputados por diversas outras áreas, mas poucos contestam o fato que o design já conquistou sua fatia do bolo... e, sem dúvida, o discurso que desmaterializa a prática do design (misturado com doses concentradas de pós-modernidade) teve papel chave nessa conquista.

Pessoalmente, acredito que o campo do design sempre foi particionado em áreas extremamente específicas e capazes de possuir sua própria epistemologia: temos do design de produto ao design gráfico, do design de moda ao webdesign, etc. Me parece que ao aceitarmos uma espécie de (tão sonhada) epistemologia universal do design, acabamos deixando de contemplar as particularidades de cada tipo de design. Somente por meio de uma

epistemologia extremamente universalista é que podemos pensar num design de serviços ou no tal *design thinking*. Assim, esse deslocamento do design do campo da materialidade acaba tendo um efeito contrário aquele que propõe: compartimentaliza o design num modelo formatado e guiado por regras de mercado e do marketing.

Referências

BAYER, H. On typography. In: HELLER, S.; MEGGS, P. B. (org.). **Texts on type: Critical writings on typography**. 1ª ed. Nova York: Allworth Press, 2001.

BOMFIM, G. Fundamentos de uma teoria transdisciplinar do design: Morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. **Estudos em design**, v. 5, n. 2. Rio de Janeiro: AEnD-BR, 1997. p. 27-41.

BUCHANAN, R. Emergence 2007 keynote. **Design for service**, 2007. Disponível em: <http://designforservice.wordpress.com/buchanan_keynote>. Acesso em: Novembro, 2010.

BUCHANAN, R. Wicked problems in design thinking. In: BUCHANAN, R.; MARGOLIN, V. (org.). **The idea of design**. Cambridge, Massachussets: The MIT Press, 1996.

CARDOSO, R. (org.). **O Design brasileiro antes do design**. 1ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARDOSO, R. Putting the magic back into design. **Art in the line**, 2004. Disponível em: <www.waspress.co.uk/journals/arton-theline/journal_20041/articles/pdf/20041_02.pdf>. Acesso em: Junho, 2007.

FINDELI, A. Rethinking design education for the 21st century: Theoretical, methodological, and ethical discussion. **Design issues**, v. 17, n. 1. Cambridge, Massachussets: The MIT Press, 2001. p. 05-17.

KEEDY, J. Zombie Modernism. In: HELLER, S.; MEGGS, P. B. (org.). **Texts on type: Critical writings on typography**. 1ª ed. Nova York: Allworth Press, 2001.

LUPTON, E.; MILLER, A. **Design writing research**. 1ª ed. Londres: Phaidon, 1999.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. 9ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

MOHOLY-NAGY, L. The new typography. In: HELLER, S.; MEGGS, P. B. (org.). **Texts on type: Critical writings on typography**. 1ª ed. Nova York: Allworth Press, 2001.

NICOLACI-DA-COSTA, A. M. Revoluções tecnológicas e transformações subjetivas. **Psicologia: Teoria e pesquisa**, v. 18, n. 2. Brasília: UNB, 2002. p. 193-2002

NORMAN, D. Design thinking: A useful myth. **Core 77: Design magazine & resource**, 2010. Disponível em <http://www.core77.com/blog/columns/design_thinking_a_useful_myth_16790.asp>. Acesso em: Novembro, 2010.

SOUZA LEITE, João de. O discurso do design gráfico como polifonia. **Estudos em design**, v. 5, n. 1. Rio de Janeiro: AEnD-BR, 1997. p. 59-68.

TSCHICHOLD, J. **The new typography**. 2ª ed. Berkeley, California & Londres: University of California Press, 2006.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Sobre as palavras e as coisas

Candida Maria Monteiro

PUC-Rio

candidamm@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Sobre palavras e coisas

Por Candida Maria Monteiro
Professora do Departamento de Comunicação da PUC-Rio
Doutoranda em design, PUC-Rio
Pesquisa: Imagem e memória na construção do autodocumentário

Resumo

O artigo discute o conceito de verdade relacionando o papel da palavra na construção do discurso, da narrativa autobiografia e na produção do conhecimento científico. Segue o percurso proposto por Foucault na formação da sociedade contemporânea para desembocar no nascimento da epistemologia e da subjetividade: uma nova *epistémê* passa a vigorar na entrada na modernidade.

Palavras-chave

Autobiografia, verdade, discurso, sujeito, contemporaneidade.

A verdade nunca diz a verdade, nem meia verdade, a não ser num caso, quando diz:
eu minto. J. Lacan.

A prática da chamada escrita de si carrega o pressuposto de um sujeito que tem conhecimento de quem é. Seria a autobiografia apropriada para promover o autoconhecimento? Talvez seja possível pensar em uma viagem cognoscível que permita ao autor revisar os acontecimentos de sua vida e arrumá-los numa estrutura na qual tem o poder de valorizar determinados momentos em detrimentos de outros. Ou de outro modo, o fato do autor debruçar-se sobre seu passado demonstra a intenção de descobrir algo que ficou obscuro. Enfim, a motivação revelaria somente um forte sentimento narcísico? Nesse artigo proponho relacionar alguns caminhos trilhados

pela humanidade a fim de produzir conhecimento científico e os relatos autobiográficos, na perspectiva do autocumentário como projeto de design.

Primeiro o ser humano explora o mundo a sua volta, descobre semelhanças entre as coisas que vê, passa, então, a ler o mundo como se fosse um livro, depois, toma outros rumos, passa a imitar as formas da natureza, duplicando coisas e objetos. O elo das palavras com a verdade das coisas se rompe a partir da virada do século XIX, momento em que o ser humano torna-se objeto das ciências humanas.¹

O ato dar nomear tem o desafio de estabelecer elos entre a palavras e a coisas. Nesse sentido, a palavra está vinculada à noção de verdade. É preciso, portanto, acreditarmos naquilo que a palavra nomeia. A ordem semântica e os códigos adotados no século XVI partem da observação da natureza para designar o nome das coisas. A relação de semelhança entre os lugares, a proximidade das formas das plantas, a relação de vizinhança e de propriedade de astros e dos animais formam uma cadeia de elos com o mundo. Proponho, inicialmente, nos atermos na questão da verdade, esta que é fundamental na articulação dos nomes e coisas. Devemos acreditar na palavra, queremos acreditar na verdade daquilo que a palavra nomeia, precisamos acreditar para instalar-se o jogo da representação. Podemos começar, então, com a pergunta, onde a verdade seria mais cobrada? É relevante discutir a questão no âmbito na narrativa autobiográfica pois, nesse território, a verdade é necessária para o discurso existir. Na contemporaneidade, a realidade vem tornando-se cada vez mais veloz, um tempo sem referenciais ou tradição, uma época na qual o sujeito encontra-se desestabilizado, nessas condições, surge a tendência do autocumentário: aqui o diretor volta o olhar para dentro de si mesmo, assumindo um papel duplo, de autor e de protagonista do filme. Seu foco de descoberta é uma busca interior, na qual rompe com o paradigma do documentário tradicional, de focalizar a alteridade, conforme observa Consuelo Lins, “... para se relacionar a aspectos da experiência pessoal e da subjetividade dos próprios realizadores.” (Lins, 2008, p. 27)

O autocumentário adquire valor ao instaurar credibilidade à palavra do autor. O princípio que move uma narrativa autobiográfica, ao contrário da ficção, é a garantia de uma existência real. O valor do relato autobiográfico está, desta forma, vinculado à verdade. Ora, se a veracidade é algo criado pelo homem para dar suporte às suas ideias, conforme nos adverte Nietzsche, “A realidade foi despojada de seu valor, seu

¹ Citação retirada da orelha do livro *História da sexualidade*, 2007, escrita por Roberto Machado.

sentido, sua veracidade, na medida em que se *forjou* um mundo ideal... O “mundo verdadeiro” e o “mundo aparente” – leia-se: o mundo forjado e a realidade...” (Nietzsche, 2008, p15) A autobiografia vai empenhar-se, no sentido nietzchiano de verdade, em construir uma verdade própria a respeito de uma vida. Cabe, então, a pergunta: de que maneira o relato autobiográfico pode adquirir o valor de verdade? Talvez essa questão encontre uma resposta na definição de Jean-Jaques Rousseau: “a verdade não reside primariamente no pensamento, mas no sentimento, na intuição imediata, na certeza do coração.” (Vieira, 2001, p.16) Segundo o pensador, a verdade reside na autenticidade e não na precisão, objetividade ou evento factual. O compromisso do relato autobiográfico não estaria ligado, nesse sentido, ao que aconteceu, mas com a forma de narrar o acontecido. Se uma autobiografia não tem como lei contar a verdade, vai se voltar, sobretudo, para as impressões e sentimentos. “Posso cometer omissões nos fatos, transposições, erros de datas; mas não posso me enganar sobre o que senti, nem sobre aquilo que meus sentimentos me levaram a fazer; e é principalmente deles que aqui se trata”. (Duque-Estrada, 2009, p18) Aqui, percebe-se que a verdade dos sentimentos, essa sim, não pode ser traída num relato autobiográfico.

Interessante relacionar a busca da verdade do conhecimento de si com a produção de conhecimento científico. Passamos para outro universo no qual a obsessão do homem pela verdade é bastante evidente. Não há dúvida que no campo do saber, a verdade é uma busca cara à ciência. Dar fundamento ao conhecimento, validando propostas e conceitos é uma tarefa de uma teoria do conhecimento que empenha-se em apontar as condições nas quais ocorrem a verdade científica. Contudo, para os cientistas, “não há ciência em geral, mas sistemas de conhecimentos específicos, em evolução e apropriados a seus objetos. “A” ciência não passa de uma ficção.” (Japiassu, 1992, p. 26) Confirma-se que não há verdade definitiva, como acreditou-se outrora, a verdade vai sendo construída, como um processo em constante mutação, desta forma, nos termos de Japiassu, é apropriado falar de *conhecimento-processo*, ao invés de *conhecimento-estado*. (Japiassu, 1992, p. 27) Nesse sentido, vem à tona a validação de um conceito apontada por Foucault: “... a história de um conceito não é, de forma alguma, a de seu refinamento progressivo, de sua racionalidade continuamente crescente, de seu gradiente de abstração, mas a de seus diversos campos de construção e de validade, a de suas regras sucessivas de uso, a dos meios teóricos múltiplos em que foi realizada e concluída sua elaboração.” (Foucault, 2008, pp. 4 e 5) Um

conceito é, segundo o filósofo, um elemento vivo, que ao ser apropriado ganha potência, fortalecendo sua capacidade de sustentar novas teorias e descobertas. É possível reconhecer o mesmo processo de confirmação em relação ao uso da palavra: não sabemos de onde vem a palavra, quem a inventou, na medida em que passamos a utilizá-la, fortalecemos e ampliamos seus sentidos e significados. Ressalta-se o poder das palavras, que nos faz acreditar nos relatos, por mais fantásticos que sejam. A rigor, a palavra nos envolve, construindo uma aparência de verdade, cuja estrutura interna coerente, instaura credibilidade, emergindo a verosimilhança no discurso. Nesse sentido, percebe-se que uma teia de palavras ou retórica não tem vínculo com o real.

Autonomia do real

No século XVI, ocorre uma série de revoluções que abalam radicalmente o mundo. É possível apontar na reforma proposta por Lutero, na qual questionou os dogmas inexoráveis da Igreja católica; na descoberta de Copérnico, que deslocou o centro do sistema solar e nas navegações, que levaram o homem ao encontro de um novo continente, consequências drásticas. Neste momento, entra em cena um enorme repertório de novas palavras, coisas e saberes. O comércio, por exemplo, popularizou o pensamento abstrato, levando o cálculo matemático ao cidadão comum. A circulação desses conhecimentos assim como a circulação de pessoas que migravam do campo em direção às cidades, são circunstâncias que transformam profundamente a sociedade europeia que saía do longo período medieval. Inaugura-se, aqui, uma nova ordem. A cultura perde sua transparência inicial, a linguagem se desprende de seu sentido único para cair no território da significação, como indica Foucault, “a linguagem perde seu lugar privilegiado e torna-se, por sua vez, uma figura da história coerente com a espessura de seu passado.” (Foucault, 2008, p. xx) Nesse ponto crucial, onde acontece a passagem da representação para a significação, as palavras deixam de ter semelhança com as coisas que nomeiam. O homem se abre para novos conhecimentos ao mesmo tempo em que o mundo se fecha, deixando de ser evidente: a similitude entre palavras e coisas é perdida. A humanidade passa, então, a buscar relações mais complexas de sentido e significados, “por mais que se diga o que se vê, o que se vê não se aloja jamais no que se diz, e por mais que se faça ver o que se está dizendo por imagens, metáforas, comparações, o lugar onde estas resplandecem não é

aquele que os olhos descortinam, mas aquele que as sucessões da sintaxe definem.” (Foucault, 2007, p. 12)

Desde antiguidade clássica até o umbral da modernidade, o conhecimento se dava através da representação, cada coisa tinha um único nome e um sentido estável, apoiada numa estrutura ternária, na qual significante e do significado estão apoiados numa referência clara, que por similitude, estabilizava a relação fluante entre palavras e coisas. Perde-se essa transparência, a harmonia entre significante e significado é abalada. Emerge daí a *epistémê* da nova Era, que Foucault percebe a partir de Kant: a representação não dá mais conta do pensamento. O problema é que o mundo assim torna-se extremamente complexo. É o fim do pensamento no âmbito da representação.

Na Renascença, o conhecimento “é lançado num jogo sem fim de significações sempre alcançadas e sempre extraviadas”. (Duque-Estrada, 2009, pp. 24 e 26) O homem não pode mais ler o livro da natureza como fizera outrora, ele está fadado a interpretar tudo a sua volta, pois o signo perdeu sua primazia. As palavras perdem a ilusão da similitude, que teriam tido em sua origem, conforme descreve Foucault.

Sob sua forma primeira, quando foi dada aos homens pelo Deus, a linguagem era um signo das coisas absolutamente certo e transparente, porque se lhes assemelhava. Os nomes eram depositados sobre aquilo que designam, assim como a força está escrita no corpo do leão, a realeza no olhar da águia, como a influência dos planetas está marcada na fronte dos homens: pela similitude. (Foucault, 2007, p.49)

Eis o momento em que a verdade passa a ser expressa e enunciada na linguagem, ingressando no território da interpretação. O que antes se dava como uma espécie de similitude natural, a prosa do mundo ganha uma nova configuração.

A invenção da imprensa vai contribuir para uma circulação maior de textos e panfletos, expandindo também a alfabetização, que por sua vez, possibilita um número maior de pessoas capaz de interpretar. Hilton Japiassu chamou de pré-saber, algo que ainda não é científico, um conhecimento que “de modo mais ou menos natural e espontâneo” tem uma contribuição fundamental. (Japiassu, 1992, p.18) Essa fertilização propicia o surgimento de novos saberes presentes na cultura, nas opiniões, nas ideias que circulam numa época. O advento da imprensa põe em jogo múltiplas leituras, interpretações individuais, inaugurando a primazia da linguagem

escrita. Destaca-se a proliferação do comentário, uma prática que torna-se corrente a partir da tradição escrita. Segundo Montaigne, “há mais a fazer interpretando as interpretações que interpretando as coisas; e mais livros sobre os livros que sobre qualquer outro assunto; nós não fazemos mais que nos entreglosar.” (Foucault, 2007, p. 56)

Ao conquistar autonomia do real, a verdade também torna-se uma questão de interpretação. Na linguagem, onde a verdade ganha contorno, é possível alterar, deformar, fantasiar, produzindo-se uma aparência de verdade. Desta forma, a verdade passa a ser uma questão de estilo. A retórica, uma vez bem construída, adquire o poder da persuasão.

Brincando de Deus

A reforma proposta por Lutero a partir de 1517, possibilita novas interpretações dos textos sagrados, antes confinados nos mosteiros, contavam com a mediação da igreja na tradução da palavra de Deus. Da mesma forma que o jovem liberta-se do domínio do pai para seguir o seu próprio caminho, o homem solta as amarras que o prendia à tutela católica. Se de um lado, conquista-se a liberdade do controle exercido pela igreja, de outro, perde-se a inocência, o conforto proporcionado pela palavra divina. Esse secularismo marca o advento do Iluminismo e da modernidade, ao mesmo tempo que transforma a ordem das coisas, colocando em xeque a estabilidade do ser humano, que sozinho depara-se com o desafio de entender a palavra de Deus.

A partir da segunda metade do século passado, entramos no período que convencionou-se chamar de pós-modernidade, ou de capitalismo tardio e ainda de sociedade pós-industrial. Nesse estágio, o colapso das certezas, a capacidade de discriminar e diferenciar o estado das coisas escorre pelo ralo. A ideia de um sujeito autônomo e homogêneo está cada vez mais rarefeita no contexto contemporâneo. A metáfora de Anthony Giddens sobre a modernidade reforça a ideia da incerteza que vivenciamos: o carro de Jagrená tem uma enorme potência, é conduzido por todos os seres humanos, contudo, podemos guiá-lo até certo ponto, não temos o controle nem do seu movimento, nem do ritmo de deslocamento, nem da direção tomada. A viagem nem sempre é desagradável, apesar de sentirmos o perigo rondando, não somos capazes de parar. (Giddens, p.140, 1991) O novo paradigma coloca a humanidade diante do desafio de se inventar a partir da criação de signos, palavras e objetos.

Giddens chamou de *reflexividade da vida social*, a condição na qual o cidadão encontra-se à deriva, sendo obrigado a revisar seu conhecimento de mundo o tempo todo. Aponta-se aqui um espécie de retorno à similitude do século VX. Mais precisamente recorre-se a uma de suas quatro funções, a saber: conveniência, emulação, analogia e simpatia. Para tentar garantir um vínculo seguro com o mundo, o homem encontra na emulação uma maneira de tornar-se criador das coisas. O ato de duplicar coisas, fabricando objetos, dá vazão a um desejo recôndito que o ser humano tem de tornar-se Deus, expresso, em última instância, na obsessão pela busca de inovações tecnocientíficas. A ambição de fundo é entender e dar sentido ao universo. Povoar o mundo com objetos, artefatos, palavras e narrativas não deixa de ser uma maneira de interpretar e buscar verdades que sustentem a vida e ao mundo. Diante de uma invenção humana que se aproxima da perfeição, pode-se perguntar, quem é o criador, “desses reflexos que percorrem o espaço, quais são os primeiros? Onde a realidade, onde a imagem projetada?” (Foucault, 2007, p. 27)

Ao perseguir o novo a todo custo, a própria novidade está condenada à autodestruição. O rápido esgotamento do novo revela o eterno retorno proposto por Nietzsche, “o ponto onde o homem e Deus pertencem um ao outro, onde a morte do segundo é sinônimo do desaparecimento do primeiro, e onde a promessa do super-homem significa, primeiramente e antes de tudo, a iminência da morte do homem.”

(Foucault, 2007, p. 473)

Bibliografia

DUQUE-ESTRADA, Elizabeth Muylaert. *Devires Autobiográficos*. Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2009.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

_____. *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. *História da sexualidade I : A vontade de saber*: São Paulo: Graal, 2007.

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo, Unesp, 1991.

HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

JAPIASSU, Hilton. *Introdução ao Pensamento Epistemológico*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1992.

VIEIRA, Stalimir. *Marca: o que o coração não sente os olhos não vêem*. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

A experiência de leitura e construção gráfica na coleção particular

Carolina Moraes Marchese

Universidade Federal de Pelotas - UFPel

carolina@carolinam.com.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

A experiência de leitura e construção gráfica na Coleção Particular

Reading experience and graphic construction in Coleção Particular

MARCHESE, Carolina; Bacharel em design gráfico; Universidade Federal de Pelotas

carolina@carolinam.com.br

Resumo

Este texto busca estabelecer algumas relações entre o livro, seu projeto gráfico e a experiência de leitura. Tais relações foram construídas a partir do que Flusser (2007) nomeia não-coisa, de noções abordadas pelos estudos do imaginário e da análise dos projetos gráficos dos livros pertencentes à Coleção Particular da editora Cosacnaify.

Palavras Chave: design editorial; livro; imaginário.

Abstract

This work intends to establish a few relationships between the book, its graphic design and the reading experience. Such relationships were built from what Flusser (2007) calls não-coisa, from notions discussed by the imaginary studies and the analysis of the graphic design of publisher Cosacnaify's Coleção Particular collection's books.

Keywords: editorial design; book; imaginary studies.

O design e a não-coisa

No momento contemporâneo desviamos nossa atenção do que é material, concreto e físico. Como Flusser (2007) coloca, estamos cada vez mais encantados com a experiência e menos encantados com objetos palpáveis. Consumimos muito mais informações do que coisas materiais (isto é, objetos) e estas informações o autor nomeia não-coisas.

Nesse sentido, encontram-se, hoje, muitos projetos de design centrados na experiência do usuário para com o objeto/produto. Na área do design editorial pode-se observar esse fenômeno não só em projetos de literatura infanto-juvenil (que já se utilizam da proposta sinestésica há mais tempo), mas também adulta, o que pode ser observado no catálogo de publicações da editora brasileira Cosacnaify¹.

É a partir da já citada noção de não-coisa, apresentada por Flusser, e de ideias desenvolvidas por Michel Maffesoli e Juremir Machado da Silva acerca dos Estudos do Imaginário, que este texto constrói alguns pressupostos a respeito da construção gráfica e da experiência de leitura proposta na *Coleção Particular* da editora Cosacnaify. Para analisar os objetos de estudo também tornou-se necessária uma breve busca por autoria em design, para melhor vislumbrar as possibilidades de criação e integração entre projeto gráfico e conteúdo textual dos livros.

Design e Imaginário

Ao longo da vida, o ser humano acumula referências, informações. Posteriormente, estas referências servem como um ponto de partida, como catalisador para criações e novas vivências. O imaginário é isto, é o que move os indivíduos. E, portanto, pode-se dizer que é um reservatório/motor (SILVA, 2006).

O imaginário, segundo Maffesoli, é sempre social, nunca individual. Os indivíduos são imersos em imaginários passíveis de alterações, pois os indivíduos são, ao mesmo tempo, autores e atores dos imaginários a que se submetem. Os indivíduos apreendem e constroem no imaginário, são sujeitos receptores e emissores, sempre ativos.

Imerso em imaginários, o sujeito designer projeta refletindo suas vivências. Maffesoli em seu *Elogio da razão sensível* fala que o poeta, ao escrever “desperta as vozes adormecidas na memória coletiva” (MAFFESOLI, 2001). No presente artigo, a figura do poeta pode ser

¹ Nas diversas publicações da editora o nome da mesma é encontrado com diferentes formas de grafia, como Cosacnaify, Cosac Naify e Cosac&Naify. Para ficar mais claro, neste texto foi adotada a grafia Cosacnaify.

substituída pela figura do designer, pois este é um ser que recebe informações do mundo e as modifica, gerando, então, novos objetos/produtos/experiências.

É importante que, se tratando de imaginário, se aceite e considere “a presença do imponderável, do acaso, do etéreo na cultura” (SILVA, 2006, p. 16), pois até mesmo o cientista mais objetivo “não pode eliminar inteiramente o seu imaginário para atuar em condições absolutas de objetividade e de neutralidade” (SILVA, 2006, p. 13). Assim, é necessário considerar o sensível, da mesma maneira que o intelecto, como integrante primário do conhecimento. Para tal abordagem este trabalho utiliza como método a sociologia compreensiva, atitude que aceita a presença do subjetivo e busca evitar a “petrificação do objeto analisado” (MAFFESOLI, 2010, p.24), ou seja, a definição/conceituação do objeto de estudo em categorias pré-existentes. Dessa maneira, o objeto é analisado fenomenologicamente, isto é, de maneira descritiva e sem qualquer avaliação de mérito.

Autoria em design

A autoria em design gráfico é considerada fruto da condição pós-moderna, visto que no período modernista, o design tinha como orientação o racionalismo, o que deixava poucos espaços para as construções individuais e emoções.

Foi somente com as vanguardas artísticas, surgidas no período de transição à pós-modernidade que o design tomou novos rumos e quebrou os paradigmas de legibilidade, clareza, geometrismo e harmonia. O modelo moderno, reflexo da industrialização e da guerra, já não era mais válido. O período que se iniciava era marcado pela subjetividade e emoção, os materiais se tornavam efêmeros e transitórios. O pós-moderno propõe espaço para todos os estilos, logo, “não há uma rejeição da modernidade, mas uma inclusão da mesma junto às tendências contemporâneas” (DALPIZZOLO; RAHDE, 2007, p. 3).

Desse modo, na contemporaneidade, valoriza-se o profissional de design como indivíduo e seu repertório, e há espaço para impressão do imaginário do designer-autor. Gruzynski fala que “o designer gráfico será sempre um mediador entre o leitor e o texto, e a ele caberá a decisão de configurar a mensagem de forma mais próxima da transparência ou da co-autoria” (GRUZYNSKI, 2000, p. 88-89).

A Coleção Particular

A coleção literária aqui analisada agrupa, até o presente momento, cinco livros: *Primeiro amor* (2004), de Samuel Beckett; *Bartleby, o escrivão: uma história de Wall Street* (2005), de Herman Melville; *A fera na selva* (2007), de Henry James; *Zazie no metrô* (2009), de Raymond Queneau e *Museu do romance da eterna* (2010), de Macedonio Fernandez.



Figura 1 - Capas dos livros pertencentes à Coleção Particular. Fonte: <http://editora.cosacnaify.com.br/SubHomeSecao/16/Coleção-particular.aspx>

A coleção aposta no projeto gráfico como fator a ser interpretado pelo leitor através da experiência proposta por cada um dos livros. E é justamente na experiência que se dá o caráter identitário desta coleção literária, já que seus volumes não possuem o mesmo suporte (diferentes papéis em diferentes gramaturas), elemento identitário (como um logotipo ou selo), cores e texturas ou tipografia semelhantes. Até mesmo a encadernação difere de um volume para outro, o que provoca o pensamento de que a unidade da coleção busca, justamente, a não-unificação, o que é também reforçado pelo seu nome, que parece respeitar as características de cada obra literária². E se forem observadas as datas de lançamento de cada livro, o caráter de não-unificação é ainda mais destacado, visto que as obras foram lançadas em diferentes momentos, o que mostra que a coleção pode ainda ser acrescida de volumes.

As análises presentes neste texto se configuram como breves descrições do projeto gráfico de cada um dos livros pertencentes à coleção e possíveis relações destes com a obra a que comportam. No que se refere ao caráter identitário da coleção são empregadas as noções de informação fixa e informação variável, utilizadas por Chico Homem de Melo, em seu artigo

² O termo respeitar é utilizado para ilustrar a possibilidade de cada obra ter seu projeto gráfico especial. De maneira alguma se procura fazer distinção de valor entre a coleção Particular e demais coleções que apostam em um projeto gráfico universal.

Design de livros: muitas capas, muitas caras, ao tratar de antigas coleções literárias brasileiras. A fim de tornar esta pesquisa mais coerente com o estudo realizado sob a perspectiva do designer enquanto possível autor e propositor, escolheu-se analisar apenas os livros com projeto gráfico de um mesmo profissional, a designer e arquiteta Elaine Ramos. Desse modo, o livro *A fera na selva*, com projeto gráfico assinado por Luciana Facchini não faz parte das análises que seguem.

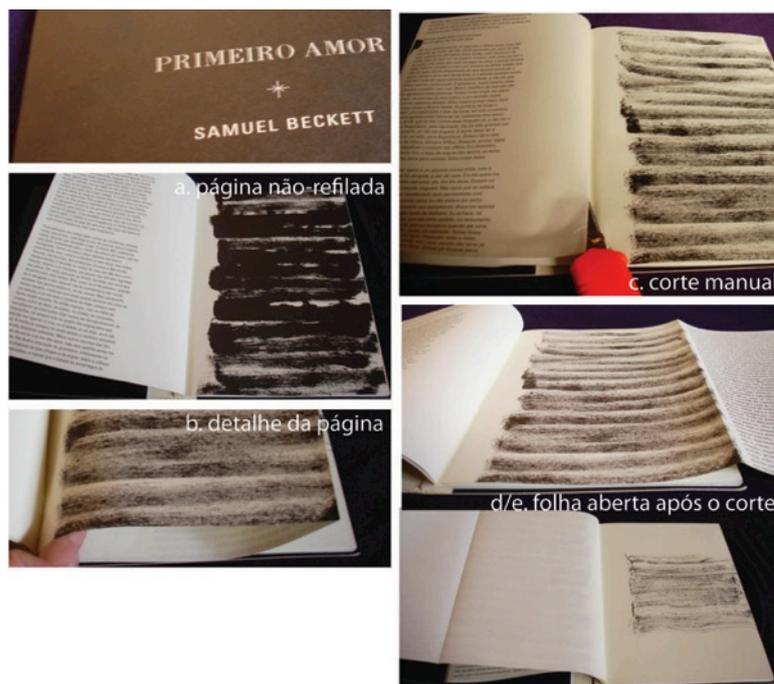


Figura 2 - Estrutura gráfica de *Primeiro Amor*.

O primeiro livro lançado pela coleção é *Primeiro Amor* de Samuel Beckett. O projeto gráfico de Elaine Ramos, que conta com os desenhos da também tradutora Célia Euvaldo, pode ser considerado um tanto perturbador pela tensão existente entre os desenhos (manchas e riscos em sua maioria negros) colocados em páginas ímpares e o texto agrupado nas páginas pares, sempre em caráter de oposição. A grande surpresa do projeto reside em suas páginas encadernadas de maneira que o leitor possa abrí-las com auxílio de uma lâmina junto à costura da lombada. Assim, após a operação de corte, o que antes eram página par e página ímpar (ou frente e verso da folha) se transformam em página única, se fundem em uma folha de exato dobro do tamanho. O projeto (assim como os desenhos que o compõe) procura captar a aura do texto de Beckett, que gira em torno de um homem e sua amada prostituta, seus encontros e perdas e a nostalgia do narrador pelo vivido.

Em *Bartleby, o escrivão*, é utilizado o mesmo recurso das páginas não-refiladas, mas neste caso é necessário o abrir de páginas para acontecer o ato de leitura. Assim, o livro pede mais do que uma simples leitura: o leitor necessita, literalmente, descosturá-lo e virá-lo do avesso. Capa e contracapa são costuradas uma na outra em linha vermelha. Após o exercício da (des) costura, o leitor se depara com um volume que, para a leitura da história, pede auxílio de uma lâmina cortante para suas páginas se abrirem e o texto surgir. Cria-se aí uma nova experiência, uma nova interpretação proposta pela designer Elaine Ramos para a novela escrita na segunda metade do século XIX. Além disso, o projeto acaba propondo uma reflexão (mesmo que involuntária) sobre o próprio objeto livro e sua história, visto que, na época em que a história foi escrita, por falta de acabamento e refile dos volumes, os próprios leitores muitas vezes tinham de destacar ou abrir as páginas de seus livros novos.

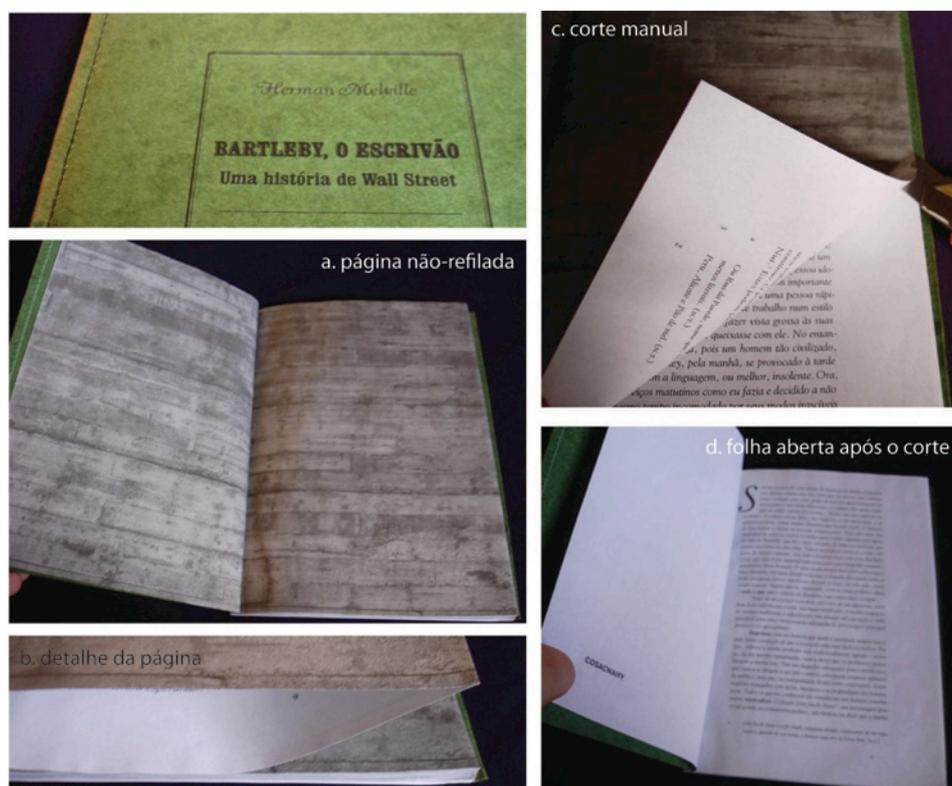


Figura 3 - Estrutura gráfica de *Bartleby, o escrivão*.

A história do livro se passa, basicamente, dentro de um escritório de advocacia em um “prédio sem número situado no meio das muralhas de Manhattan”, onde Bartleby trabalha como escrivão, mora e, é o lugar que, mesmo quando demitido, recusa-se a deixar - o que, mais tarde, acontecerá por ser processado por seu ex-patrão (o advogado) e encarcerado. Nas

palavras de Modesto Carone, no posfácio da edição: “Bartleby vai morrer de fome junto aos muros da prisão: da Wall Street até Tombs é só um passo e o enclausuramento de um homem livre como o escrivão é benéfico à força vital do advogado”. Se o escrivão vive entre muros - sejam muros de um escritório de advocacia ou muros da prisão - o leitor pode sentir o peso desses muros, o peso do enclausuramento de Bartleby, através do projeto gráfico proposto. O leitor terá de libertar o texto, extrair as palavras dos muros: os muros que Bartleby jamais conseguiu quebrar.

A estrutura de *Zazie no metrô*³ é semelhante a esta última, diferindo nas informações visíveis/ocultas. Se Bartleby possui o texto escondido entre páginas, *Zazie* possui o texto aparente e a abertura de páginas é necessária apenas para observação das ilustrações, cabendo ao leitor a decisão de refilear manualmente o livro, para apreciação plena, ou manter as folhas intactas, fazendo uma leitura das imagens de maneira invertida e sob o texto, através da transparência do papel. O projeto gráfico do livro também reflete antigas tradições em produção gráfica: pode-se observar que a impressão em cores é realizada apenas em azul e vermelho, que em determinado momento se fundem pelas camadas reticuladas, artifício muito utilizado para simular a quadricromia em momentos em que a técnica não possibilitava a impressão em quatro cores ou até mesmo quando a economia de recursos gráficos era bem-vinda.

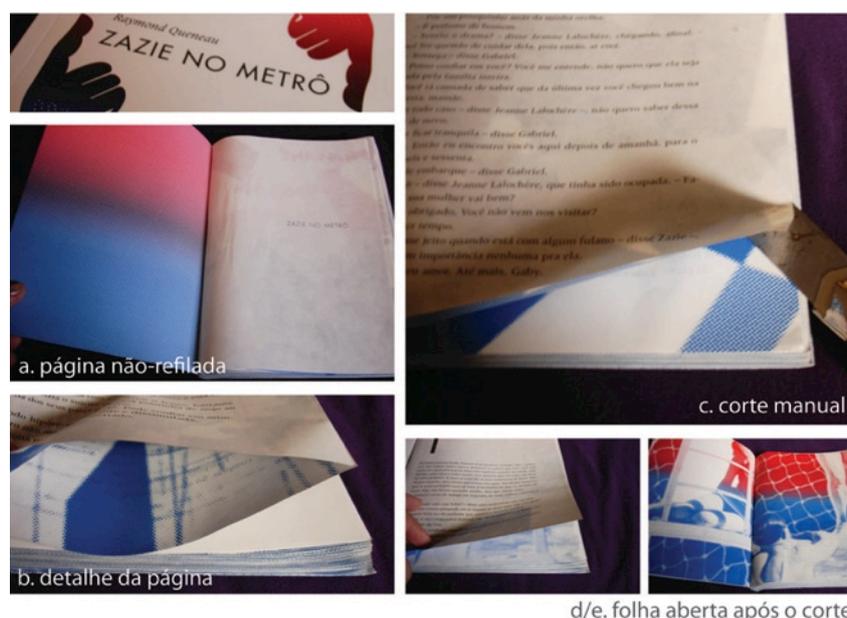


Figura 4 - Estrutura gráfica de *Zazie no metrô*.

³ O projeto gráfico do livro foi realizado por Elaine Ramos em parceria com Maria Carolina Sampaio.

Roland Barthes, no posfácio da presente edição, comenta sobre as “formas de duplicidade” da narrativa de Queneau (autor do livro), presentes na incerteza, na confusão entre papéis (o policial ao mesmo tempo é um tarado) e entre sexos (a personagem Marceline se torna Marcel). Sobre estas duplicidades Barthes deixa claro que o autor em momento algum procura apontá-las, apenas as deixa inscritas na trama, como faz o projeto gráfico com as ilustrações: elas estão ali e são visíveis, cabe ao leitor garantir a certeza do que vê abrindo a página ou se contentar com seus vestígios.

O último livro lançado na coleção, *Museu do romance da eterna*, não pede que seu leitor execute operações de corte, apenas que leia o texto presente em absolutamente todas as suas páginas, não deixando escapar nem mesmo sua capa, e quarta-capa e folhas de guarda. As folhas também possuem tamanhos diferentes, não se encaixando perfeitamente, como se o livro necessitasse, ainda, do acabamento da guilhotina - o que pode ser uma metáfora para uma obra literária inacabada.



Figura 5 - Estrutura gráfica de *Museu do romance da eterna*.

O texto no miolo do livro é dividido em pequenos trechos numerados, que por vezes são colocados dentro de *boxes*, até chegar a uma narrativa fluida (no que diz respeito a sua configuração visual). Este aspecto gráfico pode ser relacionado com o que Damián

Tabarovsky comenta no prefácio: “E na sua obra dispersa - que esquece em gavetas, que nunca se preocupa em publicar, que viaja de esquecimento em esquecimento (...)” e com o que o próprio autor do livro afirma quando diz “A desordem do meu livro é a de todas as vidas e obras aparentemente organizadas”. Assim, o leitor que tem em mãos este volume abarrotado de texto, aparentemente desorganizado, também tem em mãos uma obra escrita durante aproximadamente meio século que, segundo Tabarovsky, “se faz de retalhos, desvios, digressões”.

Para pensar no caráter identitário da coleção é necessário retomar o que foi falado na introdução às análises, sobre a coleção não se preocupar em explicitar sua unidade. É fato que existem mais informações variáveis do que fixas neste projeto e que sua unidade se dá principalmente pela experimentação proposta ao leitor. Ou seja, o leitor completa o projeto.

Considerações finais

Percebe-se, após as breves descrições da estrutura gráfica destes livros e de suas possíveis relações com o conteúdo textual, que o objetivo da coleção é ilustrar os textos com seu projeto gráfico.

É fato que alguns leitores se sentirão desconfortáveis com algum destes volumes apresentados em mãos, preferindo um livro com texto corrido e margens rigorosas. Justamente por isso, torna-se necessário deixar claro que este texto não busca fazer juízo de valor entre os diversos tipos de livro, mas apenas construir reflexões acerca das possibilidades do designer ao projetar este material. A partir das análises pode-se dizer que as relações entre autoria e imaginário no design gráfico parecem se completar. Se Gruzynski (2000) trata o designer como um mediador entre leitor e texto, aqui pode-se concluir que além deste mediador o designer é autor, pois o leitor acaba interpretando/vivenciando a história também pelas lentes deste profissional.

Referências bibliográficas

- COSACNAIFY**. Disponível em: <http://www.cosacnaify.com.br>. Acesso em: 04 dez. 2010.
- DALPIZZOLO, Jaqueline; RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Considerações sobre uma estética contemporânea. **E-compós**, abr. 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/149/150>. Acesso em: 26 nov. 2010.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GRUZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- SILVA, J. M. **As tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- MAFFESOLI, M. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- _____. **O conhecimento comum: introdução à sociologia compreensiva**. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- _____. **O instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas**. São Paulo: Zouk, 2003.
- MELO, C. H. Design de livros: muitas capas, muitas caras. In: MELO, C.H. **O design gráfico brasileiro: anos 60**. São Paulo: Cosacnaify, 2006.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Os Estrangeirismos nos Editorias de Moda

Celso T. Suono e Elvira B. da Silva

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Campus
Apucarana

celso.suono@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Os Estrangeirismos nos Editoriais de Moda

Foreign Words in Fashion Editorials

SUONO, Celso T.; Mestre em Desenho Industrial; UTFPR – Apucarana
SILVA, Elvira B. da; Doutoranda em Estudos da Linguagem; UTFPR – Apucarana

Resumo: Este trabalho apresenta resultado de pesquisa sobre levantamento referente a estrangeirismos presentes em editoriais de moda. A abordagem traz uma classificação para discutir as contribuições do uso de tais estrangeirismos no contexto dos editoriais analisados e da sua melhor compreensão como recurso linguístico criativo na produção de novos textos pelos profissionais da área.

Palavras-Chave: Moda. Editorial. Estrangeirismos.

Abstract: This study aims to show the results of a research about the presence of foreign words in fashion editorials. The approach brings the discussion about the contributions of the use of foreign words in the context of the editorials analyzed as well as understand them as a linguistic resource for creativeness in the production of new texts made by the professionals of the fashion area.

Keywords: Fashion. Editorial. Foreign Words.

Introdução

A história da humanidade tem nos revelado a comunicação como necessidade intrínseca nos homens. De acordo com Castilho & Martins (2005), a comunicação, a linguagem e o discurso devem ser vistos como práticas sociais que nascem e se organizam culturalmente, além de responderem a características inerentes aos contextos sociohistórico, econômico e cultural do ser humano.

Para Lurie (1997), a existência de um vocabulário na moda “é tão ou mais vasto do que o de qualquer língua falada, visto que inclui cada peça, estilo de cabelo e tipo de decoração do corpo já inventados”. Muitas dessas informações podem ser encontradas em textos de editoriais de moda.

Eventualmente, as revistas de moda costumam oferecer conselhos sobre a aparência que devemos adotar para estarmos antenados com as tendências do mercado. Os textos ali presentes constroem opiniões comunicativas ao leitor, em que formas, cores e texturas ganham intensidade significativa pelas palavras escritas.

Com o fenômeno da globalização e o surgimento de novas tecnologias, as formas de comunicação aprimoram-se e tornam-se cada vez mais autônomas. Novas estruturas – como, por exemplo, os estrangeirismos – surgem nos vários tipos de mídias, sejam elas impressas ou eletrônicas. Essas formas são, basicamente, elaboradas pelas experiências humanas, que criam construções cada vez mais dinâmicas, complexas e, ao mesmo tempo, sofisticadas que merecem atenção para análises no campo científico.

Os estrangeirismos e as trocas comunicativas

Elementos que não fazem parte do acervo lexical do idioma, isto é, do vocabulário, são denominados estrangeirismos, ou seja, são invasores no vernáculo dessa língua. O uso de estrangeirismos na língua portuguesa do Brasil sempre ocorreu, e não apenas na língua portuguesa, mas em quase todos os idiomas.

Os estrangeirismos são elementos enriquecedores, resultado do convívio cultural entre os povos. Para Martins (1997), “empréstimos de várias procedências são adotados por escritores desde o século XIX como consequência inevitável da influência cultural de outros povos”.

A Linguística estabelece uma diferença entre estrangeirismo e empréstimo linguístico: o estrangeirismo que mantém sua forma na língua que o adotou exatamente como ele é na língua original, será denominado sempre como estrangeirismo – caso das palavras *show* e *jeans*. Já, aquele que veste “a camisa verde-amarelo”, como por exemplo, jaqueta – derivado do inglês *jacket*, e abajur – procedente do francês *abat-jour*, é denominado empréstimo.

Proença Filho (2001) assevera que os brasileiros costumam apropriar-se de palavras de outras línguas e modificá-las para que fiquem com a “nossa cara”. Contudo, o projeto de lei nº 1676 de março de 2001 foi criado em contraponto a essa prática. Ele tinha como ideia primordial restringir o uso de palavras estrangeiras, o que obrigava o uso da língua portuguesa por brasileiros natos e naturalizados e pelos estrangeiros que moravam no Brasil havia mais de um ano. O documento era polêmico e pretendia reger o ensino e a aprendizagem, o trabalho, a parte jurídica, os meios de comunicação, os impressos e até a oralidade. Acreditava-se, com isso, na possibilidade de transformar tradições e costumes por meio de projetos de lei, como se as comunidades sociolinguísticas pudessem viver apenas no papel.

Se alguém olhar para a história da humanidade verá que as invasões linguísticas sempre acompanharam as invasões territoriais. Desde que o ser humano se encontrou pela primeira vez com outro ser humano, houve a imposição do vocabulário de um e a adoção desse léxico por parte do outro. Os estrangeirismos decorrem do progresso, principalmente na

tecnologia, no intercâmbio cultural, no comércio exterior e em diversas situações. A moda é uma área que contribui muito para a entrada de estrangeirismos em qualquer língua, especialmente na língua portuguesa do Brasil.

Metodologia

A proposta para análise dessa pesquisa é de natureza indutiva, com abordagem qualitativa e adoção de método experimental. O *corpus* proposto nesse estudo é constituído de textos de editoriais de moda, publicados entre o período de 2000 e 2002.

A escolha destes textos partiu do pressuposto de que eles atendem uma demanda, tanto de leitores inseridos em instituições acadêmicas, como docentes e estudantes da área de moda, bem como da comunidade circunscrita a esse âmbito, ou seja, profissionais que exercem algum tipo de atividade dentro desse segmento ou que se interessam por ele.

O foco do estudo consistiu em um levantamento das palavras consideradas estrangeirismos para identificar sua frequência de uso. Esse procedimento teve o objetivo de quantificar os termos fora do acervo lexical da língua portuguesa e observar de que idiomas eles procedem. A partir daí, foi possível realizar uma classificação desses estrangeirismos no que se refere à sua abonação na frase. Apontamentos quanto a esses estrangeirismos acerca de novos significados conotativos, incorporação oral e gráfica na língua portuguesa e intertextualidade foram analisados posteriormente, para o entendimento de sua aplicação no *corpus* dessa pesquisa e, também para futuras discussões.

Resultados e Análises

Acerca dos resultados obtidos no material coletado, nota-se frequência muito grande na utilização de estrangeirismos. Devido a esse fato, adotaremos como procedimento, comentar os casos mais relevantes para esta análise.

Para facilitar a visualização dessas informações, optou-se por organizá-las em tabelas e, na sequência, descrever as particularidades de cada editorial.

Tabela A – Editorial 1 (ed. 50) – Inverno 2000

Caso	Abonação do termo na frase	Nº de estrangeirismos	Classificação	Idioma
A-1	Cores calientes , para começar.	1	adjetivo	espanhol
A-2	E pele, definitivamente, o neutro mais chique da temporada.	1	adjetivo	francês
A-3	Couro metalizado, lurex dourado, tweed aluminium e por aí fora.	2	substantivo / adjetivo	inglês

A-4	Sem falar da overdose de paetês [...]	1	substantivo	inglês
A-5	No day by day .	1	expressão	inglês
A-6	É mesmo a comprinha- fashion mais urgente.	1	palavra valise	inglês
A-7	[...] nos joelhos para madame Belle de Jour .	1	expressão	francês
A-8	O hit da temporada.	1	substantivo	inglês
A-9	[...] e com um bom foulard amarradinho do pescoço.	1	substantivo	francês
A-10	As jaquetinhas up-to-date são bem mais curtas [...]	1	expressão	inglês
A-11	[...] em superestolas de carneiro frisé .	1	adjetivo	francês
A-12	[...] só por causa de um top de lapin rase .	2	substantivo / adjetivo	inglês / francês

Pode-se observar na Tabela A a ocorrência de 14 estrangeirismos, em que 5 se enquadram como substantivos, 5 como adjetivos, 3 como expressões e 1 como palavra valise (junção de palavras da lexia portuguesa e estrangeira ao mesmo tempo e que formam o termo).

Percebe-se que o substantivo *overdose* (caso A-4), que possui conotação negativa na mídia relacionada às drogas, ganha sentido positivo na abonação do termo na frase, no momento em que se acrescenta a esse significante a palavra “paetês”. Já os adjetivos *calientes* e *chique* (casos A-1 e A-2) são reconhecidos como palavras de fácil identificação em sua lexia, uma vez que são estrangeirismos praticamente adotados na oralidade da língua portuguesa.

É interessante também notar a presença da intertextualidade, com a expressão *Belle de Jour* (caso A-7). Mesmo sendo de procedência francesa, há uma rápida compreensão do seu significado, que remete à imagem da atriz Catherine Deneuve, considerada pela mídia cinematográfica a eterna *Bela da Tarde*.

Tabela B – Editorial 2 (ed. 52) – Verão 2001

Caso	Abonação do termo na frase	Nº de estrangeirismos	Classificação	Idioma
B-1	Outro Morumbi Fashion .	1	nome próprio	inglês
B-2	(tops amarrados no busto [...])	1	substantivo	inglês
B-3	[...] com explosões op art e pop art [...]	2	adjetivo	inglês
B-4	[...] ou nas ondas pops de Andy Warhol [...]	1	adjetivo	inglês
B-5	[...] sem falar da batida do rock -pauleira [...]	1	palavra valise	inglês
B-6	(um mix alucinógeno de Hell's Angels e Studio 54).	3	substantivo / nome próprio	inglês
B-7	Tem moda cult , tem moda chique , tem moda sexy , tem moda rebelde, tem moda sweet , tem moda kitsch , tem moda over [...]	6	adjetivo	inglês / francês / alemão

A Tabela B apresenta um aumento no uso de estrangeirismos, com 15 ocorrências. Além de 2 substantivos, 9 adjetivos e 1 palavra valise, ainda são encontrados 3 nomes próprios.

A propósito de nomes próprios nesse editorial, estes revelam um fato curioso que é a questão da tradução de estrangeirismos. Observa-se que é quase impossível aplicar essa prática, uma vez que muitos nomes próprios não são passíveis de tradução. Fica claro que a intenção intertextual dos termos *Morumbi Fashion*, *Hell's Angels* e *Studio 54* (casos B-1 e B-6) seria totalmente comprometida, caso fossem traduzidos para a nossa língua.

Dada a predominância dos adjetivos nesse editorial, vale fazer alguns comentários a respeito deles. O termo *chique* (caso B-7) aparece novamente no texto com a mesma conotação que no editorial anterior (ed. 50). Aqui também se constata a presença de outros termos de fácil reconhecimento pelas pessoas, como *sexy* = sensual e *kitsch* = brega (caso B-7). Já o substantivo *mix* (caso B-6) surge como um eventual estrangeirismo comumente utilizado pelos profissionais da área de moda.

Tabela C – Editorial 3 (ed. 55) – Inverno 2001

Caso	Abonação do termo na frase	Nº de estrangeirismos	Classificação	Idioma
C-1	Um bom minidress cortado de viés [...]	1	substantivo	inglês
C-2	Já a mulher cult prefere efeitos mais complexos [...]	1	adjetivo	inglês
C-3	Os leggings , paixão nacional [...]	1	substantivo	inglês
C-4	E mr. Jeans é, definitivamente, o melhor da moda brasileira.	1	nome próprio	inglês
C-5	A modelagem é “ superbe ” [...]	1	adjetivo	francês
C-6	[...] para a moda Made in Brazil [...]	1	expressão	inglês
C-7	Porque, sorry , nossas roupinhas melhoraram muito, [...] mas ainda estão calcadas demais no <i>blabláblá</i> das tendências internacionais.	1	expressão	inglês
C-8	Alguém capaz de dar uma virada na linguagem- fashion [...]	1	palavra valise	inglês
C-9	Duas coleções na contramão- fashion [...]	1	palavra valise	inglês

Na Tabela C é identificada a presença de 9 estrangeirismos. Nesse caso, com exceção do termo *superbe* (caso C-5), de origem francesa, verifica-se o domínio pelo uso da língua inglesa. Os estrangeirismos também aparecem com uma distribuição mais equilibrada e maior variedade na sua classificação, sendo 2 substantivos, 2 adjetivos, 2 expressões, 2 palavras valise e 1 nome próprio.

Destaca-se, aqui, o emprego do estrangeirismo *mr. Jeans* (caso C-4), transformado de substantivo comum para nome próprio, com o propósito de reafirmar que tal peça do

vestuário há muito deixou de ser básica para ganhar *status* de elegância. O pronome *mr.*, que antecede o termo *jeans*, revela que esta vestimenta tornou-se *senhor* absoluto no mercado de calças, com espaço democrático para todos os gêneros, classes sociais e faixas etárias.

A expressão *Made in Brazil* (caso C-6), que é anteposta à palavra “moda”, até poderia atribuir um grau de apelo nacionalista na sua conotação. Entretanto, ela perde sua força no momento em que se emprega a expressão *sorry* na seqüência (caso C-7), ao fazer uma crítica a respeito das tendências internacionais que influenciam as criações brasileiras.

Já a lexia *leggings* (caso C-3) nem mesmo é traduzida ou acompanhada da palavra calças (calças leggings), pois o termo se caracteriza como óbvio na medida em que o estrangeirismo se autodenomina por si como um determinado tipo de peça do vestuário.

Tabela D – Editorial 4 (ed. 56) – Verão 2002

Caso	Abonação do termo na frase	Nº de estrangeirismos	Classificação	Idioma
D-1	A bandeira fashion da mulher brasileira é a sensualidade “ avant tout ” e chega.	2	adjetivo / expressão	inglês / francês
D-2	[...] Todos os “ must have ” da temporada internacional.	1	expressão	inglês
D-3	Força no drapê , queridinha.	1	substantivo	francês
D-4	Vestidinho sem “ponto smock ” [...]	1	substantivo	inglês
D-5	E quilos de cristal. Partout!	1	advérbio	francês
D-6	Mas “ sponsor é sponsor ” [...]	1	expressão	inglês
D-7	O shape quase sempre é fluído [...]	1	substantivo	inglês
D-8	Para a new generation , é a hora e a vez [...]	1	expressão	inglês
D-9	[...] onde os punks do pedaço são chegados em colares de ibiscos...	1	substantivo	inglês
D-10	Nossos maiôs, é claro, cuja ginga fashion mata mesmo de inveja [...]	1	adjetivo	inglês
D-11	[...] e a rosa chá dá show de bossa [...]	1	substantivo	inglês
D-12	Why not?	1	expressão	inglês
D-13	Mas, hélas , as chances de emplacar “no mundo”, para nosso prêt-à-porter , são bem menores.	2	interjeição / expressão	francês
D-14	[...] completamente dependente dos cacoetes fashion que pululam [...]	1	adjetivo	inglês
D-15	[...] é o caso do wonderful Marcelo Sommer [...]	1	adjetivo	inglês
D-16	[...] sacodem a poeira da nossa mesmice fashion [...]	1	substantivo	inglês

A Tabela D apresenta a ocorrência de 18 estrangeirismos, com 6 classificados como substantivos, 4 como adjetivos, 6 como expressões, 1 como advérbio e 1 como interjeição.

Entre os estrangeirismos identificados vale destacar aqui a construção “*sponsor é sponsor*” (caso D-6). Neste caso, o verbo inglês *to sponsor* – que significa patrocinar – descaracteriza-se da sua função para se transformar em uma expressão peculiar, com a colocação de um outro verbo em português (é) entre a repetição do verbo estrangeiro. Nesta

situação, é perceptível o uso da autoridade da jornalista como editora do veículo e a licença obtida por quem escreve ou edita.

Já o termo *punks* (caso D-9) pode ser considerado como um estrangeirismo adotado, não apenas no contexto lexical da moda, mas também por toda a comunidade linguística quando se refere a participantes de uma determinada tribo urbana que se veste e comporta como tal. Nessa mesma linha, a expressão *prêt-à-porter* (caso D-13), usual e corriqueira na moda, afirma-se como um estrangeirismo que faz parte do jargão técnico dos profissionais da área.

Tabela E – Editorial 5 (ed. 57) – Inverno 2002

Caso	Abonação do termo na frase	Nº de estrangeirismos	Classificação	Idioma
E-1	Uma camisa branca [...] no melhor estilo “entrevista com o Vampiro”, que, darling , é impossível não ter.	1	vocativo	inglês
E-2	Acho também tudo de bom o jeans-wear de luxo [...]	1	expressão	inglês
E-3	[...] com toda a sua “loucura” de aventureiro/a very sexy .	1	adjetivo	inglês
E-4	Não existe nada mesmo mais “crocante” para a new-galera e o Oscar da moda definitivamente vai para Mr. Denim este ano.	3	palavra valise / nome próprio	inglês
E-5	[...] com seu mix étnico bem sacado [...]	1	substantivo	inglês
E-6	Acho essa mulher “ voyage ” superfascinante [...]	1	adjetivo	francês
E-7	Sem falar que a paixão pelo handmade agora é sintoma- fashion internacional.	2	substantivo / palavra valise	inglês
E-8	Completamente “noutras”, os vestidos negros – quase origamis -nuvens [...] flutuando no grand monde .	2	palavra valise / substantivo	japonês / francês
E-9	Para a turminha cult [...]	1	adjetivo	inglês
E-10	[...] um mix de estilo renascentista [...]	1	substantivo	inglês
E-11	[...] bateu um ataque de “ puffs ” vitorianos [...] da chamada tendência- fashion .	2	substantivo / palavra valise	inglês
E-12	Anyway , o SPFW reúne muitas trips contraditórias.	2	expressão / substantivo	inglês
E-13	[...] comparar o style da indústria de grande porte [...]	1	substantivo	inglês

Conforme se observa na Tabela E, verifica-se a presença de 19 ocorrências de estrangeirismos ao longo do texto. Quanto à sua classificação, identificam-se 7 substantivos, 3 adjetivos, 2 expressões, 4 palavras valise, 2 nomes próprios e 1 vocativo.

Observa-se em situação anterior na Tabela D (caso D-8) a utilização do estrangeirismo *new-generation*, com a mesma conotação que o termo *new-galera* (caso E-4), que alude à linguagem do jovem. Nota-se aqui o aprimoramento no uso do estrangeirismo de um editorial

para outro, já que as palavras *new* + *galera* são manipuladas para reinventar e criar nova palavra valise.

Como dito anteriormente, o contato entre os povos faz com que ocorram as trocas linguísticas. Mesmo oriunda de um país localizado do outro lado do mundo, o estrangeirismo nipônico *origami*, presente em *origamis*-nuvens (caso E-8), atesta a sua incorporação na cultura brasileira. Sua relação no contexto do editorial evoca a imagem de leveza e delicadeza que, provavelmente, as peças de vestuário teriam transmitido, bem como a relação de paciência e labor que se tem da cultura japonesa.

Por fim, o uso de estrangeirismos como *darling* (caso E-1) e *anyway* (caso E-12) revelam certo grau de ironia impregnado no discurso do texto. O tom sarcástico é, praticamente, a *trade-mark* em todos os editoriais analisados, que pode ser entendido como recurso estilístico da criatividade de quem escreve.

Considerações Finais

Os anglicismos, ou seja, palavras e/ou expressões advindas da língua inglesa são predominantes nos textos analisados, uma vez que o contato cultural e as relações comerciais com os Estados Unidos têm sido uma realidade inevitável.

É sabido também que a globalização ou, mais propriamente, a americanização quer, por meio de seu domínio tecnológico, deter a informação e tornar possível o sonho de o mundo inteiro falar uma mesma língua, o inglês americano. Contudo, o uso de estrangeirismos por outros povos não deve ser encarado sob essa ótica, uma vez que a necessidade de se expressar pelo verbo, a vontade de comunicar a emoção por meio da palavra, a afirmação da existência de um povo e tudo que o caracteriza, só é possível por intermédio da língua materna, porque é ela que traduz a verdadeira essência do que torna comum a ação de uma comunidade, esteja ela numa pequena ou grande extensão territorial como o Brasil.

Não se deve entender as análises e discussões aqui apresentadas como uma apologia ao uso de estrangeirismos, mas sim, observá-las com um *start* que traga novas contribuições para a área. Da mesma maneira que estudos direcionados para o entendimento das ferramentas criativas que envolvem a linguagem não-verbal crescem a cada dia, espera-se com esse trabalho, que as produções da linguagem verbal sejam vistas com a mesma atenção pelos pesquisadores, já que elas também apresentam recursos linguísticos criativos muitas vezes desconhecidos por aqueles que lidam com a moda no seu dia-a-dia.

Referências

ALVES, Ieda. **Neologismo: criação lexical**. São Paulo: Ática, 1990.

ALVES, Rubem. **Filosofia da ciência**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BRASIL. Projeto de lei nº 1676, de março de 2001. O Projeto de Lei define como prática abusiva os casos em que a palavra ou expressão em língua estrangeira utilizada, tiver equivalente em língua portuguesa. **Diário Oficial da União República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, mar. 2001. Disponível em: <[http://www. Linguagem, Cultura e Transformação](http://www.Linguagem,Cultura e Transformação)>. Acesso em: 28 jul. 2009.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M.. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

CUNHA, Antonio Geraldo. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

GUERREIRO, Regina. **Editorial. Caras Especial Moda**, São Paulo, edição nº 50, 2000.

_____. **Editorial. Caras Especial Moda**, São Paulo, edição nº 52, 2000.

_____. **Editorial. Caras Especial Moda**, São Paulo, edição nº 55, 2001.

_____. **Editorial. Caras Especial Moda**, São Paulo, edição nº 56, 2001.

_____. **Editorial. Caras Especial Moda**, São Paulo, edição nº 57, 2002.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro; Objetiva, 2004.

LURIE, Alison. **A linguagem da roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MARTINS, Nilce Santana. **Introdução à estilística**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1997.

PROENÇA FILHO, Antonio. **Os estrangeirismos e os brasileirismos. Planos**, São Paulo, v. 1, p. 25, set. 2001.

SABINO. Marco. **Dicionário da moda**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

O design vernacular nos espaços contemporâneos

Claudia Francia do Amaral e Leila Lemgruber Queiroz

PUC-Rio

claudiafrancia@gmail.com | leilalemgruber@globo.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

O design vernacular nos espaços contemporâneos

Vernacular design in contemporary spaces

Amaral, Claudia Francia do; Mestranda em Design; Puc-Rio
claudiafrancia@gmail.com

Queiroz, Leila Lemgruber; Doutora em Design; Puc-Rio
leilalemgruber@globo.com

Resumo

O objeto deste artigo é uma reflexão sobre os espaços dos botequins da cidade do Rio de Janeiro. Será contemplado o conceito de design vernacular, entendido como uma vinculação a algo nacional, próprio de uma região, popular. O termo é usado com a intenção de designar a produção de design nacional, na qual difere da definição de design produzido por indivíduos formados por instituições legitimadoras da profissão. A intenção é apresentar uma análise dos simulacros construídos a partir da apropriação destes espaços vernaculares e sua representatividade nos diversos contextos sociais contemporâneos.

Palavras Chave: design vernacular; simulacro; botequim.

Abstract

The object of this paper is a reflection about the spaces of the bars of the city of Rio de Janeiro. It will cover the concept of the vernacular design, viewed as a link to something national, typical of a region, popular. The term is intended to designate the national production design, which differs from the design produced by individuals trained by the legitimating institutions of the profession. The intention is to present an analysis of simulacrum built from the appropriation of these vernaculars spaces and their representativeness in the various contemporary social contexts.

Keywords: vernacular design simulacrum; bars of Rio de Janeiro.

O design vernacular nos espaços contemporâneos.

O Brasil, mais especificamente o Rio de Janeiro, é conhecido no exterior por seus botequins, assim como a França é conhecida por seus bistrôs e a Inglaterra por seus pubs. Estes estabelecimentos surgiram com a abertura dos armazéns portugueses no Rio de Janeiro do século XIX. O Dicionário Michaelis da Língua Portuguesa, afirma que o termo português botequim vem do italiano “botteghino” e pode significar casa de bebidas, casa de pasto de categoria inferior, café. Em Portugal, a palavra “botica” era usada para definir o comércio de secos e molhados que vendia mantimentos e miudezas, o mesmo significado que se atribui à bodega espanhola. Eventualmente, para alguns etimólogos, o termo se origina no provençal *botica*, do grego apothêkê.

A partir desta breve introdução, iniciamos este artigo exercendo um primeiro olhar sobre o design vernacular dos botequins da cidade do Rio de Janeiro. Portanto, para que seja possível um melhor entendimento sobre esta questão é necessário discorrer sobre o conceito vernacular. Podemos aqui afirmar que o campo delimitado pelo design vernacular não aponta um estudo acadêmico prévio. O campo é criado a partir da cultura popular, da região em que ele está inserido. Assim sendo, difere do design dito “culto”, que possui a legitimação dos meios acadêmicos. Apesar de serem concebidos de modos diferenciados, são espaços que convivem com a mesma sociedade, em um mesmo período, atendendo as necessidades de grupos sociais distintos.



Figura 1: Bar Bracarense, Rua José Linhares, Leblon

Importante ressaltar que em um ambiente vernacular os artefatos industrializados, produzidos muitas vezes por designers ditos acadêmicos, se fazem presente. A partir desta análise, acentuamos que neste cenário o que lhes confere características populares é traduzido pela maneira como são utilizados e como a composição dos espaços é elaborada.

Os botequins contemporâneos que são projetados por designers, arquitetos, ou seja, pessoas que a sociedade culta, com formação acadêmica, respalda como aptas a elaboração do espaço, têm como proposta estudar o “programa do projeto”. Análise do espaço, das pessoas, da localização, da investigação e do mapeamento da demanda do grupo social para qual está sendo elaborado o novo botequim são variáveis, dentre tantas, que compõem o levantamento considerado como atitude *a priori* de um projeto.

Cabe aqui também apontar a execução destes espaços utilizando-se o sistema de franquias, na qual existe um modelo que é reproduzido, como cópia em qualquer lugar em que os estudos de prospecção acusem a necessidade de um novo negócio.

Retornando nossa reflexão sobre botequins contemporâneos, muitas vezes denominados de novos, entendemos que são espaços de convivência que atendem a vários aspectos sociais, podendo até serem considerados espaços característicos da *boa conversa*.

Porém, o que pretendemos colocar em pauta neste artigo é o fato destes botequins se apresentarem como simulacros dos populares. Verificamos que no panorama contemporâneo, todos têm o mesmo conceito, porém, cada qual possui sua própria identidade.

O design vernacular nos espaços contemporâneos.

Sobre os simulacros Baudrillard¹ afirma que: *Já não se trata de imitação, nem de dobragem, nem mesmo de paródia. Trata-se de uma substituição no real dos signos do real (...).*

*Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma ausência.*²

Os botequins da cidade do Rio de Janeiro, os ditos “pé – sujo”, podem ser uma representação do estilo de vida do carioca, ou a caricatura desse modo de viver. O carioca típico seria aquela pessoa descontraída, boêmia, que gosta de jogar conversa fora com os amigos, de ir ao bar e tomar um chope bem gelado. Temos como imagem, o mulato de palheta e camisa listrada batucando um samba na mesa de bar. Estes lugares também possuem signos que o imaginário social identifica como sendo de botequim. Como exemplo pode-se citar a mesa de tampo de mármore com as suas cadeiras de madeira. O espaço típico também deve ter um balcão onde são expostos os quitutes. As paredes tanto podem ser forradas de azulejos como também apresentar, em pinturas, paisagens cariocas. Há inclusive um estilo de pintura típico para botequins.

Os botequins “da moda” são os simulacros do jeito carioca de ser, ou seja, tentam reproduzir o ambiente vernacular apropriando-se dos seus símbolos mais conhecidos. Transformando estes simulacros na Disneylândia carioca. Para Baudrillard a Disneylândia *é um modelo perfeito de todos os tipos de simulacro confundidos.*³ Esta representa o “*american way of life*”.

Na contemporaneidade o estilo de vida carioca reificou-se e se tornou um produto de troca comercial. Podemos ver estes espaços reproduzidos em outros estados do Brasil e também no exterior (figura 2).

¹ BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulações, Lisboa, Relógio d’água, 1991.p.9

² *Ibidem*,p.9

³ *Ibidem*,p.20



Figura 2: Botequim Carioca, Berlim

Porém, o botequim que hoje conhecemos pode ser considerado uma *tradição inventada* para atender a nossa sociedade de consumo. De acordo com Hobsbawm⁴, o termo tradição inventada refere-se a um conjunto de práticas que pode ser apresentada como sendo de natureza ritual ou simbólica. Mas, através da repetição, estas práticas, inculcam valores e normas comportamentais que nos remetem a uma linha contínua de volta ao passado.

Sendo assim, pode-se dizer que os novos botequins são ambientes que reproduzem um estilo de vida despojado, porém totalmente controlado, ou seja, seguro para quem o frequenta. São locais confortáveis, em que normalmente a comida é de boa qualidade e o ambiente aponta certa indicação da distinção social em relação aos já proclamados vernaculares. Alguns até possuem estacionamento. Portanto, a frequência é de uma camada social considerada mais privilegiada do que nos vernaculares, inclusive com a presença maior de mulheres. Toda a ambiência é projetada para que o indivíduo que o frequenta sinta-se pertencendo a este estilo de vida, porém, distante dos perigos e incertezas que cercam os botequins vernaculares.

⁴ HOBBSAWM, Eric. RANGER, Terence. A invenção das tradições. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

O design vernacular nos espaços contemporâneos.

Os espaços contemporâneos se adaptaram à sociedade atual, que também pode ser definida como sociedade do espetáculo. Através do pensamento de Guy Debord⁵ podemos ampliar o conceito desta sociedade, dita do espetáculo. De acordo com o autor, o espetáculo não pode ser considerado um complemento ao mundo real e sim, *o coração da irrealidade da sociedade real*. Sua escolha, como modelo da vida socialmente dominante constitui um vetor já formatado na produção e mais adiante no processo do consumo. Sendo assim,

A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna.

A questão norteadora deste artigo está direcionada na problematização do significado destes espaços para os agentes contemporâneos. Desta forma, introduzimos o conceito de espaço através do geógrafo Milton Santos⁶. A ênfase que aqui se coloca ao espaço, não corresponde a uma mera delimitação, mas a dimensões de ordem econômica, social, política e cultural. A natureza do espaço encontra-se, assim, formada *pelo resultado material acumulado das ações humanas através do tempo, e, de outro lado, animado pelas ações atuais que hoje lhe atribuem um dinamismo e uma funcionalidade*.

Apesar da sociedade, em certas situações, transformar a organização dos espaços através de processos dinâmicos e disruptivos, o que pretendemos colocar à mostra se esbarra na permanência de formas espaciais com algumas *pinçeladas pós-modernas* para que estejam inseridas nos ares da contemporaneidade. Contudo, esses espaços, considerados como representações sociais, renovados, convivem com aqueles ditos vernaculares.

⁵ DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo
<http://www.ebooksbrasil.com/eLibris/socespetaculo.html>, 2003. p.9 e p.10

⁶ SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção / Milton Santos. - 4. ed. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

Podemos, inclusive, assinalar aqueles botequins localizados em shoppings (figura 3) que fogem totalmente da raiz vernacular, mas atendem a demanda comercial: ele precisa estar em um ambiente que tenha o apelo de “paraíso na terra”. De acordo com este cenário construído, o individuo contemporâneo não tem a preocupação em *ser*⁷, ele é um acumulador, quer *ter*, e, mais ainda, ele quer *parecer*. Neste caso, ressaltamos o desejo de pertencimento a um grupo ou comunidade através da permanência em um dado território.

O espaço aqui considerado, botequim, representa neste desdobramento um processo de representação e de resistência social. Mas este mesmo espaço, povoado de artefatos e configurações, se presta a imprimir distinções sociais.



Figura 3: Botequim Informal (Shopping Leblon)

Contudo, quando acentuamos o verbo *parecer*, nos reportamos a todos os valores simbólicos que norteiam um campo determinado. Neste caso, os valores simbólicos representados por todos os artefatos e a própria configuração do espaço, expressam a identidade do local. Algumas características constroem esta identidade. Por exemplo, o ambiente do botequim é sempre um espaço informal e de tamanho reduzido. Nos botequins entendidos aqui como vernaculares, nota-se que não há preocupação na ordenação do espaço de maneira convencional. São organizados seguindo uma lógica própria. As garrafas estão colocadas em prateleiras mais não

⁷ FROMN, Erich. Ter ou Ser? Rio de Janeiro, LTC, 2008

O design vernacular nos espaços contemporâneos.

expostas como no botequim “projetado”. Normalmente as peças que compõem o botequim vernacular são organizadas apenas por setorização, ou seja, cada objeto tem o seu lugar sem a preocupação com uma estética formal.

Porém, este território também nos remete a outro processo dinâmico em nossa sociedade: aparecer, estar junto, *jogar conversa fora*. Desta forma, o que se discute, neste artigo, é a permanência na tão falada pós-modernidade, de hábitos que exigem uma ambiência e de uma família de artefatos que legitimem este território. E, para tanto, instalamos simulacros para satisfazer nossos desejos que se encontram perdidos, em algum tempo, em alguma esquina.

(...) Pois os bares nascem, vivem, parecem eternos a um determinado momento, e morrem. Morrem numa quarta-feira, como diria Mário de Andrade. O obituário dessas casas fica registrado no livro de memórias. Recordá-los, os bares mortos, é contar a história de uma cidade. Melhor, é fazer o levantamento das cidades que passaram por dentro de uma única cidade. Mesmo num lugar como Paris, que apesar dos pesares procura preservar a imagem histórica, os cafés de Leon-Paul Fargue não foram os cafés de Alphonse Daudet, e este não respirou a atmosfera dos cafés de Stendhal. (...)

Os bares morrem numa quarta-feira

Paulo Mendes Campos

Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulações**, Lisboa, Relógio d'água, 1991.

CARDOSO, Fernanda de Abreu. **Design Gráfico Vernacular: a arte dos letristas**.
Dissertação de Design PUC - Rio, 2003.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**
<http://www.ebooksbrasil.com/eLibris/socespetaculo.html>, 2003

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

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção /**
Milton Santos. - 4. ed. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

XXX – o erotismo para além do design

Cristiane Iannacconi

PUC-Rio

cidesign98@yahoo.com.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

XXX – O erotismo para além do *design*

Palavras-chave: Cultura material, design, subjetividade, imaginário, erotismo.

Resumo: Apontamentos sobre a importância do *design* na construção do erotismo no Brasil, a partir da análise de elementos fundamentais para a produção de seu sentido e considerações sobre a fama sexual do povo brasileiro mundo afora.

Key words: *Material culture, design, subjectivity, imaginary, eroticism.*

Abstract: *Notes about the importance of design in the construction of eroticism in Brazil based on the analysis of key elements for the production of meaning and considerations about the sexual reputation of the Brazilian people across the world.*

Pretendo desvelar aqui alguns aspectos sobre a construção do erotismo em nosso país. Trata-se, em parte, de anunciar algumas questões sobre a tese que, dando continuidade à pesquisa iniciada há alguns anos, pretende inaugurar uma arqueologia do erotismo no Brasil. Selecionei para esta edição do *Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas* alguns leiautes diversos, nos quais o sentido erótico se dá na relação com as palavras.

Eros está em toda parte e sempre ao nosso alcance. Ele está na arte, na moda, no *design*, na música, no cinema, no campo editorial, na indústria e no comércio. É usado para promover todo tipo de campanhas, serviços, ideias e produtos em geral. Está em marcas, cartazes, capas de livros e CDs, material promocional e pontos de venda. Está tão presente no Brasil, que acreditamos e vendemos a ideia de sermos um povo que esbanja beleza e sensualidade nata.

Muitos produtos, que não fazem parte do mercado erótico, revelam uma relação extremamente ambígua com o sentido erótico em suas representações. Boa parte desses produtos não possui uma ligação imediatamente direta com as práticas sexuais. E se "toda impressão é subjetiva" (JAPIASSÚ, 1996, p. 254), o sentido erótico é validado na medida em que se faz notável para muitos. A priori, alguns desses leiautes nem deveriam possibilitar essa relação de duplo sentido, como encontrado em produtos infantis e religiosos. Em outros casos, é difícil compreender se a ambiguidade relacionada ao erotismo visível em tais imagens é

fruto de inocência ou sofisticação, se foi pensada propositalmente ou se trata-se de mero descuido daquele que produziu e daquele que aprovou a arte no caso do *design*. Da mesma forma, o inverso também acontece: algumas das peças de divulgação de produtos do mercado erótico podem ser bem ‘recatadas’.

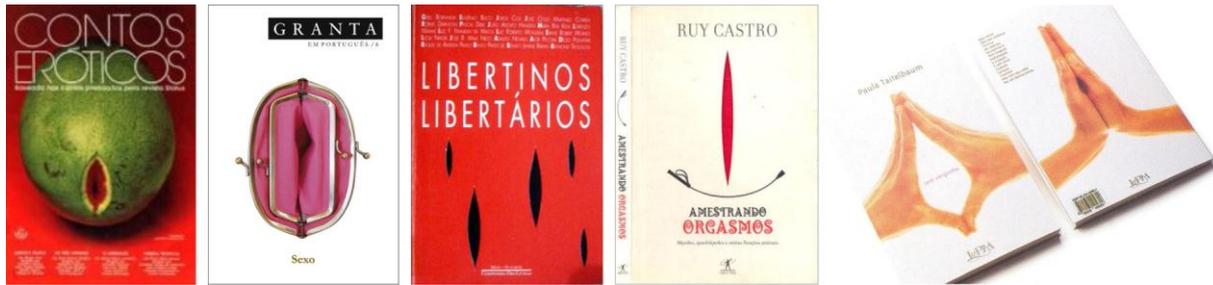
Dessa forma, em doses diversas, seja de forma mais velada ou explícita, o erotismo vem sendo explorado constantemente como valor agregado pelo *design*. E tanto, que as revistas especializadas têm abordado o tema com maior frequência em matérias que anunciam “como abordar temas eróticos, sem vulgaridade e de forma criativa” (capa da revista *Computer Arts*, quadro 4), além das exposições sobre o tema 'design e sexo' que proliferam mundo afora. Parece que estamos comunicando cada vez mais através do erotismo. Outra coisa é como o sujeito vê e se relaciona com essas referências. Alguns dizem que é porque sexo vende. Contudo não podemos reduzir tudo a isso, ainda há muito além.

O corpo

Na panóplia do consumo, o mais belo, precioso e resplandecente de todos os objetos – ainda mais carregado de conotações que o automóvel que, no entanto, resume a todos é o **corpo**. A sua 'redescoberta', após uma era milenária de puritanismo, sob o signo da libertação física e sexual, a onipresença (em especial, do corpo feminino – ver-se-á porquê) na publicidade, na moda, e na cultura das massas – o culto higiênico, dietético e terapêutico com que se rodeia, a obsessão pela juventude, elegância, virilidade/feminilidade, cuidados, regimes, práticas sacrificiais que com ele se conectam, o 'mito do prazer' que o circunda – tudo hoje testemunha que o **corpo** se tornou objeto de salvação. (BAUDRILLARD, 1995 p. 136)

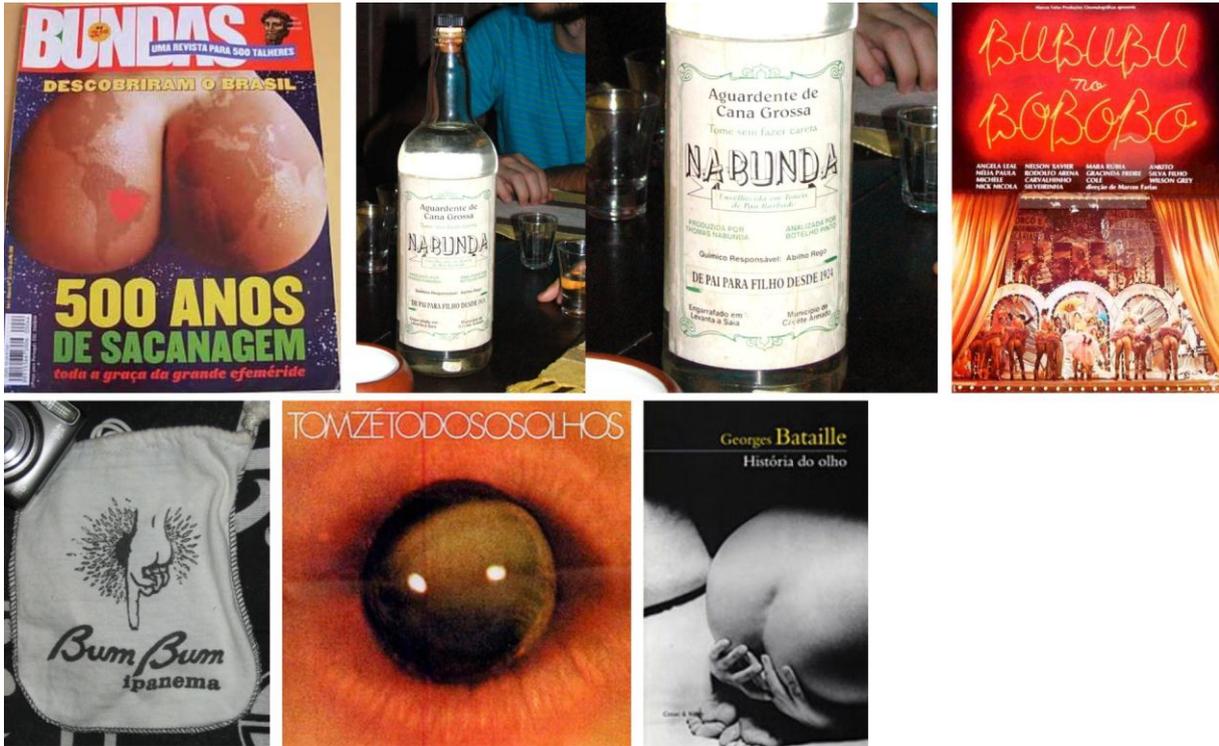
O corpo é o incessante objeto de desejo. E é sobre esse corpo que se constrói a relação erótica, seja na representação nua e crua de sua carne, seja no fetiche dos adornos que o enfeitam. Os demais objetos teimam em ocupar criativamente seu lugar. Na verdade, enfeitamos qualquer coisa que se possa imaginar.

Desta maneira, o corpo, depois de se ter tornado o mais belo objeto de solicitude, monopoliza em seu proveito toda a afetividade que se diz normal (para com outras pessoas reais), sem no entanto assumir valor próprio, já que qualquer outro objeto é capaz, neste processo de desvio afetivo e de acordo com a mesma lógica fetichista, de desempenhar idêntica função. O corpo limita-se a ser o mais belo dos objetos que possuem, manipulam e consomem psiquicamente. (BAUDRILLARD, 1995, p. 138)



Quadro 1 – Cartaz do filme *Contos eróticos*, Embrafilme, 1977. Capa da revista *Granta*, volume 6: *Sexo*. Capa do livro *Amestrando orgasmos*, de Ruy Castro. Capa do livro *Sem vergonha*, de Paula Taitelbaum. Capa do livro *Libertinos libertários*, de Adauto Neves (ver bibliografia).

Órgãos sexuais são facilmente representados por elementos pontuais. No quadro 1, a ideia de vulva é transmitida através de uma melancia, uma bolsinha semiaberta, frestas geométricas ou desenhadas por duas mãos, que não fosse pelas palavras associadas, poderia passar despercebida. A associação entre essas imagens e seu sentido erótico consolida-se na composição com as palavras titulares das peças *Contos eróticos*, *Sexo*, *Libertinos libertários*, *Amestrando orgasmos* e *Sem vergonha*. Para a capa do livro de poemas *Sem vergonha*, conforme relatado no Catálogo da Bienal de Design de 2000, por exemplo, a solução adotada pelas *designers* foi “o encontro de mãos delicadas formando a fresta maliciosa”. Na pornochanchada *Contos eróticos*, a melancia é o próprio fruto do desejo proibido, o depositário do gozo do protagonista de uma das histórias contadas intitulada *Vereda tropical* (justamente a parte do filme proibida pela cesura na época). Usar as frutas, entre outros alimentos, é muito comum para criar analogias sexuais: a maçã (que representa o pecado original na própria Bíblia), o morango, a cereja, a melancia, a pimenta, figo, a banana (usada para representar o falo), etc. Não é à toa que hoje presenciamos a proliferação das mulheres fruta do *funk carioca*.



Quadro 2 – Capa da revista *Bundas*, número 44, 2000. Rótulo da aguardente de cana Na Bunda, Parati, RJ. Cartaz do filme *Bububú no Bobobó*. Embalagem de biquíni da loja Bumbum Ipanema. Capa do disco *Todos os olhos*, de Tom Zé, 1973. Capa do livro *História do olho*, de Georges Bataille.

Quando a representação trata da aclamada preferência nacional, perdoem o trocadilho, a bunda abunda. Vejamos o quadro 2. Ela está no título de corpulento destaque e na foto de fundo da capa da revista produzida pelo cartunista Ziraldo. Fazendo referência a outra revista nacional de grande tiragem, ele admite: "quem coloca a bunda em *Caras*, não coloca a cara em *Bundas*". A grande 'sacanagem' anunciada nessa capa, e articulada por jornalistas e cartunistas ao longo de suas edições, é na verdade fruto de sua indignação sócio-política. Não há novidade em usar o erotismo aliado a boas doses de humor sarcástico para esse tipo de crítica. Já no caso da cachaça artesanal Na Bunda, não há nenhuma crítica social, apenas piada. O texto que apresenta o produto abusa de referências sexuais de duplo sentido, do chamado baixo calão. Nas recomendações gerais, sugere-se que o consumidor "experimente tomar Na Bunda. É a nova coqueluche nacional". Podemos supor que essa relação aconteça por se tratar de um produto nacional destinado a adultos, sendo que seu consumo não requer seriedade, muito pelo contrário. Se por um lado a revista de Ziraldo e a cachaça Na Bunda oferecem com muita clareza seu sentido cômico, *Bububú no Bobobó* dá margem a diversas interpretações. O cartaz do filme traz, sob o título escrito em neon, uma fotografia das dançarinas que exibem suas fartas nádegas sobre o palco do teatro de revista. Essa imagem associada ao título parece querer sugerir o mesmo que o rótulo da cachaça recomenda. Um

trocadilho digno do humor brasileiro feito para dizer o indizível, um ato passível de censura dentro do contexto da época. Que jogo intrigante, laçar o nó com o erótico ora sobre a imagem pictórica, ora sobre as palavras e daí tirar seu proveito.

No disco *Todos os olhos*, do tropicalista Tom Zé (quadro 2), uma fotografia polêmica provoca uma sensação no mínimo desconcertante. É difícil apreender exatamente de que se trata o objeto: uma pequena bola de gude, retratada possivelmente sobre o ânus da modelo ou sobre sua boca? A ambiguidade pode ter sido uma maneira de driblar a censura em tempos de ditadura militar. Funcionou. Na capa do livro *História do Olho*, de Georges Bataille para a editora brasileira Cosac & Naify, o designer Raul Loureiro usou a foto *La Prière* (1930) de Man Ray. Nela, vê-se exposta a bunda da modelo sobre suas mãos e pés (seria uma tentativa de esconder suas intimidades?). Sem o perigo da censura militar rondando, a capa não parece tão ofensiva, mas mesmo assim recebeu uma cinta que cobria a bunda nas prateleiras das livrarias. A marca original da tradicional grife de biquínis carioca Bumbum Ipanema se parece com o caso do disco de Tom Zé. Ela mudou muito nos últimos anos, mas em seus primórdios era representada pela figura de uma mão sobre um Sol radiante, que também podia ser interpretado como o ânus. A mão, como na capa do livro *Sem vergonha* (quadro 1), aparecia representando outra parte do corpo, no caso, o bumbum. Hoje a ‘mão-bunda’ deu lugar ao nome puramente tipográfico e com uma fonte extremamente menos corpulenta do que a da capa de *Bundas*.

A figura feminina

Jean Baudrillard está absolutamente certo quando afirma que a figura feminina é o elemento dominante. Se o corpo é o centro das atenções, o feminino o é ainda mais. Seus contornos curvilíneos são constantemente comparados à natureza em oposição à reta silhueta masculina. Oscar Niemeyer explica a inspiração de sua arquitetura através da beleza sensual das curvas, inspirado nas montanhas e no corpo perfeito das mulheres de seu país.



Quadro 3 – Marca e slogan da cerveja Devassa e porta-copos. Rótulo da cachaça Peladinha, Salinas, MG. Promocional da cerveja Antártica. Rótulo da cachaça artesanal Leviana. Capa da revista *Nova Cosmopolitan*, ano 29, número 2, fevereiro 2001.

No setor de bebidas alcoólicas isso é muito claro. A Boa (da Antártica), a Devassa, a Leviana e a Peladinha são alguns bons exemplos: declaram suas qualidades, sempre sedutoras. A *pin up*, referência clássica, anuncia “um tesão de cerveja” na marca e em grande parte das peças promocionais da cervejaria Devassa. Ela pode estar bem vestida como no rótulo da Leviana, ou ter sua nudez velada como no rótulo da Peladinha que se esconde no canavial. Os pinguins da Antártica parecem não estar mais dando conta do recado. A cerveja se pronuncia nos anúncios do horário nobre como a Boa, e é assim na maior parte de suas peças. Sua garota propaganda é sempre o símbolo sexual ao qual todos desejam se juntar. O apelo é fortíssimo: confere a ilusão de consumir um produto vinculado à figura sensual feminina.

Para que serve essa arte? Para regular um circuito nutritivo. A máquina ocidental sustenta um mecanismo da penetração: trata-se, por um 'golpe' bem desferido, de possuir a *pin up* que, bem iluminada no painel, provoca e espera. (BARTHES, 2007, p. 42)

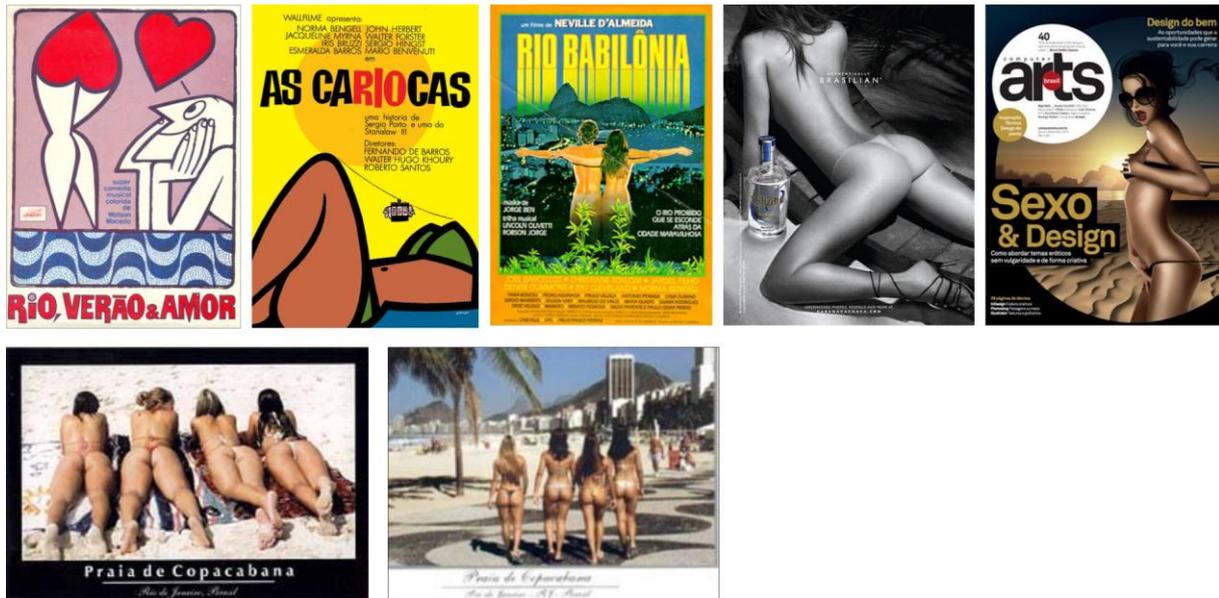
Podia ser uma capa de revista masculina, mas não é. Na capa da revista feminina “mais vendida no mundo”, a *Nova Cosmopolitan* típica: uma celebridade seminua, retratada de modo a ressaltar suas curvas perfeitas e o subtítulo da revista: *Sexo! Sim*. Durante alguns anos, a palavra sexo aparecia impressa nas capas de todas as edições, perdendo em tamanho apenas

para o nome da revista. Há mais tempo ainda, o sexo faz parte de sua linha editorial. No exemplo usado no quadro 3, a modelo Ellen Roche está na frente do nome da revista, mas o importante aqui é o subtítulo. Esse corpo super sensual retratado é também o objeto de desejo feminino: as mulheres desejam ser o objeto do desejo masculino e para tanto é necessário ter um corpo igual ao da modelo da capa. Ao longo de suas páginas, é possível encontrar muitas matérias, produtos e principalmente estímulo para chegar lá. *Nova* costuma tratar das questões femininas relativas ao amor, relacionamentos e moda com muitas doses de erotismo e, de alguma maneira, peca nas doses, seja para menos ou para mais. Algumas dessas matérias vêm lacradas com etiqueta adesiva em suas páginas, provavelmente para gerar mais curiosidade do que para esconder algo impróprio. A revista também produz versões dos manuais de sexo orientais, sempre simplificando as imagens dos originais chegando ao ponto de transformar as profusas imagens do *Kama Sutra* hindu em ridículos pictogramas: o importante aí são apenas as posições para realizar o ato sexual, não causar excitação. Tais pictogramas, fazem parte da versão da *Cosmopolitan* americana pautada no puritanismo. A mesma versão desse editorial aqui é sem sombra de dúvida bem mais interessante: a ilustradora desenhou os casais nus com traços bem simples. As versões seguintes foram sendo incrementadas com o desenho de peças decorativas e adornos inspirados nos hindus, mas ainda assim meigas demais para excitar.

A relação local

Andam nus, sem cobertura alguma. Não fazem o menor caso de encobrir ou de mostrar suas vergonhas; e nisso têm tanta inocência como em mostrar o rosto.
(Trecho da Carta de Pero Vaz de Caminha)

Muitas são as belezas naturais de nossa terra tropical. Muitas também são as imagens que vendem a ideia de um Brasil que esbanja sensualidade. O Nordeste e o Rio de Janeiro, as praias, principalmente, estão quase sempre associadas a um seminu convidativo de biquínis 'fio dental' e bundas deliciosas, como se a sensualidade (ou libertinagem?) fosse a principal característica dos brasileiros.



Quadro 4 Cartazes dos filmes *Rio, verão e amor* (1966), *As cariocas* (1966) e *Rio Babilônia* (1982). Anúncio da cachaça Cabana. Capa da revista *Computer Arts Brasil*, edição nº 40. Cartões postais da praia de Copacabana, Rio de Janeiro.

Nas ilustrações do cartunista Ziraldo, no quadro 4, a mulher é mais uma vez foco de desejo vinculado ao Rio de Janeiro. Na comédia musical *Rio, verão e amor*, as belas ancas da mulher são apreciadas sobre o calçadão de Copacabana. No cartaz da comédia *As cariocas*, a mulher representa o morro do Pão de Açúcar, mundialmente reconhecido como uma das belezas naturais do Rio. Subindo no bondinho, os homens observam a maravilhosa paisagem do Rio. No policial *Rio Babilônia*, o casal nu abre os braços sobre a Guanabara como o Cristo Redentor. No cartão postal carioca intitulado Praia de Copacabana, vê-se uma foto com 4 mulheres trajando minúsculos biquínis, deitadas de barriga numa canga sobre a areia. O mar está fora do alcance das lentes da câmera: onde estará a mente e o desejo do observador? A cachaça Cabana é produzida nos Estados Unidos, mas segundo seu material promocional, as curvas da modelo, a areia e as folhas de palmeira no fundo da imagem reforçam a ideia de um produto *authentically Brazilian*. Na capa da revista *Computer Arts Brasil*, a figura feminina na praia está a ponto de perder seu biquíni para anunciar a matéria principal: sexo e design.

Em 2006, Jeanine Pires, então presidente da Embratur, proibiu o uso de fotos de mulheres de biquíni ou nuas nos cartões postais e no material promocional de agências de viagem e turismo. Segundo matéria veiculada no jornal *O Globo* (2006, 3 dez.), o objetivo era a “dissociação do país com o estigma do turismo sexual”. De lá para cá, as políticas de turismo no Brasil parecem ter mudado muito de atitude em relação a isso. Este ano foi possível notar a

diferença nos desfiles das escolas de samba cariocas: também estão mais comportados, expondo bem menos nudez feminina na passarela da Sapucaí, a maior vitrine do Brasil lá fora.

Conclusão

Conclusão

O erotismo tem sido elemento importante na produção gráfica brasileira. Declarado ou camuflado sob o véu da ambiguidade ou esgotado em seu sentido que mal se faz percebido, como “aquilo que é olhado, mas não visível” (FOUCAULT, 2007, p. 30). A profusão de peças nas quais ele pode ser identificado é infinita. Questões sociais sérias e polêmicas envolvem boa parte dessas imagens: se as mercadorias são expressão das relações sociais, quais são as implicações sociais relacionadas à fama do povo brasileiro de esbanjar uma sensualidade nata?

O uso da nudez feminina vem sendo resguardado em determinados setores por incentivar práticas consideradas inapropriadas. O Ministério do Turismo e a Embratur hoje lutam para reposicionar o foco da promoção do turismo no Brasil, desvinculando-o do estigma do turismo sexual. Suas políticas têm atingido e transformado parte da produção material relacionada ao carnaval e aos cartões postais do Rio, por exemplo. O Conar também vem regulando a veiculação de parte desse material. No caso do Conar, há regras, mas é o público quem envia denúncias do que lhe atinge e desagrade, por meio de *e-mails*. Foi assim no caso da polêmica proibição do anúncio da cerveja Devassa Bem Loura com a modelo Paris Hilton em 2010. Se há 'censura' aí, por outro lado, parte do que já foi um dia proibido, hoje é *cult*, como os consagrados catecismos 'sacanas' de Carlos Zéfiro, relançados em 2005 numa edição bem próxima dos originais e que hoje podem ser encontrados nas prateleiras das melhores livrarias. Já os produtores do mercado erótico curiosamente não querem que seus produtos estejam vinculados à pornografia.

Diante do cenário apresentado muitas questões pertinentes ao campo do design surgem. Estaria prescrito no *briefing* do projeto? É uma solicitação do cliente ou recomendação do profissional? Quais os efeitos sociais de seu uso? Como o público se relaciona com essas imagens? Enfim, usamos o erotismo para agregar valor e o imprimimos em nossa cultura

material. É um tema recorrente e paradigmático não só em nossa cultura. Consciente da pertinência e valor desse tema no âmbito do design, com base em alguns fatos históricos e principalmente acerca das representações do erotismo em nossa cultura material, tendo Foucault como principal referencial teórico, estou comprometida com a análise desse tema tão intrigante.

Bibliografia

- BARTHES, Roland. *O império dos Signos*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.
- BATAILLE, George. *O erotismo: o proibido e a transgressão*. 2ª ed. Lisboa: Moraes, 1980.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- FOULCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. 9ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- HOUAISS, Antonio. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- JAPIASSU, Hilton e MARCONDES, Danilo. *Dicionário básico de Filosofia*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- NOVAES, Adauto. *Libertinos libertários*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- _____. *O desejo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- PLATÃO. *O banquete*. Porto Alegre: L&PM, 2009.
- ZIZEK. Como ler Lacan. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.
- CATÁLOGO DA V BIENAL DE DESIGN GRÁFICO 2000. São Paulo: ADG, 2000.
- O GLOBO, Rio de Janeiro, 3 de dezembro de 2006, Caderno Economia, p. 59.
- REVISTA DESIGN BELAS ARTES. *Sexo explicito ou ambiguidade proposital*. São Paulo, ano 4, n. 5, dez. 1998.
- <http://abcdesign.com.br/revista-abcdesign/abcdesign-28/> Sexo: como ele é tratado no design gráfico?
- <http://abcdesign.com.br/noticias/sexo-e-design-grafico-a-saga-continua/>
- <http://abcdesign.com.br/categoria-1/a-fantasia-do-design/>
- <http://culturadigital.br/erotismo/2009/09/14/o-design-tangendo-o-sexo/>
- <http://esperienzadipiacerere.wordpress.com/2010/03/16/o-design-de-produto-e-o-sexo/>
- <http://esperienzadipiacerere.wordpress.com/2010/03/17/sexo-e-design-grafico/>
- <http://www.revistaturismo.com.br/artigos/acaoembratur.html>

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Projeto ILHA: design para um arquipélago de possíveis

Cristiane Mesquita e Thais Graciotti

Universidade Anhembi Morumbi

kekei@comum.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Projeto I L H A : design para um arquipélago de possíveis

Cristiane Mesquita e Thais Graciotti

RESUMO

Este artigo narra parte da trajetória e das investigações do projeto I L H A, trabalho de design em processo, configurado como um disparador conceitual de linhas de produto, entendidas em aproximação com o conceito de “linhas de fuga”. O texto também explora algumas pesquisas e experimentações do projeto I L H A, tais como a intervenção sobre objetos ordinários ou superfícies neutras que envolvem a palavra como produtora de sentido; a apropriação como estratégia de invenção; as conexões entre os campos do design, da filosofia, da literatura e da arte; e a alteridade como potência de criação.

palavras-chaves: design, projeto I L H A, palavra, alteridade, linhas de fuga.

ABSTRACT

This article aims to describe part of the I L H A project research and trajectory. This design work in process has been configured as a trigger of a conceptual product lines seen on approach to the concept of "lines of flight". The text also explores some research and experimentation around the I L H A project, as the intervention in ordinary objects or neutral surfaces involving the word as a producer of meaning; the appropriation as a strategy of invention; the connections between the fields of design, philosophy, literature and art; and the otherness as a strength of creation.

key-words: design, I L H A project, word, otherness, lines of flight.

De ILHA para I L H A

Sonhar ilhas, com angústia ou alegria, pouco importa, é sonhar que se está separando, ou que já se está separado, longe dos continentes, que se está só ou perdido; ou então é sonhar que se parte do zero, que se recria, que se recomeça (Deleuze, 2006:18).

Tudo começou a leste do Oceano Atlântico, mais especificamente a 20°19'09" de latitude sul e 40°20'50" de longitude oeste, em uma ilha formada por ilhas, Vitória, Espírito Santo. Thais Graciotti¹, dá início ao trabalho ILHA², em meados de 2003, como uma proposta artística que transita pelo campo da moda.

O projeto I L H A³ é reativado no ano de 2009, latitude 23°32'51"; longitude 46°38'10', na metrópole São Paulo, a partir de um encontro de trajetórias e de uma sintonia teórica, visual e artística. Sob o signo inicial da ILHA, a proposta de Cristiane Mesquita⁴ mira possibilidades de criação de arquipélago: linhas de produtos, abrigadas por este nome que permite derivas, ilhotas autônomas, desertas ou habitadas, paisagens a serem delineadas, a partir de referências nas tais sintonias teóricas, visuais e artísticas entre Graciotti e Mesquita. Nesse novo agenciamento, o projeto I L H A é disparado por um diálogo com fragmentos da obra do filósofo francês Gilles Deleuze: "A ilha é o mínimo necessário para esse recomeço, o material sobrevivente da primeira origem, o núcleo ou o ovo irradiante que deve bastar para re- produzir tudo" (Deleuze, 2006:21).

Causas e razões das ilhas desertas (Deleuze, 2006) e *O conto da ilha desconhecida* (Saramago, 1998) norteiam os primeiros traçados e rotas do projeto retomado e misturam investigações

¹ Artista e stylist. Mestre em Psicologia pelo Núcleo de estudos e pesquisas da subjetividade (PUC/SP). Professora e pesquisadora do curso de graduação em Design de Moda do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. thaisgraciotti@gmail.com.

² Em seu primeiro momento, I L H A é um projeto artístico de Thais Graciotti, artista desejanter por diálogos transversais com o design de moda, instigada pela precariedade das ligações entre os que habitam a ilha de Vitória. Parte do olhar sobre os moradores da Ilha das Caieiras (Vitória – ES) através do registro fotográfico de uma experiência vestível, propondo uma investigação sobre o conceito de ilha e sobre a roupa em conexão com os fluxos do mundo. Na camiseta, roupa usual, branca pelo contraste com a pele negra (maioria dos habitantes desta ilhota) e limpa de referências, a palavra ILHA é impressa – e também se torna imagem. A linha mapeada da ilha de Vitória emerge em meio ao branco da malha. Adesivos com a mesma palavra também são aplicados sobre corpos, objetos, lugares. A ação demarca territórios instaurados pela palavra - que se torna mapa/tatuagem - e multiplicam a ilha original, assim como criam novas relações entre os participantes.

³ www.ilhailha.wordpress.com

⁴ Mestre e doutora em Psicologia pelo Núcleo de estudos e pesquisas da subjetividade (PUC/SP). Professora e pesquisadora do Programa de pós-graduação em Design da Universidade Anhembi Morumbi/SP. Seus temas de pesquisa incluem interações entre design, corpo, subjetividade, processos de criação e arte contemporânea. kekei@comum.com.

teóricas, poéticas, projetuais e artísticas. A cartografia⁵ de referências inclui trabalhos dos artistas Mira Schendel, Lenora de Barros e Arnaldo Antunes⁶. *Mapas-mundi* e mapeamentos do corpo, lembranças de viagem, cartões postais e língua estrangeira referenciam os estudos de estampas sobre superfícies.

As primeiras linhas definidas para a produção da I L H A foram chamadas de **Terra firme**, **I L H A continente**, **I L H A do tesouro**, **I L H A de papel** e **I L H A ao cubo** (curiosos, úteis, baratos e originais).

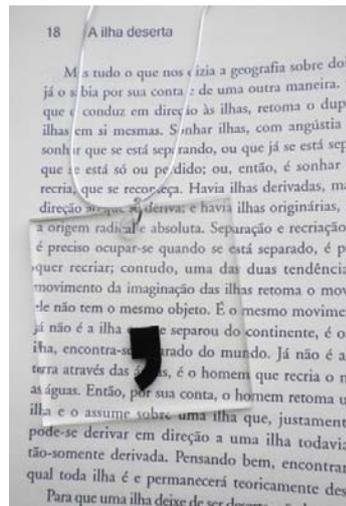
Linha de acessórios, a **I L H A do tesouro** é composta por traçados geométricos e impressão tipográfica com palavras, frases e pontuações que emergem do papel para o acrílico. A transparência se impõe como uma linguagem da ausência, que permite a criação de novas paisagens sobre pele ou superfície têxtil.

Os produtos da **I L H A de papel** são definidos por pequenos cadernos e carimbos executados em acrílico transparente, material que aqui permite a revelação da palavra por vir. Outros carimbos – estes contidos em minúsculas caixas de plástico leitoso – se configuram como *palavras portáteis*. *Lembrei de você*, **TUDO DE BOM**, *com amor*, **THE END**, *acaso*, *alegria* e **DESASSOSSEGO** são algumas das palavras cuja intenção revela desejo de diálogo: a ação-carimbar em diferentes superfícies – pele ou papel – propõe início de conversa, intervenção, modificação.

A linha **I L H A ao cubo** surge a partir de uma investigação sobre as significações e o juízo de valor que circundam objetos ordinários, encontrados à venda em lojas populares. Expressa uma das intenções do projeto I L H A, que envolve criações cuja base são produtos já existentes no mercado. Palavras agenciam significações para a funcionalidade de luminárias de parede, panos de prato, pregadores de roupa e espelhos. Estampadas ou adesivadas sobre os utensílios, convocam uma poética, (des)conectada da função primordial dos produtos.

⁵ Este princípio é referencial para o projeto ILHA, proposta em processo e concebida como um “mapa aberto, conectável em todas as suas dimensões, reversível, suscetível de receber modificações constantemente” (DELEUZE; GUATTARI, 1995: 22).

⁶ **Mira Schendel** (Zurique, Suíça 1919 - São Paulo SP 1988). **Lenora de Barros** (1953 -). Vive em São Paulo, SP. Portifólio e cv disponíveis em: <<http://www.galeriamillan.com.br/>> Acesso em: 07 ago. 2010. **Arnaldo Antunes** (1960 -). Vive em São Paulo, SP. Portifólio e cv disponíveis em: www.arnaldoantunes.com.br. Acesso em: 10 mar. 2011.



>Imagens de divulgação dos produtos I L H A. Disponíveis em www.ilhailha.wordpress.com.

As linhas **Terra firme** – produtos para casa – e **I L H A continente** – camisetas e outras superfícies para o corpo – não se concretizaram na primeira leva de produção da I L H A e continuam em processo de experimentação e testes.

A segunda produção da I L H A encontra-se em fase de estudos e testes para aprovação de materiais. Nesta etapa, o enfoque de criação é mantido em estratégias tais como a inserção da palavra sobre superfícies e a re-significação de objetos de uso cotidiano, embora a investigação atual se concentre mais especificamente na questão da alteridade. Gilles Deleuze aparece nesse momento a partir de suas considerações no posfácio de *Sexta-feira ou os limbos do pacífico* (TOURNIER, 1991); *o Livro sobre o nada*, do poeta Manoel de Barros (BARROS, 2009) dialoga com a produção anterior realizada em acrílico; parte do trabalho do artista belga

filósofo considera o design - associado à técnica e à arte - como terreno e dispositivo capaz de maquinar estratégias em diversos sentidos, de modo a “deformar” o mundo, técnica, estética ou poeticamente.

As considerações de Flusser nos auxiliam a visualização de algumas das estratégias da I L H A, em diferentes aspectos, os quais abordaremos brevemente. Desde o seu (re)começo, o projeto busca disparar abordagens que se contraponham aos formatos convencionais de marcas e produtos que se colocam no mercado. O projeto I L H A não se apresenta como uma marca, mas como um *lugar*, um arquipélago traçado por linhas. Assim se configura, a *priori*, como espaço de relações e de aberturas, constituído por ações que envolvem 1) o trânsito nas fronteiras movediças entre arte, design, literatura e filosofia; 2) a produção intencional de uma certa imprecisão dos aspectos funcionais dos produtos e 3) o desejo por encontros, experimentado no trabalho colaborativo e no exercício de apropriação explícita e, por fim, 4) a proposta de não inserção na regularidade sazonal dos processos de produção e venda: o ritmo I L H A é pautado por pesquisas, leituras, experimentações e pela tessitura das histórias que permeiam a criação e o desenvolvimento de cada uma das ideias. A seguir, abordaremos alguns aspectos que envolvem essas estratégias .

Produção de sentido: a palavra e sua potência de derivação_____

“[...] o homem só pode viver sobre uma ilha esquecendo o que ela representa” (Deleuze, 2006:17)

Ao conduzir suas considerações sobre a representação, Foucault nos lembra diversos momentos nos quais a trajetória das palavras fez com que elas se aproximassem e se desviassem daquilo que designam. Sua análise sobre as diferentes formas e princípios de ligação entre palavras e coisas nos chama a atenção quando aponta o terreno da linguagem a serviço do desvio e da derivação. Ao deixar a similitude para trás, a linguagem e a escrita passam a poder assumir “o lugar das revelações” (Foucault, 1999:50).

O dispositivo palavra é utilizado em diversos produtos da I L H A. O rosto refletido no espelho que contém a frase “quem você levaria para uma ilha deserta?” faz o reflexo pessoal migrar para uma rota do desejo. Encarado como “paisagem” o rosto pode evocar a memória ou se abrir para “possíveis”. No caso das luminárias de parede, forma e estampa evocam frases, numa relação de analogia bastante simples: “você é luz” - declaração impressa no formato mais

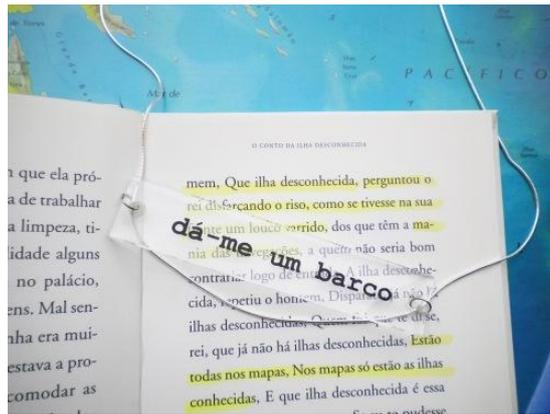
comumente referido ao amor; e “terra à vista”, constatação literal adesivada sobre a imagem iluminada de uma ilha.



>>>Imagens de divulgação dos produtos I L H A. Disponíveis em www.ilhailha.wordpress.com.

As palavras agem sobre as coisas. Nas linhas da I L H A, a reinvenção dos objetos ou superfícies se processa a partir do agenciamento provocado pela palavra. Verbetes ou frases tornam-se imagens que evocam sentidos para além do objeto original. Sensíveis à imaginação, os objetos apresentam-se como que inacabados, convocando uma articulação feita pelo usuário, que pode explorar o diálogo entre imagem/objeto/escrita. **SIM** - palavra central de um dos trabalhos de Mira Schendel⁹ e afirmação de uma positividade singular - é potencializada na superfície silenciosa e transparente do acrílico. Carregado no pescoço, o colar **SIM** conversa com o corpo e com o cotidiano, abrindo espaço para jogos entre pele, roupa e vida. *Dá-me um barco*, disse um homem que foi bater à porta do rei, em busca de uma ilha desconhecida (SARAMAGO, 1998:5). O conto narra uma procura pelo “impossível”, a partir da qual o sujeito encontra sua própria capacidade de invenção. Este pedido, tornado frase sobre placa de acrílico em colares I L H A, faz circular desejo e provoca o imaginário, insinuando possibilidades em torno da ação de fuga.

⁹ Sem título [Sim], déc. 1960. Ecoline e nanquim sobre papel, 48x38 cm. Coleção particular, São Paulo (DIAS, 2009).



>>>> Colares em acrílico e prata: **SIM**, referência à obra de Mira Schendel e **dá-me um barco**, frase retirada d’*O conto da ilha desconhecida*, de José Saramago

A I L H A habitada: alteridade e apropriação

“Os outros: o melhor de mim sou eles” (BARROS, 2009:73).

A apropriação de trabalhos de artistas, escritores e filósofos é uma estratégia assumida pelo projeto **I L H A** como um mecanismo funcional, encarado como uma espécie de processo de criação coletiva, embora os companheiros de cada *viagem* não estejam realmente presentes. “Sair da ilha para ver a ilha, que não vemos se não saímos de nós” (SARAMAGO, 1998: 41): a **I L H A** encara esses “outros” referenciais como alteridades que também assinam os processos de criação. Em outras palavras, é como se a autoria dos produtos devesse ser necessariamente diluída e multiplicada ao mesmo tempo, como numa composição de cruzamentos. É novamente Deleuze quem dialoga com a **I L H A** quando afirma ser outrem aquele que faz “meu desejo baixar sobre o objeto” (DELEUZE, in TOURNIER, 1991: 230).

Essa estratégia assumidamente referencial se remete à “astúcia” que pode adjetivar o trabalho do designer, tal como apontado por Flusser (2007:181). No contexto da **I L H A**, considera-se que esses *roubos* são capazes de inventar outros mundos e, portanto, se distanciar da ideia de cópia e se aproximar da configuração de uma multiplicidade que instaura novos territórios. Sobre Robson Crusóe e a criação de uma estratégia de sobrevivência na ilha deserta, Tournier comenta: “outrem é para nós um poderoso *fator de distração*, não apenas porque nos perturba constantemente e nos arranca ao pensamento atual, mas ainda porque a simples possibilidade do seu aparecimento lança um vago luar sobre um universo de objetos situados a margem da nossa tensão mas capaz a todo momento de se tornar o centro” (TOURNIER, 1991: 32. Grifo do autor). Juntamente à narrativa de Tournier, o modo como Deleuze, trata a

potência de outrem no posfácio do livro *Sexta-feira ou os limbos do Pacífico*¹⁰ inspirou a criação do cantil **SEXTA-FEIRA**. O nome do outrem da ilha deserta, impresso sobre a garrafa, multiplica os possíveis significados de um recipiente portátil para bebida, assim como a nomenclatura de um dia especial da semana lança possibilidades de encontro ao imaginário.



>>>> Cantil **SEXTA-FEIRA**, em aço inoxidável: referência ao personagem dos livros *As aventuras de Robson Crusóe* e *Sexta-feira ou os limbos do Pacífico*.

_____ **Linhas de fuga: garrafas ao mar em horizonte aberto** _____

“Graças à palavra design, começamos a nos tornar conscientes de que toda cultura é uma trapaça, de que somos trapaceiros trapaceados, e de que todo envolvimento com a cultura é uma espécie de autoengano” (FLUSSER, 1991:185). Uma vez mais convocamos Flusser para articular as estratégias de design da I L H A com o conceito de “linha de fuga”¹¹. Para delineá-lo, Deleuze prefere o termo traição: trair é o verbo que instala uma configuração diversa da original. Se o trapaceiro almeja ocupar um espaço já traçado, o traidor não: ele deseja um lugar ainda não inventado, lugar algum, lugar *entre*. É um experimentador que dissolve o pré-estabelecido, desmantela o lugar dos outros e, até mesmo, seu próprio lugar.

Nesse sentido, considera-se que as linhas de fuga da I L H A dizem respeito a um “fazer fugir”: são saídas em transversal, que resistem, que contestam, que escapam pela invenção. São

10 DELEUZE in TOURNIER, Michel. *Sexta-feira ou os limbos do Pacífico*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1991.

11 DELEUZE; PARNET. 1998: 49-64.

filamentos capazes de tramar territórios. Entre outros, também aqueles que entrelaçam palavras e coisas.

Com a maré, a I L H A fez-se enfim ao mar
(SARAMAGO, 1998, apropriado e modificado por
I L H A, 2011).



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- >BARROS, Manoel. *Livro sobre nada*. (14ª Edição) Rio de Janeiro: Editora Record, 2009.
- >DELEUZE, Gilles. *A ilha deserta e outros textos (1953-1974)*. Org: David Lapoujade e Luiz B. Orlandi. São Paulo: Editora Iluminuras, 2006.
- >DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*, vol.1. São Paulo: Editora 34, 1995.
- >_____. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. vol.4. São Paulo: Editora 34, 1996.
- >DELEUZE, Gilles; PARNET, Claire. *Diálogos*. São Paulo: Editora Escuta, 1998.
- >DIAS, Geraldo Souza. *Mira Schendel: do espiritual à corporeidade*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- >FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. (8ª edição) São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- >FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- >SARAMAGO, José. *O conto da ilha desconhecida*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- >TOURNIER, Michel. *Sexta-feira ou os limbos do Pacífico*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1991.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**Design de Moda ou Design de Objetos Têxteis e do
Vestuário? Reflexões sobre o uso dos termos Design e
Moda para nomear o Campo de Produção de Objetos
Têxteis e do Vestuário**

Deborah Chagas Christo e Alberto Cipiniuk

PUC-Rio

dcchristo@uol.com.br

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Design de Moda ou Design de Objetos Têxteis e do Vestuário?

Reflexões sobre o uso dos termos Design e Moda para nomear o Campo de Produção de Objetos Têxteis e do Vestuário

Deborah Chagas Christo

Doutoranda do Doutorado em Design da PUC-Rio – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Alberto Cipiniuk

Pós-Doutor pelo Center For Advanced Study In The Visual Arts - National Gallery Of Art, CASVA,

Estados Unidos / Professor-orientador - PUC-Rio – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Resumo

Este artigo se propõe a discutir os termos Moda, Design e Design de Moda e sua aplicação para delimitar o campo de produção de objetos têxteis e do vestuário.

Palavras-chave: Design, Moda, Design de Moda, Design de objetos têxteis e do vestuário.

Abstract

This article aims to discuss the terms Fashion, Design and Fashion Design and its application to delimit the Production of Textiles and Clothing Objects Field.

Keywords: Design, Fashion, Fashion Design, Design of Textiles and Clothing Objects.

No Brasil, a institucionalização do campo do Design sofreu forte influência de uma tradição modernista funcionalista que aparentemente valorizava principalmente o desenvolvimento de soluções para demandas objetivas e diretas dos usuários, deixando para o segundo plano o que era entendido como demandas subjetivas e estéticas. Desta forma, no Brasil, na década de 1960 os objetos que valorizassem principalmente a questão da forma e do estilo não se enquadravam no campo de atuação de um designer, ou seja, objetos do campo de produção de objetos têxteis e do vestuário vinculados à noção de Moda foram considerados inicialmente como não pertencentes ao campo de atuação de um designer.

Porém, a partir da década de 1990, a noção que, até então, posicionava o objeto têxtil e do vestuário vinculado à Moda como algo não pertencente ao campo do Design parece ter começado a mudar e a palavra “Moda” começou a ser, cada vez mais, incorporada às práticas

do campo do Design, mesmo considerando que ainda existiam, e existem, restrições quanto a isto tanto por parte de alguns criadores de objetos têxteis e do vestuário como de alguns criadores de objetos tradicionalmente entendidos como de Design. É importante observar também que a palavra “Moda” pode ser utilizada tanto para indicar a produção de objetos pela indústria do vestuário¹ que são colocados em média e grande escala no mercado, quanto para nomear a produção quase artesanal dos objetos do vestuário identificados como “alta-costura”, quanto para indicar as relações e valores que envolvem estes objetos do vestuário, nomeados normalmente como sistema da Moda. Desta forma, esta incorporação pode ser observada tanto na inclusão de objetos e processos de produção da indústria têxtil e do vestuário no conjunto de conhecimentos específicos do Design, incluindo nesta indústria objetos resultantes de processos que podem ser considerados, até certo ponto, como artesanais, como na incorporação de noções e valores ditos, até então, como característicos do que se nomeia como sistema da Moda. Isto pode ser percebido analisando a transformação de cursos de formação antes nomeados como Estilismo, muitos deles de nível técnico ou livre, em cursos de graduação em Design de Moda, ou mesmo no crescimento da oferta de novos cursos de Design que englobam os conhecimentos específicos da produção do objeto têxtil e do vestuário. Além disso, vários eventos científicos específicos do campo do Design abriram espaços dedicados ao estudo de questões relacionadas ao objeto têxtil e do vestuário, incluindo seus processos, valores e significados. Podemos perceber também o uso, pelos designers de produto e gráficos, de conceitos característicos do campo de produção de objetos têxteis e do vestuário, como, por exemplo, o uso da noção dos lançamentos de produtos respeitando um calendário sazonal (primavera/verão e outono/inverno). Ou ainda o desenvolvimento, por profissionais intitulados como designers de moda ou estilistas, de produtos que não se enquadram como objetos do vestuário.

O que chama a atenção é que esta noção só começou a ser modificada e a palavra “Moda” incorporada pelo campo do Design a partir da década de 1990, mesmo considerando que o desenvolvimento de objetos têxteis e do vestuário e de objetos tradicionalmente pertencentes ao campo do Design possui uma estrutura muito semelhante e que a noção de valorização da diferenciação e da temporalidade curta de um objeto vinculado ao sistema de mercado, característica que é normalmente nomeada como sistema da Moda, não é exclusiva dos objetos têxteis e do vestuário, ou seja, que, aparentemente, não existia propriamente uma

¹ O termo vestuário, neste texto, foi utilizado para identificar todas as peças que compõem a indumentária, ou a vestidura de alguém, englobando não só as roupas, mas também acessórios como sapatos, bolsas, bijuterias.

diferença entre o campo de produção de objetos têxteis e do vestuário e o campo de Design.

Desta forma, discutir, definir e delimitar o campo do Design de objetos têxteis e do vestuário, nomeado hoje como Design de Moda, parece tarefa simples e óbvia. Porém tanto o termo Design como Moda estão vinculados a diferentes noções que se complementam, mas também se contrapõem, tornando as relações e práticas relacionadas a elas mais complexas, justificando a necessidade de aprofundamento das discussões e reflexões sobre a definição e delimitação do campo do Design de objetos têxteis e do vestuário.

O termo Design aparece para identificar um desenho arrojado de um produto em uma propaganda, ou para qualificar e diferenciar o produto de uma empresa, ou para dar legitimidade a um profissional, ou para associar um produto a uma noção de qualidade, exclusividade e preço alto, ou para agregar um novo valor a um produto antigo, etc., assim sendo inclui-se muito mais dentro de uma categoria, digamos de estilo, do que de substância.² Muitas destas noções acabam relacionando Design com a estética e com o desenho diferenciado da forma de um objeto, porém, dentro do campo, para seus pares, especialmente dentro da academia, o Design aparece de outro modo, isto é, atrelado à noção de capacidade projetual, associando a configuração com a idéia de planejamento, conhecimentos técnicos de produção, gerenciamento e visão global do processo produtivo.

De forma semelhante o termo Moda também apresenta diferentes noções vinculadas a ele. Ele pode ser aplicado tanto para designar a indústria de produção em média e grande escala de objetos têxteis e do vestuário, como para identificar a produção em pequena escala e quase artesanal do que é nomeado como “alta-costura”, como para designar as relações e valores dos objetos têxteis e do vestuário, nomeadas como sistema da Moda.

Com isso, a incorporação da criação e desenvolvimento de objetos têxteis e do vestuário ao campo do Design e a conseqüente incorporação das noções relacionadas à Moda não parece ser um processo que esteja sendo facilmente compreendido e assimilado por todos os participantes do campo do Design de objetos têxteis e do vestuário e, em alguns casos, nem por aqueles tradicionalmente entendidos como participantes do campo do Design.

Se por um lado parece fácil identificar que a criação e desenvolvimento dos objetos têxteis e do vestuário também é uma atividade projetual que se preocupa com as necessidades de natureza utilitária do consumidor e também do produtor para produzir segundo uma lógica

² SUDJIC, Deyan. *Linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010. p. 34.

industrial as melhores formas para objetos têxteis e do vestuário, por outro existe uma noção de diferença entre o profissional criativo, livre, expressivo e capaz de construir formas inovadoras e diferentes, identificado como estilista, e o profissional capaz de pensar as questões do mercado, da produção, dos custos e dos lucros, associado ao Design.

Talvez a necessidade de legitimação e profissionalização da indústria têxtil e do vestuário vinculada à Moda possa ter contribuído para a aproximação do campo de produção de objetos têxteis e do vestuário das noções de pragmatismo, tecnicismo e funcionalismo presentes na institucionalização do Design no Brasil, mas que ainda interferem na constituição, definição e delimitação do campo do Design.

Por outro lado, o desenvolvimento de uma sociedade voltada para um mercado que tem, muitas vezes, a possibilidade, ou a idéia de possibilidade, de uma inserção global onde a informação estaria ao alcance de qualquer um e a concorrência seria maior, poderia incentivar uma necessidade de diferenciação e de temporalidade curta do objeto, valorizando a noção de identificação de tendências futuras e de comportamentos do consumidor, característicos do campo de produção dos objetos têxteis e do vestuário vinculados à Moda, aproximando, assim, este campo do campo de produção de objetos tradicionalmente entendidos como de Design.

Porém, cabe questionar se podemos entender a noção de Moda como uma característica exclusiva do campo de produção de objetos têxteis e do vestuário, ou se esta é uma noção que permeia todos os objetos produzidos segundo a lógica de uma sociedade voltada para o mercado.

Segundo Lipovetsky, o fenômeno Moda não ficou restrito à área têxtil e do vestuário. Outros setores como o mobiliário e a decoração, a linguagem e as maneiras, os gostos e as idéias, os artistas e as obras culturais, foram atingidos por este fenômeno. (LIPOVETSKY, 1989: 12)

Segundo ele, desprestigiada, a Moda não é um objeto de estudo que interessa aos intelectuais, mesmo ela atingindo hoje todas as camadas sociais e grupos de idade. Ela é considerada como algo menor que não merece o estudo científico. É citada para ser criticada como objeto fútil e alienante antes mesmo de se propor um estudo objetivo do fenômeno. Segundo ele, existem inúmeras obras sobre Moda que enfocam a história do vestuário, a biografia e produção de certos criadores, dados estatísticos sobre a produção e o consumo de Moda e o estudo das variações de gostos e estilos, porém a maioria não analisa o fenômeno buscando uma

compreensão global. Os estudos teóricos sobre a Moda há um século não apresentam nenhum conflito básico de interpretação, apresentam suaves variações interpretativas e nuances, mas mantêm o consenso que defende que as rivalidades de classe e as lutas de concorrência por prestígio que opõem as diferentes camadas e parcelas do corpo social são a base de funcionamento da versatilidade da Moda. (LIPOVETSKY, 1989: 9-10)

Para Lipovetsky, a Moda é fútil, fugidia e contraditória por excelência, e, por isso mesmo, deveria instigar a investigação teórica. Ele pergunta:

“Como uma instituição essencialmente estruturada pelo efêmero e pela fantasia estética pôde tomar lugar na história humana? Porque no Ocidente e não em outra parte? Como a era do domínio técnico, da interrogação do mundo pode ser ao mesmo tempo a da desrazão de Moda? Como pensar e explicar a mobilidade frívola erigida em sistema permanente?”. (LIPOVETSKY, 1989: 10)

Assim, Lipovetsky considera que “(...) a Moda é menos signo das ambições de classes do que saída do mundo da tradição (...)” (1989: 10), não pode ser reduzida a questões distintivas, ela é uma instituição problemática, característica do Ocidente e da modernidade. O esquema de distinção social não é suficiente para explicar a lógica da inconstância e as mudanças organizacionais e estéticas da Moda. Ele está na origem, mas não é a função do fenômeno. Esta transformação de origem em função é a base da simplificação que caracteriza as explicações do surgimento e das transformações da Moda no Ocidente e é um obstáculo para o entendimento histórico do fenômeno. Ele propõe uma análise da Moda fora da dialética da distinção e das lutas simbólicas de classe. Segundo ele, foram os valores e as significações culturais modernas que valorizam o “novo” e a expressão individual do homem que permitiram o surgimento e o estabelecimento do que ele chama de “*sistema da Moda*”. (LIPOVETSKY, 1989: 11)

Segundo Lipovetsky, somente a partir do final da Idade Média foi possível identificar a Moda como um sistema. Até então a sociedade se desenvolveu sem a valorização do novo e das fantasias e sem a instabilidade e a temporalidade efêmera da Moda. Existiam transformações, mudanças, gosto e curiosidades pelas realidades externas, mas isto não era um valor da sociedade. Somente a partir da Idade Média as transformações incessantes e bruscas das

formas e suas extravagâncias passam a ser um valor de forma sistemática e durável, e é esta valorização que ele entende como Sistema da Moda. “*A renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exhibe artifícios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção, mas regra permanente: a Moda nasceu.*” (LIPOVETSKY, 1989: 23)

Desta forma, não é possível localizar o fenômeno Moda antes do final da Idade Média, pois para que ele exista é necessária uma relativa desqualificação do passado. É necessária uma valorização da noção do moderno em oposição ao antigo. “*(...) nada de Moda sem prestígio e superioridade concedidos aos modelos novos e, ao mesmo tempo, sem uma certa depreciação da ordem antiga*”. (LIPOVETSKY, 1989: 27)

Segundo Le Goff, o par “antigo/moderno” está ligado à história do ocidente, mesmo considerando que é possível identificar conceitos semelhantes em outras civilizações. Esta oposição cultural está presente do século V ao XIX. Ganhou a cena intelectual no final da Idade Média e início do Renascimento e depois, no século XIX, transformou-se com o surgimento do conceito de “modernidade”. O conceito de “modernidade” é considerado por Le Goff como uma “reação ambígua da cultura à agressão do mundo industrial”. No século XX ela se generaliza no ocidente e se expande para outros locais, principalmente nos países do Terceiro Mundo. (LE GOFF, 2003:173)

Para Le Goff, a oposição “antigo/moderno” se desenvolveu num contexto equívoco e complexo, pois, nem o significado destes conceitos era uma regra, já que eles eram aplicados em conotações laudatórias, pejorativas e neutras, e nem a oposição entre eles, pois nem sempre eles foram opostos. Além disso, a interpretação que se faz do passado, nem sempre é a mesma da dos indivíduos deste passado, o que se entende, por exemplo, como o conceito de “progresso” vigente em determinada época, nem sempre corresponde ao que era considerado novo. Le Goff ainda completa que a modernidade também pode se camuflar ou se expressar a partir do passado, como, por exemplo, no Renascimento do século XVI, ou atualmente com a Moda retrô. É possível, por exemplo, observar vários designers de objetos têxteis e do vestuário reeditando estilos do passado em coleções atuais ou ainda ver produtos com tecnologias atuais, como, por exemplo, eletrodomésticos, repetindo formas de épocas passadas.

Porém, quem conduz a problemática da complexidade dos conceitos “antigo/moderno” é o

termo “moderno”, que tem como referência o período da Antiguidade. Logo, o peso da oposição “antigo/moderna” tem relação com o valor que cada indivíduo, sociedade ou época dá ao passado ou ao seu passado. Nas sociedades tradicionais, os antigos são vistos como “*depositários da memória coletiva, garantes da autenticidade e da propriedade*” (LE GOFF, 2003: 175), logo a Antiguidade tem um valor de segurança. É claro, que, mesmo nestes casos, ainda existe o desprezo pelo antigo que tem como sentido a decrepitude. Ainda assim, é o conceito “moderno” que gera a dialética entre “antigo” e “moderno” e a consciência da modernidade só surge com a percepção da ruptura com o passado. Porém, Le Goff questiona se é legítimo que o historiador reconheça como moderno algo que não era entendido como tal pelas pessoas do passado.

Segundo ele, mesmo as sociedades não tendo consciência das mudanças que estavam vivendo, elas experimentaram o sentimento moderno e ajudaram a forjar o vocabulário da modernidade. Assim, o estudo do par “antigo/moderno” está relacionado com a análise de um momento histórico que pode tanto exaltar quanto denegrir, ou simplesmente distinguir e afastar, uma antiguidade, pois a modernidade pode ganhar destaque tanto por ser promovida e valorizada quanto por ser questionada e desvalorizada.

Porém, além da ruptura com a tradição e a valorização do novo, Lipovetsky considera que a institucionalização do sistema da Moda está também vinculada ao reconhecimento do poder do homem para modificar a organização da sociedade e, posteriormente, a autonomia parcial dos agentes sociais em relação à estética das aparências. (LIPOVETSKY, 1989: 28)

Neste sentido é possível observar o fenômeno Moda como um movimento característico da estrutura e organização da sociedade, permeando as relações entre o homem e os diversos tipos de objetos, não podendo ficar restrito à área têxtil e do vestuário.

Forty também mostra que a preocupação em criar uma diversificação de modelos atingia diferentes categorias de produtos no século XIX (FORTY, 2007: 89). Segundo ele, apesar dos métodos artesanais ainda estarem presentes em várias indústrias da época, o que poderia facilitar a proliferação de vários modelos de uma mesma categoria de produto, não havia nada no modo de produção que obrigasse os fabricantes a optar por esta variedade. A diferenciação era o resultado do desejo por um poder de escolha, tanto do fabricante quanto do cliente, e um reflexo das noções sobre a sociedade e as distinções entre homens e mulheres, adultos e crianças (FORTY, 2007: 90). Apesar de Forty afirmar que esta “*profusão continua até hoje,*

embora em menor escala” (FORTY, 2007: 89), é possível identificar esta noção de diferenciação sendo bastante utilizada hoje como um valor³, principalmente dentro do campo de produção de objetos têxteis e do vestuário vinculados à Moda, porém não exclusivamente. Temos no mercado produtos específicos para diferentes categorias de consumidores e profissionais estudando a formação de grupos sociais a partir de seus comportamentos na forma de consumir. Isto pode ser visto sendo aplicado nos mais diversos produtos e não somente em produtos da indústria têxtil e do vestuário. Temos lojas de roupas para diferentes tipos de mulheres, homens, adolescentes, crianças, etc, mas também temos geladeiras que podem ter painéis diferentes para diferentes gostos e momentos, celulares com funções e formas para diferentes públicos, diferentes estampas para serem aplicadas em carros, etc. De certa forma, mesmo a noção dos lançamentos de produtos respeitando um calendário sazonal (primavera/verão e outono/inverno), bastante característico do campo de produção de objetos têxteis e do vestuário vinculados à Moda, e hoje também presente em produtos que não compõem este campo, também parece ter como fundamento a noção de diferenciação que Forty apresenta como presente no campo do Design a partir do século XIX.

Logo, a Moda não está vinculada a nenhum objeto específico, é um “*dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve e por reviravoltas mais ou menos fantasiosas*” que podem afetar diferentes áreas da sociedade. (LIPOVETSKY, 1989: 24)

Se considerarmos que o fenômeno Moda é um dispositivo social que afeta e interfere em diferentes áreas da sociedade, cabe questionar se vincular a palavra Moda à palavra Design é o suficiente para delimitar e definir claramente o campo de produção de objetos têxteis e do vestuário.

Além disso, se o fenômeno Moda é um dispositivo social identificado a partir do final da Idade Média, não parece fazer sentido considerar que os objetos desenvolvidos pelo campo do Design antes da década de 1990 não sofressem também a influência deste fenômeno, ou seja, não parece fazer sentido considerar que a noção de Moda só tenha sido incorporada ao campo do Design a partir da década de 1990.

Desta forma, talvez possamos considerar que a noção Moda já estava presente no campo do Design desde a sua estruturação e institucionalização, mesmo antes da palavra “Moda” ser

³ Ora esse “valor” é chamado de valor simbólico, tal como em Bourdieu, ora é chamado de emocional, tal como em SUDJIC, Deyan. *Linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

incorporada pelo campo e utilizada para nomear uma especialidade do campo do Design. Talvez fosse possível afirmar, então, que, neste caso, a “coisa” precedeu “a palavra”.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

_____. **A produção da crença: Contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Porto Alegre: Zouk, 2004.

_____. **A distinção: Crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

CHRISTO, Deborah Chagas. Designer de Moda ou estilista: reflexões sobre noções e valores do campo da arte, do Design e da Moda In: PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de Moda: Olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: Design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas: Uma arqueologia das ciências humanas**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Campinas: Editora UNICAMP, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a Moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de Moda: Olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Metamorfoses do visível

Denise Jorge Trindade

Unesa

denise.trindade@terra.com.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

METAMORFOSES DO VISÍVEL

Autor: Denise Jorge Trindade. Doutora em Comunicação e Cultura UFRJ. Prof. e Pesquisadora UNESA.

*O que Deus não amou
ergue-se contra a sua face.
O olho eternamente cego de Deus
não vê.¹*

Neste artigo, propomos verificar como a imagem se sobrepõe ao signo linguístico nas esculturas contemporâneas produzindo outras imagens que, por sua vez, não cessam de proliferar sentidos ao gerarem instabilidades na visibilidade em suas metamorfoses. Para isso, abordaremos esculturas no expressionismo abstrato, principalmente as de David Smith e as de Jean Dubuffet e seus totens de poeira sob a abordagem de Rosalind Krauss. Nesta mesma tendência, o trabalho contemporâneo da brasileira Rivane Neuenschwander será enfocado por sua afirmação poética do cotidiano. Consideramos que as metamorfoses do visível problematizam o lugar da arte, produzindo questões na contemporaneidade.

Abstract

This article proposes to verify how the image overlaps the linguistic sign in the contemporary sculptures producing other images, which in turn, do not cease to proliferate way to generate instabilities in visibility of their metamorphosis. For this, we discuss the sculpture in abstract expressionism, especially those of David Smith and Jean Dubuffet and his totems of dust in the approach of Rosalind Krauss. In this same vein, Rivane Neuenschwander's work is covered by his poetic statement of everyday life. We believe that the metamorphoses of the visible problematize the place of art, resulting in contemporary issues.

Palavras – chave: imagem-signo-metamorfozes-visibilidade

¹ d' Amaral, Márcio Tavares. *Antevéspera do Anjo*. Massao Ono. SP.1995.

Imagens e Signos Abstratos

Para além dos símbolos possíveis determinados pelo homem, incluindo aqueles do inconsciente, há uma razão que procura entre totens e emblemas reconfigurações dos limites da figura humana e o do signo abstrato. Utilizando-se das teorias de Freud, principalmente aquelas desenvolvidas em *Totem e Tabu* que tratam dos deslocamentos entre as tribos e de suas identificações com um objeto-totem para manter ou melhor produzir uma identidade inviolada a qual não pode ser apropriada fisicamente, as esculturas de David Smith, segundo Rosalind Krauss, eram uma estratégia para traduzir tabus do totemismo em uma forma de linguagem².

Em *Blackburn: Song of an Irish Blacksmith* ele descreve a figura humana em uma sintaxe escultural que podemos chamar de uma gramática de extrema disjunção visual. Essa disjunção depende do fato que as duas maiores vistas do trabalho-a frente total e o perfil-não podem ser relacionados entre elas através do modo construtivista de transparência interna que havia sido a maior fonte da composição escultórica das quatro décadas anteriores.³

Já no início deste texto “Tanktotem:welded images”⁴, Krauss nos diz que ao confrontarmos essas imagens somos interrogados mais pelo signo abstrato que elas trazem com elas do que por sua presença figurativa. Diferentemente da escultura moderna que geralmente remete a um signo, a ausência de referenciais nos interessa particularmente aqui para problematizarmos a força da imagem como determinante da produção escultórica.

Em *Blackburn* (fig.1), o espectador é confrontado com múltiplas faces da escultura e nenhuma vista oferece o mesmo significado da outra, compondo assim uma figura humana com relações de descontinuidade que impedem a apropriação do sujeito pelo objeto. Esta descontinuidade é associada por Krauss ao totemismo, como “algo que estabelece leis de distância entre o objeto e seu espectador, para criar impedimentos contra a possível apropriação de ambos: totem e sua contraparte humana”⁵, mantendo o objeto como algo distante, afirmando seu tabu.

² Krauss, Rosalind E. in *Passages in Modern Sculpture*. MIT Press, 1994. USA. p.155

³ *ibidem*. p.157.

⁴ *ibidem*. p.148

⁵ *ibidem*. p.156.

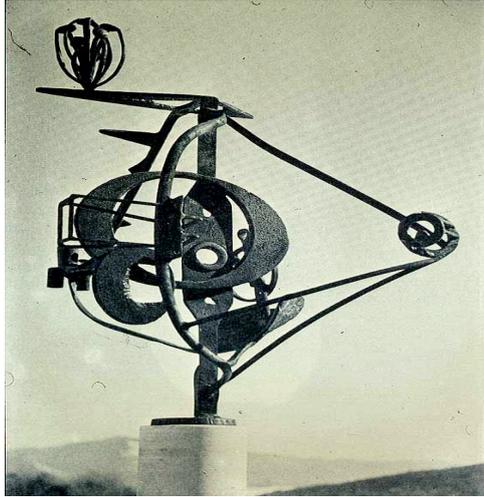


fig1. (David Smith)

Blackburn: Song of an Irish Blacksmith

Tal presença é diferenciada em relação às vanguardas modernistas, nas quais o objeto era entregue à compreensão do espectador. Os objetos que remetem a um signo abstrato são invioláveis em sua compreensão, erguendo-se e impondo-se como um complexo de sentimentos contidos na própria imagem.

A obra de David Smith possui como qualidades formais a frontalidade, a centralização, a lateralidade e a superfície (no caso, uma diferente da outra). Esses aspectos, sob o ponto de vista de Krauss, são fundamentais no que diz respeito à involubilidade da imagem, mas em um outra perspectiva podemos perceber que sua escultura propõe uma sintaxe visual através da opacidade de suas múltiplas faces anunciando uma linguagem imagética que nos permite tecer reflexões sobre o signo abstrato e a idéia de emblema.

Emblema e Alegoria

O emblema encontra-se presente no conceito de alegoria, que segundo Walter Benjamin, em *Alegoria e Drama Barroco*⁶, é a afirmação da imagem como uma linguagem tão importante quanto a escrita reprimida pelo Classicismo e recuperada no Barroco. Através da oposição entre símbolo e alegoria, Benjamin coloca o conceito ao lado do símbolo e a alegoria próxima à imagem. Há uma necessidade de apreensão da

⁶ Benjamin, Walter. *Alegoria e Drama Barroco*. in Documentos de Cultura Documentos de Barbárie. Cultrix .USP. 1986.p.22.

imagem pelo conceito, mas a imagem sempre consegue escapar dessa codificação única, pelas múltiplas significações que ela permite. Tal distinção permite uma análise posterior da modernidade, principalmente em seus escritos sobre Baudelaire, onde ele reabilita a temporalidade e a historicidade em oposição ao ideal de eternidade que o Símbolo encarna.

Ao considerar a diferença entre alegoria moderna e alegoria medieval, os hieróglifos aparecem como uma afirmação da “predileção pelo visual”⁷, no que eles mapeiam os caminhos do emblema moderno. Se na Renascença eles são reutilizados como ideogramas produzindo palavras de estranhas significações (como rébus)⁸, cobrindo medalhões, colunas, etc..., no Barroco eles configuram-se de modo menos racional, afirmando sua força imagética.

Recorrendo a Ficino⁹, Benjamin retoma o conceito de tempo que segundo ele aparece sob a forma de uma serpente alada mordendo a extremidade de sua cauda traduzindo em sua circularidade a idéia humana linear do tempo e sua sabedoria, para afirmar que os hieróglifos são uma reprodução imagética das idéias divinas.

Uma imagem leva a outra que leva a outra. O alegorista relaciona-se com os emblemas misturando-os como os alquimistas. Assim, a obra de arte pode ser vista como um algo estranho, da ordem do maravilhoso, libertando-se da intencionalidade do sujeito. O “artista alegorista”, retira dos objetos sua densidade costumeira e estes dispersam-se em uma multiplicidade semântica infinita.

Se o símbolo é capturado pela poesia verbal e corresponde à evidência dos sentidos revelados graças à inspiração do poeta, o arbítrio da alegoria só faz ressaltar a deficiência desta linguagem na qual o sentido verdadeiro não é nunca alcançado. A reabilitação da alegoria por Benjamin traz a arbitrariedade e a multiplicidade do sentido à tona, possibilitando conseqüentemente estranhas imagens.

⁷Ibidem, p.22.

⁸ ibidem.p.23

⁹ ibidem.p.25.

A poeira e o estranhamento residual do cotidiano

As esculturas de Jean Dubuffet, com suas estranhas imagens traduzem o que Argan classifica como “uma etnografia ou uma antropologia da “tribo”européia”¹⁰ Esculturas como, *Spirit of Tarnish* (fig. 2) feita de madeira (flotté), esponja e pedra e papier maché, são resultados da pesquisa de Dubuffet sobre os limites da linguagem, falada onde “...nenhum discurso pode se libertar da matéria da língua, e enreda-se deliberadamente nas infinitas ambiguidades que compõem a linguagem”.¹¹

O processo de trabalho de Dubuffet, que ele próprio descreve como uma caçada¹², produz lugares e seres que se vão metamorfoseando no papel configurando imagens que o surpreendem, preparando armadilhas, apontando pistas, encurralando-se e aparecendo sob formas onde menos se espera. Ao amassar um papel no qual ele mistura tinta fresca, aparece um homem desconcertado que segura um cavalo empinado, erguendo-se sobre um só pé. Configura-se uma imagem que ali surge no momento mas que possivelmente tenha sido vista por ele em algum lugar, que a reconhece por fatos pressentidos. Ele desdobra o jornal e novamente o dobra, colocando mais tinta, e esse mesmo jornal aparece como uma pele de elefante, que se transforma em pele de feto ou de sapo, de mulher e de velho, de lesmas e tartarugas.

¹⁰ Argan, Giulio Carlo. *Arte Moderna*. Cia das Letras. SP. 1992.p.618

¹¹ Argan.op.cit.619

¹² Chipp, Herschel Browning. *Teorias da Arte Moderna*. Martins Fontes. SP. 1988.p.623.



Jean Dubuffet(fig.2)

Spirit of Tarnish (1959-1960)

Misturando tinta e imprimindo-as geralmente com as mãos em folhas de papel, o artista vê resultarem imagens que evocam seres, meteoros ou possíveis dragões. As imagens aparecem, escorrem pela tinta molhada, transformam-se e o “papel capta num instante todo um mundo formigante de fatos e acidentes que existe na realidade, mas que os olhos do homem não podem ver”¹³.

Podemos afirmar que elas vão se constituindo como emblemas de um tempo caracterizado por uma crescente industrialização, onde as obras passam a constatar sua validade efêmera, procurando em resíduos de outras épocas, como quer Rowell, intervir “por um ato simbólico no movimento irreversível do tempo”¹⁴.

¹³ *ibidem*.p.620

¹⁴ Rowell, Margit. *Qu'est-ce que la sculpture moderne?* Centre Georges Pompidou. 1986 p.189.

Utilizando materiais como a poeira, pedaços de tecido, folhas mortas, ele deseja reabilitar valores desacreditados, destacando elementos com os quais convivemos diariamente, sem porém não os incluirmos como possíveis materiais de trabalho.

“...As vozes da poeira, a alma da poeira me interessam muito mais que a flor, a árvore ou o cavalo, pois sinto que são mais *estranhas*. A poeira é um ser tão diferente de nós. E já essa ausência de forma definida...há quem gostaria de transformar-se em árvore, mas transformar-se em poeira em algum ser assim contínuo_ seria muito mais tentador. Que experiência! Que informação!...”¹⁵

Suas imagens “aparecem” nos anos 50/60, sob a forma de uma escultura quase totêmica. Elas se erguem como arquétipos afirmando em sua presença transformadora e mutante uma outra sensibilidade que pode ser um alerta ao comportamento do homem em uma sociedade massificadora, no que esta condiciona sua maneira de perceber o mundo. Imagens que não encontram uma codificação correspondente na linguagem dos signos, que nos enviam ao desconhecido, escapando da apreensão do sentido através de um só conceito- seja através da apresentação de uma multiplicidade de faces, como as esculturas de David Smith, seja em sua pura transformação, como as de Dubuffet,-apontando para aquilo que o homem deseja esconder, mas que em seu próprio desejo elas aparecem, trazendo em comum a autonomia da imagem e seus desafios.

Nesta mesma tendência, a artista contemporânea brasileira, Rivane Neuenschwander realiza instalações nas quais pratica o que já foi chamado de reorganização do cotidiano”¹⁶. Ao reutilizar materiais ordinários como condimentos, legumes, objetos industriais transformados, resíduos de papéis ou anotações anônimas, para gerar o extraordinário, ela tenta arrancar alguma poesia do mundo , revelando dramas, alegrias, tensões existenciais e movimentos do espírito que ela observa com surpresa.

Ela propõe uma atenção às transformações do mundo procurando reflexões e estimulando a fruição estética com experiências a serem vividas a partir de

¹⁵ ibidem.

¹⁶

http://www.divirtase.uai.com.br/html/sessao_7/2009/10/15/ficha_agitos/id_sessao=7&id_noticia=16673/ficha_agitos.shtml. Acesso em 18/03/2011.

fragmentos de folhas (destruídas por água), lembrando mapas e continentes desenhados com pedaços de carpaccio ou mel (eles somem, roídos por formigas) que seriam comentários sobre a situação do planeta e questionam o lugar da arte na contemporaneidade.

“Se planto árvores no sítio ou consigo educar meus filhos para perceberem o futuro, estou realizando mais pela causa do que com arte”, pondera. “Dá para fazer arte sem ficar evitando assuntos incômodos. Com arte, é possível estar atento ao mal-estar social, ambiental ou psíquico, mas numa escala individual e de qualidade sensível”, afirma a artista.¹⁷

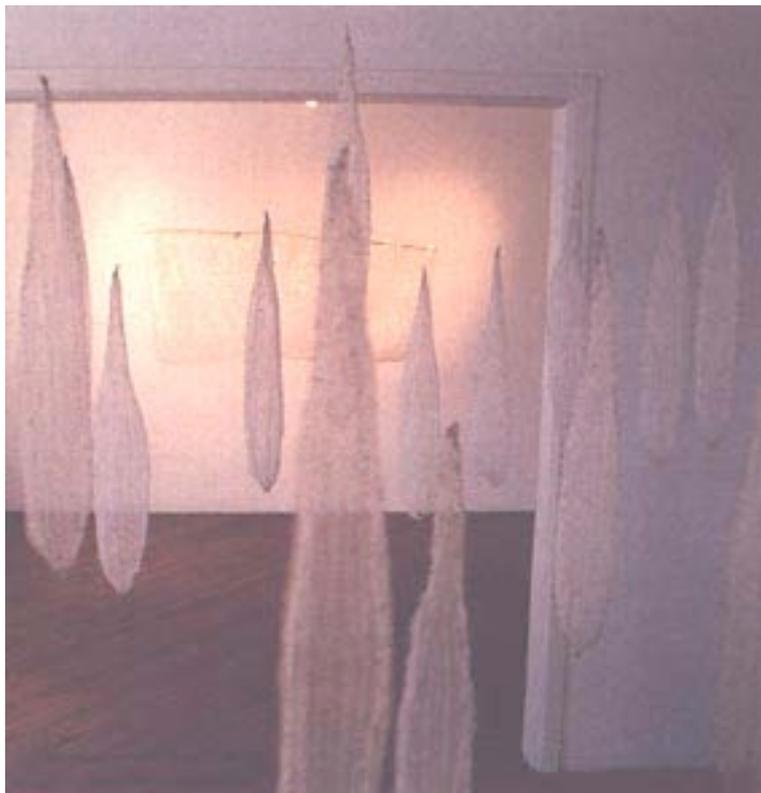


fig.5-Buchas, 1996

Na instalação Buchas, de 1996, composta de pequenos elementos feitos em tecido de organza, queimados com incenso, a artista inventa formas que lembram casulos. Com queimaduras feitas com o incenso ela cria nervuras, que como marcas acentuam um aspecto mais orgânico, configurando estas pequenas formas, quase como elementos dados pela própria natureza, deslocados para aquele ambiente.

¹⁷ ibidem.



Fig6-Paisagem Suspensa, 1997.

Paisagem Suspensa,

de 1997, é um trabalho executado a partir de cascas de alho, (re-configuradas como o próprio alho era anteriormente) onde novamente temos a escolha de preencher um espaço com uma mesma forma e criar novas imagens a partir de um mesmo elemento.

A imagem por seu caráter de transformação adquire materialidade nas esculturas destes três artistas que, por sua vez, evidenciam suas metamorfoses. Ao produzirem primeiramente signos abstratos elas se colocam entre palavras e coisas questionando o lugar da arte e, conseqüentemente, inventando visibilidades que se erguem como emblemas de seu tempo.

Bibliografia

- Argan, Giulio Carlo. *Arte Moderna*. Cia das Letras. SP. 1992.
Benjamin, Walter. *Alegoria e Drama Barroco*. in Documentos de Cultura Documentos de Barbárie. USP. 1986.
Chipp, Herschel Browning. *Teorias da Arte Moderna*. Martins Fontes. SP. 1988.
d'Amaral, Márcio Tavares. *Antevéspera do Anjo*. Massao Ono. SP. 1995.
Rowell, Margit. *Qu'est-ce que la sculpture moderne?* Centre Georges Pompidou. 1986
Krauss, Rosalind E. *Passages in Modern Sculpture*. MIT Press, 1994. USA.
Matos, Olgária. *O iluminismo visionário: Benjamin, leitor de Descartes e Kant*. Brasiliense. 1993. SP.

Sites consultados:

http://www.casthalia.com.br/periscope/ano4/martha_gomes_de_freitas/deslocamentos.htm

http://www.divirtase.uai.com.br/html/sessao_7/2009/10/15/ficha_agitos/id_sessao=7&id_noticia=16673/ficha_agitos.shtml

Imagens

http://hirshhorn.si.edu/visit/collection_object.asp?key=32&subkey=2562

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Gilson Martins e o Design Brasileiro

Dijon de Moraes e Teresa Campos Viana

Universidade do Estado de Minas Gerais

tecacviana@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Gilson Martins e o Design Brasileiro

Moraes, Dijon de; PhD; Universidade do Estado de Minas Gerais

Viana, Teresa Campos; Universidade do Estado de Minas Gerais

tecacviana@gmail.com

Resumo

Pretende-se com esse artigo discutir a importância da relação entre design e arte e evidenciar essa relação presente no trabalho do designer e artista Gilson Martins. A união da arte e do design é uma constante discussão entre os militantes da área e no mundo contemporâneo vem cada vez mais se aproximando e apresentando possibilidades para o desenvolvimento de produtos de beleza estética e funcionalidade cotidiana.

Palavras Chave: arte, design, cultura, contemporaneidade, produtos.

Abstract

It is intended with this paper to discuss the importance of the relationship between art and design and highlight this relationship in the work of designer and artist Gilson Martins. The union of art and design is a constant discussion among the militants in the area and in the contemporary world is increasingly approaching and presenting opportunities for product development of aesthetic beauty and functionality daily.

Keywords: art, design, culture, contemporary products.

Pretende-se com esse artigo trazer a discussão o papel desempenhado pela arte influenciando de forma efetiva o design e como de forma inversa o design parece também influenciar atividades e produções artísticas. É nosso objetivo também compreender como um artista transforma objetos de arte em artigos de design passando a produzir em larga escala, sem diminuir a importância e a aceitação do produto. Assim como é possível transformar objetos de design em obras de arte. Pretende-se trazer esse estudo para discussão, pois é um assunto que vem sendo problematizado pelas pessoas que trabalham no setor. A arte e a produção de artigos para uso cotidiano assinados por artistas vêm recebendo uma atenção e se tornando um setor de grande interesse econômico. A dificuldade em saber o que é arte e o que é design tem confundido a sociedade.

A arte pode ser denominada com uma atividade humana ligada a manifestações de ordem estética, ou até mesmo uma expressão de sentimentos. O design pode ser denominado como um processo técnico e criativo que envolve o projeto, a concepção, elaboração e especificação de um produto. Normalmente, esse produto pode ser produzido em escala.(GOMBRICH, 2000)

Após a segunda guerra mundial, o Brasil passou a perceber a importância do ensino de artes e da implantação de museus tanto da história brasileira quanto da arte clássica e contemporânea. Em 1947 foi criado o Museu de Arte de São Paulo (MASP), a ideia de difundir o interesse pela arte no Brasil foi muito bem aceita pela elite local, primeiramente representada pela família Matarazzo e por Assis Chateaubriand (1892 – 1968). Ambos estavam obcecados pela ideia de fundar a maior galeria de arte do mundo. Francisco Matarazzo sobrinho inaugurou em 1948 o Museu de arte moderna (MAM) e junto com Iolanda Penteadó instituíram a I Bienal de São Paulo. Assis Chateaubriand, ou Chatô, como era conhecido foi um dos homens mais influentes do Brasil até sua morte em 1968. Chateaubriand foi o dono dos Diários Associados, que foi o maior conglomerado de mídia da América Latina, seu império contou com mais de cem jornais, emissoras de rádio, televisão e revistas. Como era proprietário de uma enorme rede de comunicação no país e um grande apreciador das artes, cada aquisição feita para o MASP tinha uma repercussão enorme na mídia, e destacava o nome da pessoa que viabilizou a compra do acervo e assim iniciou-se o acervo do MASP.

Em 1951 foi inaugurado o Instituto de Arte Contemporânea do MASP (IAC), que segundo Niemeyer (2000) foi a semente do design no Brasil. A maioria dos seus alunos eram bolsistas podendo destacar Alexandre Wollner, Antonio Maluf e Mauricio Nogueira Lima. O IAC

durou três anos, entretanto a insuficiência de recursos não permitiu continuidade. Acredita-se que devido a criação dos cursos do IAC, foram criados os cursos de design da FAU-USP (faculdade de arquitetura e urbanismo) em São Paulo e a ESDI (ensino superior de design industrial) no Rio de Janeiro.

O design brasileiro dos anos 80 não produziu em quantidade significativa, mas iniciou o reconhecimento de uma estética brasileira multicultural. Branzi (1988) citado por Moraes(2006) reconhece essa estética dizendo “O Brasil foi um país destinado a viver em uma pós modernidade de fato”. Podemos concluir através dessa citação que devido as grandes festas culturais, e a multiculturalidade do Brasil, o design brasileiro já se iniciou na pós modernidade.

Como já apontamos nosso objetivo é ressaltar esses diversos momentos de encontro do design com a arte, dos artistas com as produções de peças para o uso cotidiano, trazendo como parte desse conteúdo o multiculturalismo brasileiro.

Gostaria nesse artigo de ressaltar a obra de Gilson Martins como um designer de características multiculturais.

O design brasileiro passa a ter uma identidade própria. Utilizando de seus aspectos culturais como referência, tais como: o carnaval e as telenovelas.

Segundo Moraes (2006),

O design toma a cultura popular e o carnaval como fantasia coletiva, reconhece o kitsch como gosto popular de massa e as telenovelas como referência ética e estética local.

O designer Gilson Martins, foco desse artigo, é um exemplo clássico de como o esses aspectos influenciam o design brasileiro.

Gilson Martins nasceu no Rio de Janeiro onde estudou até entrar para o curso de Belas Artes na Universidade do Estado do Rio de Janeiro em 1982. Desde a infância como todo carioca, conviveu com as mais diversas formas de expressão do povo brasileiro, caracterizadas pelo samba, pelas adorações aos cultos africanos, pelo carnaval e pela sempre presença do turista estrangeiro dos mais diversos países, que tanto tomam o Rio como lugar ideal para se morar, como aqueles que aqui vêm para conhecer e se encantar com toda sua beleza natural. Como todo aluno em início de curso, comprou uma mochila para levar para a faculdade, com o passar do tempo a mochila foi rasgando, Martins, então utilizou dos conhecimentos adquiridos na faculdade juntamente com a habilidade dos seus pais, um estofador e uma

costureira e desenvolveu uma mochila com lona de cadeira de praia, mais prática e resistente. O sucesso foi tanto que recebeu encomendas de alunos e professores da faculdade. Desde então, Martins não para de desenvolver acessórios para uso cotidiano¹. (www.gilsonmartins.com.br)

Dentre suas varias linhas de trabalho, destaca-se a linha Brasil e Rio de Janeiro. Onde ele enaltece o país e a cidade criando bolas e acessórios com a imagem da bandeira e de símbolos do Rio, como o pão de açúcar, o cristo redentor, os arcos da Lapa e muitos outros. Apesar do amor imenso que sentia pelo Rio, as criações do designer não ficaram apenas nas paisagens do Rio, provando que o processo criativo do artista era ultrapassava essas fronteiras, expandindo a cada dia e arrecadando admiradores por todos os cantos do mundo. Foi o primeiro designer a utilizar a bandeira do Brasil como recurso para moda como a identificação de um povo sem apelos nacionalista.



fig.1

¹ Maiores informações podem ser obtidas no site do artista www.gilsonmartins.com.br.



fig.2ⁱ

O trabalho de Gilson Martins pode ser considerado uma referência para o design brasileiro, pois ele reconhece símbolos da cultura brasileira como referência estética. Martins utiliza materiais reconhecidos como não nobres tais como plástico, lona, couro sintético, entre outros para desenvolver seus produtos. Queria transformar o plástico em material de luxo, o que não existia na década de 80. Utilizando esses materiais da forma como ele faz traz uma nova estética e importância, pois viabiliza que mais pessoas tenham a possibilidade de poder comprar o seu produto, já que o mesmo tem um preço mais acessível e mostra que materiais até então descartados por pela sociedade, inclusive pelos designers podem ser utilizados para fazer produtos muito bem acabados, com uma excelente estética e de grande aceitação pelo público. Artistas, outros estilistas e pessoas da moda já foram vistas em eventos e tiveram suas fotos publicadas em revistas da área, usando produtos de Gilson Martins.

Martins teve seus trabalhos expostos em feiras e exposições fora do Brasil. E também se tornou um grande sucesso no exterior por conseguir demonstrar a alegria, as cores e as formas do Brasil.

Durante uma de suas muitas viagens para o exterior, Gilson Martins foi abordado por Sheila Lerner, jornalista e crítica de arte, que o convenceu a fazer de suas bolsas, obras de arte, foi aí que ele começou sua passagem pelo mundo da arte. Em 1993, Gilson Martins fez sua primeira exposição na Galeria de Exposições da Caixa Econômica na Gávea. Lá, ele expôs suas bolsas-esculturas, e foi reconhecido pelos jornalistas e especialistas da área um profissional

que aliou a arte, moda e design. Teve seu trabalho reconhecido internacionalmente apresentando suas peças no Museu do Louvre.

A partir daí vieram muitas outras exposições: Galerias Lafayette, Festival de Cannes, Copa de 2006 em Berlim e Semana de Design em Milão.

Além de um designer extremamente reconhecido por seu trabalho, a preocupação com o meio ambiente faz parte de sua vida e de suas criações. Ele utiliza as sobras de trabalhos anteriores para formar imagens do Pão de Açúcar, Arcos da Lapa e Cristo Redentor.

Retornando ao início do artigo, pode-se concluir que Gilson Martins é um designer que conseguiu unir arte, design, sustentabilidade e aspectos culturais de um povo. Martins prova que arte e design podem se unir, pois arte é uma criação humana com valores estéticos que simbolizam as emoções, as histórias, sentimentos e cultura de uma sociedade e design pode ser entendido como a melhoria dos aspectos funcionais, ergonômicos e visuais de um produto, atendendo assim as necessidades do consumidor. E como já foi discutido anteriormente, o design muitas vezes representa claramente a cultura de um país ou região.

Referências Bibliográficas

MORAES, DIJON DE. Análise do Design Brasileiro: entre mimese e mestiçagem. São Paulo: Blucher, 2006. 304 p.

GOMBRICH, Ernest H. A História da arte. São Paulo: LTC, 2000

GILSON Martins. Disponível em:

<http://www.gilsonmartins.com.br/home.html>

<http://www.fashionbubbles.com/biblioteca/o-rio-de-janeiro-como-materia-prima-para-gilson-martins-o-homem-bolsa/>

<http://www.modalogia.com/index.php?s=gilson+martins>

<http://modaaocubo.blogspot.com/2010/03/gilson-martins-o-design>

ⁱ Figuras 1 e 2 foram retiradas do site www.gilsonmartins.com.br

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Arte e design: do intertextual a relação social recíproca

Elenir Morgenstein e Alberto Cipiniuk

UNIVILLE

elenir.m@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Arte e design: do intertextual a relação social recíproca

Art and design: from the intertextual to the reciprocal social relation

Morgenstern, Elenir; Mestre; UNIVILLE

elenir.m@gmail.com

Cipiniuk, Alberto; PhD; PUC-Rio

acipiniuk@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta parte da pesquisa de doutorado “Arte e design: do intertextual a relação social recíproca”. A referida investigação, cujas reflexões fundamentam-se na antropologia, procura definir o que atualmente é nomeado pelo termo ‘design’, num questionamento acerca das fronteiras em que se estabelecem suas bases. O artigo apresenta um cruzamento entre textos compostos pela tradição artística e textos recentes do design gráfico, considerando as práticas sociais como constitutivas das noções fundamentais que definem socialmente o design.

Palavras Chave: design; arte; antropologia.

Abstract

This paper presents part of the doctorate research "Art and Design: from the intertextual to the reciprocal social relation". This investigation, on which reflections are based on anthropology, tries to define what is currently named "design", questioning about the borderlines where their bases are established. The paper shows a cross line between texts written by the artistic tradition and recent graphic design texts, considering the social practices as constructive of the fundamental notions that socially define design.

Keywords: art, design, anthropology

Introdução

O presente artigo relata parte da pesquisa de doutorado intitulada “Arte e design: do intertextual a relação social recíproca” desenvolvida junto ao curso de doutorado em Design – PUC-RIO. Nessa investigação, objetivando definir uma territorialidade ao campo do design gráfico, analisamos artefatos literários, oriundos dos campos do design e da arte, a fim de identificar possíveis ‘cruzamentos’. Considerando que o limite de um campo é o limite dos seus efeitos, pretendemos verificar, por meio de uma abordagem **antropológica**, que considera a literatura artística, e os textos de design, como concretizações de práticas e relações sociais, acreditamos que os textos são artefatos culturais, assim podemos estabelecer

conexões entre os textos produzidos pela tradição artística e os atuais pertencendo ao campo do design.

A pesquisa, com aporte teórico na **teoria social dos sistemas simbólicos** de Pierre Bourdieu, contrapõe-se às abordagens discursivas que, fundadas no paradigma estruturalista objetivista, entendem arte e design como ‘linguagens’ e por meio de ‘leitura’ visual prendem-se a uma análise estético-formal.

As literaturas, ou os artefatos literários produzidos por ambos os campos, são verificadas analisando-se algumas de suas temáticas que auxiliaram na definição de elementos fundamentais para as práticas da arte e do design. Entendemos que os textos selecionados não abordam questões discutidas pelo campo do design, mas aspectos que, teoricamente, tem definido elementos fundamentais no contexto da produção e interpretação da **imagem**, seja ela empregada para elaboração de objetos de arte ou de design.

A literatura artística na definição do campo do design

A noção de design, enquanto campo específico de conhecimento configurou-se há pouco tempo. Assim, os artefatos literários produzidos são, ainda, limitados em termos quantitativos. Contudo, se compararmos os artefatos literários representativos da arte, à prática social exercida pelos designers, percebemos uma homologia teórica muito grande. Verificamos que divergências acerca da definição dos termos e do entendimento acerca dos atributos essenciais, que configuram distinção de um e outro campo, referem-se mais aos aspectos corporativos das relações estabelecidas, pelos profissionais que atuam nessas áreas, do que a razões de natureza teórica.

Entendemos que muitas das reflexões, oriundas da literatura artística, têm alicerçado investigações do campo do design. Assim, a intenção expressa neste artigo era a verificação empírica, junto a artefatos literários da tradição artística, de teorias **acerca da arte** (imagem) que fundamentam as atuais práticas do design (gráfico). Neste intento, arte e design foram analisados como campos autônomos, segundo o desejo de seus pares, e não como signos (como propõe os estruturalistas). Por meio de levantamento da literatura artística, pretendeu-se estabelecer relações e limites, entre arte e design, visando definir uma territorialidade para o campo do design. O ensejo era o de auxiliar na definição da real natureza dessa atividade profissional e visualizar a extensão de sua atuação. Há que se esclarecer, porém, que os textos reunidos para a interseção proposta, não referenciam especificamente as práticas de artistas e designers, e sim a determinação de sua essência, a saber, sua definição, por meio do levantamento teórico de suas noções fundamentais.

O primeiro trabalho realizado com essa finalidade remonta à monumental “*Die Kunstliteratur*” de Julius Von Schlosser¹, realizada em Viena no início do século passado (1924). Para efeito do nosso trabalho elegemos um trabalho mais recente, a seleção de textos realizada por Jacqueline Lichtenstein (diretora geral e apresentadora) reunidos na Coleção ‘A Pintura’ e publicados no Brasil em 2007. Essa escolha deveu-se a questões de ordem prática, isto é, aos comentários introdutórios dos temas, assim como a sua existência em português. Do campo do design, elegemos autores de referência para o atual ensino do design gráfico nas universidades brasileiras. Acrescentamos ainda a revisão dos artigos apresentados nos últimos quatro anos de dois congressos, realizados no Brasil: Congresso Brasileiro de

¹ SCHLOSSER, Julius Von. *La Littérature Artistique*. Paris: Flammarion, 1984.

Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D de 2006 e 2008) e Congresso Internacional de Pesquisa em Design (CIPED 2007 e 2009). Nossa compreensão fundou-se no fato de que os artigos apresentados nestes dois congressos são representativos das reflexões da categoria acerca de suas práticas profissionais recentes.

As noções, ou princípios fundamentais, destacadas para esta revisão, que propõe a interseção entre arte e design, foram selecionados temporalmente de forma aleatória, sendo organizados em três grandes grupos: natureza conceitual, natureza prática e epistemologia. Neste artigo apresentamos apenas parte da pesquisa que referencia os princípios de natureza conceitual desdobrando-se nas noções de ‘belo artístico’ e ‘criatividade’.

a) ESTÉTICA – O BELO

O discurso relativo ao belo é de interesse para a arte e para o design. Assim como existe uma historicidade das formas, discorre Lichtenstein², há uma historicidade das idéias, no caso a do belo, que determina os projetos e as realizações de artefatos e objetos de arte. A noção de beleza, numa dimensão histórica tomou, em épocas diferentes, sentidos diversos, até radicalmente opostos. A intenção estética, presente em diferentes períodos, tem definido o que é “belo”, ou melhor, o que pode ser considerado artefato com pretensões de alcançar um valor em uma hierarquia entre os artefatos, tendo como nível mais baixo qualquer objeto, digamos industrial, e o seu ponto mais alto, o objeto de arte, ou seja, a forma como foram consagrados.³ Considerando-se que é possível que o “ponto de vista estético” crie o “objeto estético” há que se perguntar: o que move o ponto de vista estético? Quais fatores extra-estéticos têm contribuído para a constituição da noção estética de diferentes períodos em variadas culturas?

Ao longo da história e da teoria da arte, o belo é estudado pela literatura artística como um processo de ‘ressignificações’, tal como preferem os teóricos vindos da formação em Ciências Sociais que se inclinaram para a teoria da comunicação (semiologia, teoria da informação, lingüística etc.). O objeto belo possui uma essência ideal que é transcendental e universal, isto é, válida para todos os lugares do planeta e para todos os períodos históricos. Desde Platão, que acreditava na pressuposição de uma idealidade, de uma estrutura tectônica ou geométrica, calcada na relação harmônica ou proporcional das diferentes partes, até o Renascimento, isto é, o início da Idade Moderna, onde a idealidade do belo, ainda que baseada no idealismo platônico implicasse em uma superação ou aperfeiçoamento da natureza, a essência era transcendental. Mais tarde, já em Baudelaire, por exemplo, abrindo possibilidades para novas experiências formais, no entanto, não abandonou a antiga ou tradicional noção do belo.

Platão⁴ argumentava que o que é feito em conformidade com uma concepção do espírito é belo. Assim, o que é feito em conformidade a uma produção material já existente no mundo sublunar não é belo. Para esse filósofo, quando alguém produzia uma obra tomando como modelo algo já existente no mundo, se seus olhos estavam de fato fixos nele, não faziam algo belo. O próprio modelo, segundo Platão, continha a dessemelhança e não era fundamentalmente belo. Sendo assim, uma cópia fiel aos modelos que o artista pudesse encontrar no mundo natural se afastaria mais ainda da beleza.

Na mesma linha idealista, já no início do século XIX, conceituando como belo o que era produzido pelo espírito e não pela imitação, Hegel declarava que a existência das

² LICHTENSTEIN, Jacqueline. *A pintura Textos essenciais* (vol. 4 *O belo*). Ed. 34. São Paulo. 2007 p. 10.

³ Ver BOURDIEU, *Op. cit.*: 2008 p. 32.

⁴ *Apud*. JUNIUS, Franciscus. *A pintura dos antigos*. In.: *A pintura Textos essenciais* (vol. 5: “*Da imitação a expressão*”). Ed. 34. São Paulo: 2004. p. 79.

representações provinham do espírito que as produziu. Para esse autor, os objetos encantavam-nos não porque eram naturais, mas porque eram feitos naturalmente.⁵

Um pouco mais tarde, Baudelaire⁶ acrescentou à noção de beleza um novo item. Para esse teórico, o belo era composto por dois elementos, sendo um ‘eterno, invariável’, estando aí a antiga crença acerca da beleza produzida pelo espírito e outro ‘relativo e circunstancial’. O teórico desafiava (em seus escritos) qualquer um a descobrir alguma espécie de beleza que não contivesse os dois elementos. Na verdade ele expressava a ambigüidade da cultura moderna, que pode ser entendida como a expressão de uma crise, a crise do fundamento, no qual Platão acreditava.

Nesses textos o juízo estético é concepção do espírito, uma espécie de manifestação transcendental desconectada da razão e da lógica e situada fora do contexto social em que é produzida. Em diferentes períodos, a crença acerca do belo como fruição do espírito, esteve presente nas literaturas alusivas à arte. Mesmo na modernidade e até no período contemporâneo, quase sempre, atribui-se (por vezes de forma escamoteada) aos artefatos apreciados, segundo códigos instituídos, um valor ideal. Trata-se de algo que se executa mediante um “dom” especial deslocado das possibilidades concretas do mundo real em que vive o suposto “criador” ou o observador. Mas, como alguma coisa pode ser transcendental se é concebida segundo cânones vigentes ou calcada no mundo natural?

No exame dos textos atinentes ao design pudemos perceber que em grande maioria eles exemplificam esta questão, isto é, definem fundamentos para as práticas do design de acordo com a mesma raiz filosófica, aquela que emprega valores fundados na metafísica, como se os artefatos de design não estivessem sujeitos a um tempo, espaço e condições definidas concretamente. Santaella, por exemplo, ao discorrer acerca da lógica do design, entende a estética como algo guiado pelos sentimentos destacando, nesse processo, “*pensamento, criação e sentimento*”.⁷

Pirauá e Coutinho⁸ (fundados em Dziemidok, 1996), propondo uma avaliação estética de *websites*, apresentam uma definição de “estética”, segundo eles, bem abrangente e apropriada ao campo do design. Para os autores, a estética é a “filosofia dos fenômenos estéticos”. Consideram que estes fenômenos podem ser entendidos como quaisquer eventos que digam respeito à percepção das formas (visuais, sonoras, táteis etc.) do objeto (material ou virtual) pelo sujeito. Tem-se aqui o mesmo princípio apresentado anteriormente no texto de Santaella, ou seja, o juízo estético é guiado pelos sentimentos. Ou, em outros termos, a ação humana ou as práticas sociais, como fruto da mente (alma). É interessante observarmos como a emoção, um efeito da percepção estética no usuário do produto, pode se exteriorizar em forma de aceitação, rejeição ou neutralidade, traduzindo uma dimensão idealista ou metafísica. Os autores desse artigo acreditam que do confronto entre o “gosto” do usuário e a estética⁹ do produto surge uma resposta (juízo estético) que está diretamente conectada à

⁵ HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. *Estética*. In.: *A pintura Textos essenciais* (vol. 10: “Os gêneros pictóricos”). Ed. 34. São Paulo: 2006 p. 109.

⁶ BAUDELAIRE, Charles. *O pintor da vida moderna* In.: *A pintura Textos essenciais* (vol. 4: “O belo”). Ed. 34. São Paulo. 2007 p. 124-125.

⁷ SANTAELLA (2002) *apud*. BARBOSA, Ricardo Tiradentes; MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. *A Lógica do Design: Pensar, Criar e Sentir*. In.: Anais 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (2008).

⁸ Avaliação estética de websites com usuários: um experimento. PIRAUÁ, José; COUTINHO, Solange Galvão. In.: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

⁹ Nesse caso o termo “estética” deve ser compreendido mais como sinônimo de “forma” do objeto e não como afirmaram mais acima, apêndice da filosofia que se dedica ao estudo do belo. Na verdade verificamos que esses autores não possuem muita frequência na área da filosofia e empregam os termos de forma aleatória e quicá irresponsável.

sensação de prazer ou desprazer sentida pelo utente e, conforme os autores, essa sensação é propulsora de ações. A concepção de Pirauá e Coutinho é idealista, mas não como aquela que fora empregada por Platão. O idealismo desses autores é moderno, pois consideram que o fenômeno estético é subjetivo, psicológico, pois produz sentimentos psíquicos ou da alma e são esses sentimentos que dirigem as ações humanas. Ocorre que o sujeito dessa definição teórica não é um sujeito histórico, situado no tempo e também no espaço, mas uma entidade transcendental, portanto idealista.

Tal como ficou exemplificado no texto acima, verifica-se que o juízo estético, assim como o gosto, é uma concepção idealista. A estética e o gosto são concebidos como fruto de um engenho espontâneo que “aflora” proveniente de pensamentos e sentimentos, não são circunstanciais, não consideram o *habitus* gerador de tais adágios e, por conseguinte, dos processos ditos criativos. Também desconsideram a possibilidade de uma produção expressiva gerada pela própria prática em que ocorreria processo inverso, ou seja, a ontologia não estaria no ‘pensar’, mas no ‘fazer’.¹⁰ Tais posturas teóricas, fundadas no paradigma objetivista, e certamente alinhadas pelo positivismo, alicerçam seus postulados em direcionamentos estruturalistas (cujo desdobramento se deu na disciplina da semiótica) aplicando indiscriminadamente suas receitas sem considerar que o meio social onde o objeto se encontra, onde foi produzido. Considerando o objeto, enquanto condição marcada historicamente e situada socialmente, é também gerador das práticas produtivas que envolvem criatividade.

A partir desse exemplo e de muitos outros, evidencia-se por meio do cruzamento entre os textos da tradição artística com os textos recentes que definem as práticas do design, que a noção de beleza está intimamente relacionada às categorias utilizadas para perceber e apreciar a os artefatos artísticos que, por sua vez, estão ligadas ao contexto histórico: ou seja, como escreveu Bourdieu, associadas a um universo social situado e datado.¹¹ Ressaltamos que em ambas as literaturas encontram-se teóricos que acentuam a noção carismática ou idealista acerca do ‘belo’, o que leva ao entendimento do produtor (artista ou designer) como um ser dotado de capacidades superiores. Seguem essa noção por avaliarem a dimensão estética das imagens sem considerar o que lhes é complementar, isto é, as práticas e relações sociais concretas que geram o universo simbólico. Ou seja, sem atentar para o fato de que a noção de beleza depende do meio social ao qual pertence o observador, analisam as imagens deslocadas das relações nas quais foram produzidas, mediadas e apreciadas. O processo de aceção das imagens, bem como sua valoração técnica e estética, configura-se como resultado partilhado de uma coletividade sendo que o agente, inserido em determinados contextos, é partícipe das noções construídas. As convenções que permeiam a representação gráfica são inculcadas em grupos de agentes que, inscritos socialmente, reforçam o *habitus* cultural de uma parcela “cultura”.

b) CRIATIVIDADE

Integrado ao sistema de idéias que articula os valores representativos da noção de “belo” veicula a noção historicamente construída, acerca da criatividade. O conjunto de normas elaborado e representativo da “criação”, fundada na espontaneidade de uma inspiração inata, configura-se em uma das invenções do romantismo.¹² Essa ideologia profissional do “criador” e da “criação”, produto de um longo e lento trabalho histórico - cuja

¹⁰ Sennett defende a idéia de que “fazer” é “pensar” mostrando que o trabalho feito pelas mãos pode animar o trabalho feito pela mente (“mão inteligente”). (SENNETT, Richard. *O artífice*. Ed. Record. Rio de Janeiro:

¹¹ BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007, p. 292.

¹² Ver BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p. 104.

elaboração principal se dá durante o século XIX¹³ (movido pelo conjunto de condições econômicas e sociais) com a emergência moderna dos termos e com a instituição do campo artístico¹⁴ -, vem sendo aplicada (como espécie de carisma¹⁵) a determinadas categorias profissionais (no caso ‘artistas’ e ‘designers’).¹⁶ Assim, constitui-se o campo artístico de modo anti-histórico como o lugar em que se produz e reproduz incessantemente a crença idealista no valor da arte e no poder de criação do valor que é próprio do artista. Sendo que o artista não é visto como um homem, ou alguém pertencente à humanidade, mas o gênio, um super-homem, alguém dotado de uma natureza carismática.

Da literatura artística, tangenciando a noção de criatividade, destacam-se, nesta pesquisa, duas linhas de pensamento: 1) criatividade como algo que está ‘dentro’ do criador (em sua alma ou mais recentemente, seu inconsciente); 2) criatividade como exteriorização de um estilo pessoal. Na seqüência, alguns desses pressupostos serão confrontados com textos representativos do design.

1) Criatividade como algo que está ‘dentro’ do criador (em sua alma ou mais recentemente, seu inconsciente)

Entendendo a criatividade como algo que está dentro do criador, destaca-se Baudelaire¹⁷, que reverencia a criatividade como pertencente à natureza interior ao homem. Para este teórico os pintores que obedecem à imaginação procuram em seu dicionário elementos que se adaptem à sua concepção; ou melhor: ajustando-os com arte, dão-lhe uma fisionomia inteiramente nova. Segundo Baudelaire, quem não tem imaginação copia o dicionário e, disso, resulta um dos maiores vícios, o da banalidade, que é típico dos pintores cuja especialidade os aproxima mais da natureza exterior, como os paisagistas que, em geral, consideram um triunfo não mostrar sua personalidade.¹⁸ Tais artistas de tanto contemplar, esquecem de sentir e de pensar. Os escritos de Baudelaire delineiam a ‘criatividade’ como algo que está dentro do artista. Ou seja, que o “criador” encontrará internamente, sem necessidade de participação exterior, condicionado a fatores extra-estéticos. Parece se tratar de uma fórmula antiga, mas na prática de designers e estudantes de design, esse ideal ainda vigora.

Alexandre Wollner, por exemplo, ao referir-se a esta noção aplicada ao design, escreve que criatividade não se ensina. Para o autor, é possível, no máximo, transmitir certa consciência do que é necessário para ser criativo, para perceber as possibilidades que existem na consciência e no inconsciente, nas coisas que se aprende agora e se aprendeu anteriormente.¹⁹ Encontra-se nesse texto—de forma subliminar, a criatividade apresentada como alguma coisa que é buscada junto à consciência e ao inconsciente do criador. Não se entende criatividade como algo desenvolvido conforme condições socialmente proporcionadas, ou ainda materialmente disponibilizadas.

Não parece um tanto óbvio que o pai de Picasso era pintor e professor de desenho? E que o do pai de Mozart, era maestro e professor de música? Não que isto se torne uma condição para o sucesso do artista, mas configura-se em contexto facilitador em termos materiais e culturais. Como pensar que Picasso seria “Picasso” sem as condições que lhe eram circundantes? Como atinar que simplesmente se trata da retirada de elementos criativos da

¹³ Surgimento do artista em lugar do artífice.

¹⁴ O campo artístico (artistas, críticos, historiógrafos, colecionadores...) constitui-se baseado na crença dos poderes quase mágicos reconhecidos ao artista moderno (Ver BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p.288, 289)

¹⁵ Dom ou graça divina. Trata-se de uma interpretação inadequada do texto bíblico.

¹⁶ BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p.288.

¹⁷ BAUDELAIRE, *Op. cit.*: 2004 p. 120.

¹⁸ *Idem*.

¹⁹ WOLLNER, Alexandre. *E a formação do design moderno no brasil*. São Paulo: Cosac& Nayfi, 2005. p.5

mente? Como esses elementos teriam ido parar lá? E quais foram as condições ontológicas dessa “criatividade acumulada na mente”?

Dos textos procedentes do design encontra-se, ainda, em Baxter (1998) uma exemplificação do processo da criatividade como organização das idéias na mente, relacionando-o à afirmação de Thomas Edison: “criatividade é 1% de inspiração e 99% de transpiração”.²⁰ Por mais que esse pensamento apreenda a produção, o trabalho, como componente do processo criativo, ainda ignora as contingências extra-estéticas, que, conforme nosso entendimento, não só influenciam, mas de fato, movem as ações chamadas criativas, portanto sofre do mal da percepção idealista. Como lançar teorias acerca da criatividade sem considerar que cada caso é um caso, ou seja, que as mesmas condições racionais, ou intelectuais, podem conduzir a resultados diferenciados quando expostos a fatores externos variados?

O design gráfico, como expressão de idéias constituídas em uma mente individual (“parto da mente”), está presente também nos escritos de Gomes.²¹ Para este teórico, entre as habilidades que identificam o sujeito como criativo encontram-se as manuais, que permitem representar e modelar idéias e a compreensão visual de seus projetos. Para Gomes, quando se imagina, transmitem-se os sentimentos, e quando se desenha, as ideias. A noção de que as ideias são transmitidas pelo desenhador (como Gomes refere-se ao designer gráfico, que atua em seu ofício por meio de desenhos) perpetua a noção de criatividade como algo retirado da mente.

A atividade prática do designer gráfico é comumente, entendida como “forma de expressão de ideias”.²² Por esse prisma a atividade criativa é entendida como algo natural ou espontâneo que, retirada da mente, permite ao designer exercer sua capacidade criadora. Atividade que, por sinal, é vinculada a categoria dos designers e dos artistas, como se os demais trabalhos humanos não fossem criativos.

2) criatividade como exteriorização de um **estilo** pessoal

Da segunda linha de pensamento, pautada na crença acerca da criatividade como exteriorização de um estilo pessoal, apresenta-se na seqüência alguns exemplos teóricos que, mais adiante, serão confrontados com os textos verossimilhantes da área do design. Encontra-se em Mirabeau²³ um destaque para o homem que desenvolve seu próprio estilo. Van Gogh, segundo Mirabeau, teve em um grau raro aquilo que faz um homem se diferenciar de outro: o estilo. Nesta mesma diretriz podem ser citados os escritos de Émile Zola²⁴ nos quais discorre acerca da distinção do artista por meio de seu estilo. Para Zola, os pintores tornaram-se decoradores mesquinhos que trabalham na horrível decoração de apartamentos modernos; os

²⁰ *Apud.* BARBOSA, Ricardo Tiradentes; MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. *A Lógica do Design: Pensar, Criar e Sentir. In.: 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.*

²¹ GOMES, Luiz Vidal Guerreiro. *Criatividade: projeto, desenho, produto.* Santa Maria: sCHDs, 2001 p. 26.

²² A partir do surgimento dos primeiros computadores com capacidade gráfica existe uma ruptura sendo que os meios de criação deixam de ser palpáveis e ganham uma nova dimensão. No entanto existe um intenso movimento de retorno a valorização da expressão manual direta, não só como forma de expressão de idéias, mas como um produto final para ilustrações únicas e diferenciadas. (OLIVEIRA, Ricardo Alexaris Capa. *A retomada do traço. Os caminhos do desenho e as novas tecnologias digitais de reconhecimento de expressão manual. In.: 7 Congresso Nacional de Pesquisa em Design, 2006.*

²³ VINCI, Leonardo da. *Tratado da pintura. In.: A pintura Textos essenciais.* (vol. 5: Da imitação a expressão). Ed. 34. São Paulo: 2004 p.152

²⁴ VINCI, Leonardo da. *Tratado da pintura. In.: A pintura Textos essenciais.* (vol. 5: Da imitação a expressão). Ed. 34. São Paulo: 2004 p.146.

melhores viraram antiquários, roubaram parte de seu estilo de algum grande mestre já falecido e, quando um Delacroix aparece é vaiado, porque não se parece com os outros.²⁵

No século XVI Bellori²⁶ também já manifestava a conexão entre criatividade e expressão de estilo pessoal. De acordo esse autor, o estilo era uma maneira particular e industriosa de pintar e desenhar nascida do gênio particular de cada um na aplicação, e no uso das idéias; este estilo, maneira ou gosto se obtinha da natureza e do engenho. Na mesma vertente, escrevendo acerca das diferentes escolas e estilos dos artistas, Piles²⁷ alertava para o fato de que as obras mais raras não teriam valor algum se não houvesse o público apreciador. Conforme este teórico, seria inútil conservar num palácio magnífico as coisas mais raras do mundo se esquecêssemos de colocar portas ou se a entrada não fosse proporcional a beleza do edifício, a fim de despertar nas pessoas a vontade de entrar e satisfazer sua curiosidade. Denota-se neste texto uma das condições extra-estéticas que compõe a produção artística.

Questões referentes ao ‘estilo’ em diferentes períodos permearam os debates entre filósofos, críticos, artistas, historiadores da arte e designers. Na seqüência, adentrando nos textos concernentes à área do design, pudemos estabelecer a conexão com os postulados oriundos da literatura artística que entendiam a criatividade como exteriorização de um estilo pessoal.

Do campo do design, Almeida Junior e Nojima, com aporte teórico em vários autores, definem criatividade, integrando-a ao conceito de inovação. Para esses teóricos, criatividade é um talento produtivo de se pensar ao reverso das regras, de criar coisas novas a partir da combinação original e harmoniosa do saber já existente. Nesta frase destaca-se também o uso que os autores fazem da palavra “talento”, termo que vem substituindo a palavra “dom”. Incluindo Baxter²⁸, como uma de suas referências, destacam a criatividade (que, segundo eles, é o coração do design, em todos os estágios do projeto) vinculada à inovação, criação de algo radicalmente novo, nada parecido com o que se encontra no mercado. Ainda, edificadas em Baxter, arrazoam que o projeto mais excitante e desafiador é aquele que exige inovações de fato (1998, p. 51).²⁹ Além do peso da idealidade no conceito de talento, esses autores poderiam discutir uma questão importantíssima que é a noção de novo. Não fica claro por qual motivo um artefato é novo. O novo aparece como uma categoria transcendental e nós defendemos o novo como resultado de circunstâncias concretas, demandas do meio social.

A busca por um estilo confere ao artista e ao designer marcas de distinção, reconhecidas, pelos campos da arte e do design, como culturalmente pertinente e esta mesma lei que inflige à busca da distinção impõe também os limites no interior dos quais tal busca pode exercer legitimamente sua ação.³⁰ Em outros termos, os recursos técnicos e esteticamente montados funcionam como espécie de código comum convertendo-se em procedimentos de distinção que precisam ser reconhecidos pelo campo. Como decorrência, um estilo que não se enquadre dentro do que é aceitável, em determinado campo, é desvalorizado. A comunidade intelectual e artística, como argumenta Bourdieu³¹ só consegue

²⁵ ZOLA, Émile. *Uma nova maneira em pintura: Edward Manet*. In.: *A pintura: textos essenciais* (vol I: O mito da pintura) Ed. 34. São Paulo: 2008 p. 144, 145, 146.

²⁶ BELLORI, Giovanni Pietro. *Observações de Nicolas Poussin sobre a pintura*. In.: *A pintura Textos essenciais*. (VOL 10: Os gêneros pictóricos). Ed. 34. São Paulo: 2006 p. 48.

²⁷ PILES, Roger de. *Curso de pintura por princípios*. In.: *A pintura Textos essenciais*. (vol. 3: A idéia e as partes da pintura). Ed. 34. São Paulo: 2008 p. 101, 102.

²⁸ BAXTER, *apud*. ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. Ferramental para uma Retórica do Design Gráfico. 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

²⁹ ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. Ferramental para uma Retórica do Design Gráfico. 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

³⁰ Ver BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p. 109.

³¹ BOURDIEU, *Op. cit.*: 2007 p. 110.

afirmar a autonomia da ordem propriamente cultural quando controla a dialética da distinção cultural, sempre ameaçada de degradar-se em busca anômica da diferença a qualquer preço.

CONCLUSÃO

O artigo apresentou os resultados parciais da pesquisa de doutorado “Arte e design: do intertextual a relação social recíproca”. O principal objetivo da referida investigação era o entendimento teórico do design gráfico em termos estéticos (em sua forma ou configuração) e extra-estéticos (como prática social), analisando sua legitimação no meio ao qual se insere.

Ao propor-se a verificação dos limites do campo de design, por meio de cruzamento de textos que definem suas práticas com textos da tradição artística, investigou-se acerca da gênese social desses dois campos, ou seja, as práticas e relações sociais em meio às quais a arte e o design são certificados como tal. A intenção de definir-se uma territorialidade para o campo do design - questão com aparência positivista, mas que na verdade é oposta a ingênua idéia positivista acerca da ciência que é a de estudar afundo um objeto preciso bem circunscrito, ou seja, um fragmento limitado de determinado conjunto teórico – configura-se em uma opção pelo estudo do conjunto dos elementos pertinentes do objeto construído.

A intenção não é *reduzir, ou destruir*, mas como escreve Bourdieu, apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas que nele se geram. A bibliografia eleita, da tradição artística, trouxe à tona os principais fundamentos do campo artístico. Tais noções apresentam-se, da Antiguidade à Modernidade, como alvo dos debates acerca da arte (imagem entendida como algo puro, bastando-se a si mesma) e do design (meios racionais e objetivos com vistas à eficácia de uma comunicação visual). Mediante cruzamento entre os textos provenientes da arte e do design, que se fez mediado pela teoria social dos signos, de Bourdieu, verificou-se que boa parte da literatura, que define as atuais práticas de designers, foi fundada na literatura composta pela tradição artística. Considerando-se que o limite de um campo é o limite dos seus efeitos, entendeu-se que artistas e designer, embora definidos profissionalmente como categorias diferenciadas, partilham de um mesmo campo definido, nesta tese, como campo artístico. Conclui-se que, já que as práticas dos agentes (designers) sofrem o efeito das teorias da arte, a fronteira entre arte e design não existe ou então essas fronteiras são flexíveis ou porosas. Assim, a territorialidade para o design compõe-se por intermédio de sua emulação com o campo artístico.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. **Ferramental para uma Retórica do Design Gráfico**. In.: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

BARBOSA, Ricardo Tiradentes; MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. **A Lógica do Design: Pensar, Criar e Sentir**. In.: 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Ed. PERSPECTIVA, São Paulo: 1982.

BOURDIEU, Pierre. **A Produção da Crença Contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Zouk. São Paulo: 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento.** Ed. Zouk. Porto Alegre, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas Lingüísticas.** Ed. Edusp. São Paulo: 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Ed. Bertrand Brasil. Rio de Janeiro: 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas sobre a teoria da ação.** Ed. Papyrus, 2003.

GOMES, Luiz Vidal Guerreiro. **Criatividade: projeto, desenho, produto.** Santa Maria: sCHDs, 2001.

LICHTENSTEIN, *Jaqueline.* *A pintura Textos essenciais.* Volumes: 1, 3, 4,5 e 10. Ed. 34. São Paulo: 2007.

OLIVEIRA, Ricardo Alexaris Capa. **A retomada do traço. Os caminhos do desenho e as novas tecnologias digitais de reconhecimento de expressão manual.** *In.:* 7 Congresso Nacional de Pesquisa em Design, 2006).

PIRAUÁ, José; COUTINHO, Solange Galvão. *In.:* 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2007.

SANTAELLA (2002) *apud* BARBOSA, Ricardo Tiradentes; MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. **A Lógica do Design: Pensar, Criar e Sentir.** *In.:* Anais 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (2008).

SENNETT, Richard. **O artífice.** Ed. Record. Rio de Janeiro: 2009.

VINCI, Leonardo da. **Tratado da pintura.** *In.:* *A pintura Textos essenciais.* (vol. 5: Da imitação a expressão). Ed. 34. São Paulo: 2004.

WOLLNER, Alexandre. **E a formação do design moderno no brasil.** São Paulo: Cosac&Naify, 2005.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

**Os signos nos quadrinhos: a representação dos
personagens de “como se nunca tivesse existido...”**

Emília Teles da Silva

Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais-EBA-UFRJ

emiliateles@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Os signos nos quadrinhos: a representação dos personagens de “*Como se nunca tivesse existido...*”

Emília Teles

Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais – EBA/UFRJ

Resumo

Este estudo é sobre a representação dos personagens da história em quadrinhos *Como se nunca tivesse existido...*, do quadrinista paulista Gabriel Bá. Abordará-se o uso do figurino e das cores, entre outros aspectos, como signos na construção dos personagens. Observará-se a questão do grau de analogia e de convenção nos ícones desta história. Mostrará-se em que medida os personagens são conceituais e como eles constituem um enunciado. As referências são Jane Gaines, Antonio Cagnin, Roland Barthes, Martine Joly, Rudolf Arnheim, Luciano Guimarães e Israel Pedrosa.

Palavras chave: Semiótica. Cor. Figurino.

Abstract

This study is about how the characters in the comic book story *Como se nunca tivesse existido...*, by brazilian artist Gabriel Bá, are represented. Costumes and colours, among other aspects, will be analysed as signs in the construction of the characters. The extent of analogy and convention in the story's icons will also be addressed. The fact that the characters are a concept and can be seen as a statement shall also be discussed. We shall refer to the works of Jane Gaines, Antonio Cagnin, Roland Barthes, Martine Joly, Rudolf Arnheim, Luciano Guimarães and Israel Pedrosa.

Keywords: Semiotics. Color. Costume design.



Figura 1. Gabriel Bá (2004). Como se nunca tivesse existido...: página 1.



Figura 2. Gabriel Bá (2004). Como se nunca tivesse existido...: página 2.

Este artigo é baseado na minha pesquisa de mestrado em Artes Visuais, realizada no PPGAV/EBA/UFRJ sob orientação do Prof. Dr. Rogério Medeiros. *Como se nunca tivesse*

existido... é uma história em quadrinhos de Gabriel Bá, publicada no livro *Crítica*¹. Gabriel Bá é um quadrinista paulista, com diversos livros publicados. Ele é conhecido pela série *10 Pãezinhos* (da qual *Como se nunca tivesse existido...* faz parte), realizada em parceria com seu irmão gêmeo, Fábio Moon, e pela série *The Umbrella Academy*, escrita por Gerard Way e desenhada por ele.

Nos quadrinhos, tudo que vemos foi desenhado por um autor (ao contrário da fotografia, em que os objetos têm uma existência anterior à imagem). Neste sentido, é muito mais provável que todos os aspectos das imagens sejam signos, porque o autor está usando o código do desenho² para representar uma cena, para transmitir uma mensagem. Em seu *fotolog*³, Gabriel Bá, autor da história que analisaremos, escreveu:

Quando você vai fazer um desenho, precisa escolher o que vai entrar [...] e o que vai ficar de fora. [...] E numa HQ você precisa fazer tudo isso em todos os quadros, [...] sempre pensando no que vai te ajudar a contar sua história. Se um traço não ajuda o desenho, é apenas uma informação inútil.[...] ⁴

O desenhista precisa criar os personagens por completo (ao contrário do ator, que começa com o próprio corpo). Para isso, ele utiliza a cor, a textura, o traço, formas – os elementos que compõem o que Martine Joly denomina *mensagem plástica*. Embora estes participem da representação, não representam objetos em si. Este é o papel das figuras (que são compostas pelos elementos plásticos), que formam a *mensagem icônica*⁵. Todos estes aspectos juntos vão transmitir o significado completo que é o personagem. Mesmo a mensagem plástica traz significados, embora ela seja mais polissêmica do que a mensagem icônica e do que o texto, menos comunicativa. Vamos começar nossa análise por um dos aspectos da mensagem plástica: a cor.

Uma das primeiras impressões que se pode ter a respeito de *Como se nunca tivesse existido...* é que suas páginas são impressas em preto e branco, como, aliás, todo o livro ao qual pertence. Esta combinação de cores é bastante comum em quadrinhos, como aponta Antonio Cagnin (1975). Há toda uma tradição ocidental de representação em preto e branco.

1 MOON, Fábio; BÁ, Gabriel. *Crítica*. São Paulo: Editora Devir, 2004.

2 Como escreveu Roland Barthes (1990), o desenho é uma mensagem codificada em três níveis: primeiro, a reprodução de um objeto ou de uma cena só pode ser feita através de transposições, cujos códigos são históricos, como o uso da perspectiva. Em segundo lugar, de forma semelhante ao que Gabriel Bá escreveu, “a operação de desenhar (a codificação) obriga imediatamente a uma certa divisão entre o significante e o insignificante; o desenho não reproduz tudo”. Em terceiro lugar, o desenho exige aprendizagem, como todos os códigos. Isto é ainda mais verdadeiro no caso dos desenhistas profissionais, que precisam estudar durante anos antes de começarem a trabalhar.

3 *Fotolog*: página na Internet feita principalmente para exibição de fotos e desenhos.

4 BÁ, Gabriel. *Estilo*. Depoimento em *fotolog*, 2008.

5 A mensagem icônica é composta por ícones e símbolos, com exceção do texto, que é a mensagem linguística.



Figura 3. Gabriel Bá (2004). Como se nunca tivesse existido...: à esquerda, Gabriel. À direita, Fábio.

O primeiro personagem, Gabriel, veste uma camisa preta, enquanto o outro, Fábio, veste branco (sabemos que eles se chamam Gabriel e Fábio porque já apareceram em outras histórias). Os cabelos, um claro e um escuro, acompanham a cor das roupas. Esta diferenciação serve não apenas para ajudar o leitor a distinguir visualmente um do outro como também para criar uma oposição de personalidades⁶. Para mostrar quais seriam as características atribuídas a cada um a partir da associação com a cor, serão expostos os significados mais comuns do preto e branco.

Segundo Kandinsky, “o branco age sobre nossa alma como o silêncio absoluto. [...] É um nada pleno de alegria juvenil ou, para dizer melhor, um nada antes de todo nascimento, antes de todo começo.”⁷. Israel Pedrosa relata que, na iniciação, o branco é a cor da morte, do nascimento e da ressurreição. O branco é a cor do vazio, da página em branco, da ausência (inclusive de pensamentos, como na expressão “deu branco”), do frio (em associação com a neve), da evolução espiritual, do Bem, da vida, da paz, da divindade, da pureza.

O preto é a cor do luto no Ocidente, da morte, da dor, da angústia, do medo, do que já foi manchado, da página usada, das Trevas, do Mal, do escuro, do desconhecido, da desesperança, do niilismo, mas também da sofisticação, da elegância, da noite e da sobriedade. Pedrosa cita Kandinsky: “Não é sem razão que o branco é o ornamento da alegria e da pureza sem mancha, e o preto, o do luto, da aflição profunda, símbolo da morte.”⁸.

Luciano Guimarães (2002, p. 90) ressalta que a estrutura dos códigos culturais é construída sobre oposições: ela seria binária, organizada em polaridades assimétricas (isto é, um dos lados é mais forte). A oposição branco e preto seria uma destas binaridades, polarizadas e assimétricas: o valor positivo é atribuído ao branco, e o negativo, ao preto. A polaridade preto e branco corresponde, segundo ele, à binaridade vida-morte. “A luz como

6 Aqui, há toda a questão de denotação e conotação trazida por Barthes. Denotativamente, o preto ou branco de cada camisa representam apenas a tonalidade do tecido da qual a camisa seria feita. Ao falar da utilização da cor para representar uma personalidade, estamos tratando do significado conotado. Assim, o signo *camisa* é significante da significação *personalidade*.

7 Apud Pedrosa (2009, p.131)

8 Apud Pedrosa (2009, p.132)

origem de todas as formas e o preto como fim (carvão, cinzas)”. O preto é mais forte: o autor afirma que, normalmente, os signos que recebem valor negativo são mais fortes.

Assim, Gabriel e Fábio representam duas pontas de uma polaridade, em que Gabriel (ligado ao preto) tem uma personalidade depressiva, sem esperança, angustiada, inerte (a inércia remete à morte), e Fábio, associado à polaridade positiva do branco, seria uma pessoa alegre, viva, ativa.

Esta mesma polaridade preto/ branco pode ser visto no figurino da moça. Ela veste uma blusa preta que contrasta com seus cabelos, representados com a cor branca. Como se houvesse uma personalidade luminosa por trás da sofisticação, da boemia, do preto. O preto tem um sentido diferente na representação da moça do que na de Gabriel. Isso porque o significado da cor depende, entre outras coisas, da forma que contém a cor e dos elementos ao redor desta forma⁹. Arnheim (2000) escreveu que não se pode falar de uma cor como ela “realmente é”, que ela é sempre determinada por seu contexto. Ele se referia à percepção das cores, mas o mesmo é verdadeiro no que diz respeito ao significado. Este muda em função da forma na qual a cor se encontra. Uma mesma cor em objetos diferentes adquire significados diferentes. A mensagem plástica e a mensagem icônica se reforçam e se definem mutuamente. Assim, a expressão sorridente da moça e a luminosidade de seus cabelos fazem com que os significados positivos do preto emergem. No caso de Gabriel, ao contrário, o preto tem suas conotações negativas reforçadas pela expressão apática de seu rosto.

Outro aspecto do figurino é o fato de Gabriel e a moça estarem vestidos de forma semelhante, em uma representação de afinidade: ambos vestem uma camisa escura, com uma listra clara na manga, estampa clara, faixas no pulso, anel. Nesta questão da semelhança do vestuário que representaria pessoas afins, há um pressuposto sobre o qual a autora Jane Gaines escreve: de que a roupa revela a personalidade de quem a usa. Ela explica que esta noção vem do final do século XIX, sendo um produto do espaço urbano industrializado. No século anterior, havia, ao contrário, a ideia de descontinuidade entre a pessoa e a roupa (havia a crença de que o verdadeiro eu não poderia ser percebido pelo público, posto que não haveria nenhuma conexão entre o corpo e a alma). Acreditava-se que a personalidade era determinada durante o nascimento e não sofria alterações com o tempo. Quando deixou-se de acreditar na imutabilidade da caráter, a crença na separação do interior e exterior também se desfez¹⁰.

9 Cagnin, em seu livro *Os Quadrinhos*, afirma que o significado de cada signo gráfico dependerá de diversos contextos: o contexto *intra-icônico* (como um elemento se relaciona com os outros ao seu redor); o contexto *inter-icônico* (a relação entre imagens sucessivas, em sequência, como nos quadrinhos); o contexto *extra-icônico* (fatores como idade do leitor, instrução, tempo, ambiente em que a comunicação ocorre, sociedade, cultura).

10 Gaines (1991).

Gaines (1991) explica que esta noção das roupas como expressão da personalidade continuou ao longo do século XX e foi aplicada na construção dos figurinos de filmes. Entretanto, a medida em que houve uma exigência maior de realismo, e os personagens foram deixando de ser caricatos, a interioridade dos personagens passou a ser representada muito mais com a expressão facial, e o figurino tornou-se responsável por informar aos espectadores sobre as características básicas dos personagens, como classe social, moralidade, e o principal traço psicológico (por exemplo, uma mulher reprimida usaria mangas compridas e golas altas). Enquanto a expressão facial seria responsável por trazer toda a complexidade emocional do personagem, o figurino teria a função simplificadora de representar o personagem como um tipo.

Nos quadrinhos, em que um personagem tem que ganhar vida em tão poucos quadros, com um número reduzido de palavras, gestos e expressões faciais, o figurino é tão importante quanto no cinema e tem o mesmo papel de estabelecimento de um tipo, além de reforçar determinadas emoções através da mensagem plástica. Em *Como se nunca tivesse existido...*, Gabriel é um tipo facilmente identificável para os leitores devido às suas roupas: jovem, urbano, do tipo que gosta das músicas certas, sai à noite, se embriaga.

Os quadrinhos são muito mais codificados do que analógicos (mais do que o cinema), o que facilita a transmissão da informação nesta linguagem tão elíptica. Nos quadrinhos, há poucas imagens para transmitir uma história, por isso estas imagens não podem ser muito ambíguas. A imagem tende à polissemia, e a codificação ajuda a fixar o significado¹¹, por convenção. Isto se verifica, por exemplo, no caso dos gestos e expressões: para expor uma emoção com um mínimo de ambiguidade, pode-se desenhar uma expressão facial e corporal convencionalmente associada a ela. A expressão de Fábio no primeiro quadro é um exemplo.

Já foi dito que o desenho é uma linguagem; portanto a representação dos personagens é feita a partir de signos (ícones e símbolos), criados com base na analogia perceptiva e utilizando os códigos de representação da tradição ocidental de pintura e desenho. Nestes ícones, há um grau de analogia e um grau de convenção. Por um lado, os ícones são, por definição, semelhantes àquilo que representam. Por outro lado, a representação é bastante convencional: para começar, é uma imagem bidimensional em escala reduzida e em preto e

11 O texto também reduz a ambiguidade da imagem. Barthes (1990), afirma que há duas funções básicas para o texto em relação à imagem: a *ancoragem* e o *revezamento*. Como toda imagem é polissêmica, a ancoragem é a fixação de um dos muitos significados da imagem por meio do texto. Já na função de *revezamento*, o texto é complementar à imagem, e traz informações que esta não pode expressar. Em *Como se nunca tivesse existido...*, o texto tem um grande papel na representação das cenas, tanto de ancoragem (como quando Gabriel diz “bem gostosa”) quanto de revezamento (em quase todas as falas de Fábio e Gabriel, como quando Fábio fala “você já parou para pensar que, se você não fizer nada...”).

branco, com uma linha de contorno¹²; há também a escolha convencional da perspectiva, da iluminação, de quais traços serão representados e quais serão apenas sugeridos, das quantidades de simplificação e semelhança.

Em *Como se nunca tivesse existido...*, há um forte grau de analogia (as proporções dos personagens, por exemplo, são essencialmente as mesmas de um ser humano real) e um certo grau de convenção. Por exemplo, apenas as sombras mais escuras são desenhadas; todas as variações de luminosidade são simplificadas em preto absoluto e branco. A pele humana, que no mundo real não é da cor de papel, é representada com esta tonalidade. São omitidos detalhes como rugas, fios de cabelos, a textura, e assim por diante.

Em *Como se nunca tivesse existido...*, Gabriel Bá quase não usa variações de tonalidade e tampouco utiliza textura. Isso deixa seus desenhos menos tridimensionais, menos sólidos. Como se seus personagens fossem mais conceituais, menos físicos. De fato, as “características psicológicas” deles parecem ser mais importantes do que suas “características físicas”.

Cabe lembrar que nenhum destes desenhos representa algo que realmente exista no mundo real: os personagens e os cenários são fictícios, e só ganham existência a partir do momento em que são desenhados (não há nada além de tinta no papel, e quem dá voz, movimento e vida aos personagens é a imaginação do leitor). Entretanto, todos têm como referência uma classe de seres vivos e objetos do mundo real: a moça, por exemplo, tem os atributos das moças jovens de verdade: um rosto, cabelo, braços, e assim por diante. É a esta classe que o leitor recorre em sua memória para interpretar o ícone.

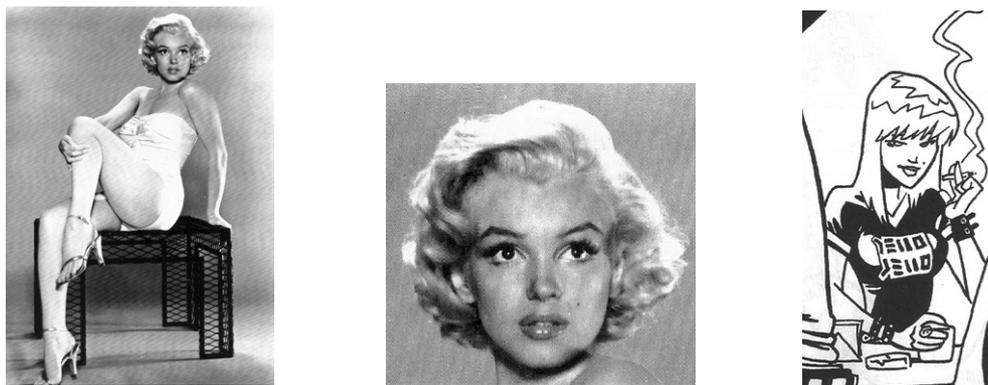


Figura 4. Marilyn Monroe (1952) e a moça de *Como se nunca tivesse existido...* Ao centro, detalhe da fotografia. “Os cabelos loiros e sedosos, a cintura muito fina (muito mais do que seria num estudo de modelo vivo, por exemplo), os seios fartos, o nariz pequeno, a boca grande, os olhos alongados, a pinta na bochecha direita, entre a boca e o nariz”. Esta descrição da personagem de *Como se nunca tivesse existido...* coincide exatamente com a imagem de Marilyn Monroe, símbolo absoluto da beleza, sensualidade e atratividade. O corte de cabelo e o figurino são diferentes, reflexo de épocas diferentes.

12 A linha de contorno é uma convenção muito antiga e muito usada. No mundo real, o que distingue um objeto do outro na visão humana não é uma linha de contorno, que não existe, mas variações de cor, de textura, de saturação e de luminosidade.

Voltando à questão da analogia, em *Como se nunca tivesse existido...*, Gabriel Bá desenha a moça de forma quase inteiramente codificada, construindo-a a partir de uma série de signos que portam o significado “atraente”, com todas as características exageradas para serem explícitas (fig. 4). Os cabelos loiros e sedosos, a cintura muito fina (muito mais do que seria num estudo de modelo vivo, por exemplo), os seios fartos, o nariz pequeno, a boca grande, os olhos alongados, a pinta na bochecha direita, entre a boca e o nariz: é um cliché do que é uma mulher atraente. O leitor não precisa que Gabriel afirme que ela é “bem gostosa” para chegar à mesma conclusão: a imagem é inequívoca.

Antônio Cagnin (1975) afirma que toda imagem é uma oração, ou, mais precisamente, pelo menos dois enunciados linguísticos. Tomemos o exemplo da imagem da moça no terceiro quadro: seus significados denotativos são “isto é uma moça bonita” e “a moça sorri”. Christian Metz¹³ afirmava: “Um *close-up* de um revólver não significa *revólver* [...], mas significa, como um mínimo, e deixando de lado suas conotações, *eis um revólver*. Ele veicula a sua própria atualização, algo como *ei-lo aqui*.” A imagem da moça é exatamente isto: “*eis uma moça bonita sorrindo*”. É a atualização de um conceito, embora não deixe de ser um conceito. Neste sentido, em teoria, toda a história poderia ser recontada através de enunciados. Entretanto, poderíamos realmente substituir as imagens por texto, sem perda de informação? Para tanto, teríamos que ignorar o fato de que imagens tendem a ser polissêmicas. Ao escolher uma série de enunciados, deixamos de lado outros significados (tanto denotativos quanto conotativos) que também poderiam ser válidos. Além disso, nem toda imagem tem um significado tão explícito, tão claro. Há aspectos da imagem que não podem ser transcritos em palavras. Por exemplo, poderíamos descrever as expressões faciais sucessivas dos personagens de forma absolutamente fiel? Portanto, é possível substituir as imagens por texto sem alterar o enredo, mas não sem reduzir seus significados e perder informações.

Conclusão

Para concluir, vamos lembrar o que foi dito ao longo deste artigo. Os quadrinhos, assim como o cinema, utilizam o figurino como um instrumento de construção do personagem, com base na crença de que a roupa expressa a personalidade de quem a veste. Elementos plásticos, como a cor, complementam esta construção, ainda que seus significados sejam mais difusos. Ao longo do artigo, buscamos mostrar também o quanto esta representação é convencional, baseada em toda uma tradição ocidental de pintura e desenho, adaptada pelo autor para criar os signos que compõem a narrativa. Vimos que cada uma das

13 Apud Cagnin (1975, p.77).

figuras é um enunciado, um conceito.

Bibliografia

ARNHEIM, Rudolf. **Arte & percepção visual** : uma psicologia da visão criadora. São Paulo : Pioneira, 2000.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1990. Pp. 27-40.

CAGNIN, Antonio Luiz. **Os Quadrinhos**. São Paulo: Ática, 1975.

GAINES, Jane. *Costume and narrative: How dress tells the woman's story*. In: GAINES, Jane; HERZOG, Charlotte (ed.). *Fabrications: Costume and the female body*. Nova York: Routledge, 1991.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2002.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. São Paulo: Papyrus, 2008.

PEDROSA, Israel. **Da cor a cor inexistente**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.

Imagens

MARILYN MONROE: PHOTOGRAPHS 1945-1962. Nova York: Schirmer's Visual Library, 1994.

MOON, Fábio; BÁ, Gabriel. **Crítica**. São Paulo: Editora Devir, 2004.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**A conjugação das palavras nos livros de artista de Elida
Tessler**

Galciani Neves

PUC-SP

gal.neves@uol.com.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

A conjugação das palavras nos livros de artista de Elida Tessler

Galciani Neves (PUC-SP)

Resumo:

Este artigo apresenta um dossiê sobre o percurso criativo da artista Elida Tessler e suas aproximações ao território das relações arte-palavra-livro. Por meio de uma conversa-entrevista em seu ateliê, foi possível entrar em contato com a trama que rege o movimento construtivo de seus livros de artista e reativar a sua rede de criação. Em uma perspectiva relacional da Crítica de Processo de base Semiótica, proposta por Cecília Salles, propõe-se nesse texto um entendimento de como se dão as manipulações da sua matéria-prima: o texto, as palavras, o ambiente livro, como um todo, incluindo também procedimentos de leitura. Neste sentido, a categoria artística do livro é entendida como um campo expandido, relacionando as linguagens provenientes da literatura, do design e das artes visuais, sendo estas vistas não como campos estanques, mas antes a partir de suas possíveis aproximações e ressonâncias.

Palavras-chaves: Elida Tessler, Livro de Artista, Crítica dos processos criativos.

Abstract:

This paper presents a dossier on Elida Tessler's creative *course* and its approaches to the field of relations between word-book-arts. Departing from a talk-interview at her studio, it was possible to work out in detail a summary of the creative web that articulates her work and to verify the constructive movement of artist's book. Through a relational perspective to the "Process Critique" articulated by Cecilia Salles, based on semiotics, it is proposed in this text make a profound study of the material manipulations: the text, the words, the book environment as a whole, and also including the reading procedures. In this sense, the artistic category of the book is understood as an expanded field, relating the languages from literature, design and visual arts, which are viewed not as closed fields, but rather from their approaches and possible resonances.

Keywords: Elida Tessler, Artist's book, Process critique.

Breve inventário sobre o que não se encerra

"Texto quer dizer Tecido; mas enquanto até aqui esse tecido foi sempre tomado por um produto, por um véu acabado, por detrás do qual se mantém, mais ou menos oculto, o sentido (a verdade), nós acentuamos agora, no tecido, a idéia gerativa de que o texto se faz, se trabalha através de um entrelaçamento perpétuo; perdido nesse tecido - nessa textura - o sujeito desfaz-se, qual uma aranha que se dissolvesse ela mesma nas secreções construtivas da sua teia"
(BARTHES, 2004, p.81-82).

O mundo é feito de palavras. Horizontes quase turvos de uma infinidade de palavras. Olhos atentos desafiam os horizontes para fitá-las e lhes insistir por convivência e cumplicidade e transpor seus ideais. Elida Tessler lê livros e caça palavras – secreções, ou à maneira de Barthes (2004), teias construídas, enquanto a aranha se desfaz.

Elida conjuga aderências e refaz palavras. Esta gramática tomou corpo recentemente, segundo a artista, e organiza suas relações com palavra e arte. E antes de se dar conta realmente desses enlaces, Elida elaborava negociações criativas para dar nomes a seus trabalhos. Entre as décadas de 1980 e 1990, a artista atribuía títulos às suas obras a partir de frases encontradas nos livros que estava lendo durante os processos de construção. “Eu tomei como método fisgar uma frase de um livro, que eu estivesse lendo. Quando eu acabava o trabalho, eu tentava encontrar na página em que eu havia parado minha leitura algo que se aproximasse do meu trabalho”, explica a artista.

À altura, para Elida, ainda não era evidente a “palavra” nos seus trabalhos: “Havia uma marca de aproximação entre arte e literatura, entre objeto e literatura. E do quanto um romance se cola em um trabalho de um artista e do quanto artistas e escritores conversam, a partir de suas produções”. Assim, surgiram “Exílio branco: uma atmosfera”, retirado de um livro de Kafka, e “Que a chuva e a ferrugem invadam a cidade”, do livro “As coisas”, de Georges Perec.

Elida também se dedica aos objetos do cotidiano e daí mais outras relações: entre objetos e palavra. Segundo a artista, o projeto “Doador” (1999) é fruto de suas atitudes dadaístas frente aos objetos e de um tempo de espera. A artista enviou uma carta a todos os endereços que constavam na sua agenda solicitando a doação de um objeto do cotidiano, que tivesse o sufixo “-dor”. Os objetos doados foram montados em um corredor e do lado de fora, em uma das paredes laterais, foi criado um quadro com placas metálicas, constituindo uma lista com todos os objetos que estavam na instalação, organizados em ordem alfabética a partir do nome do doador. Segundo Elida, o trabalho configurou uma ação de transformar os substantivos comuns em próprios, pois não há como dissociar o objeto de seu doador.

“Por uma gramática intuitiva: arte e palavra”¹ começa com esta operação e com a flexão dos substantivos comuns. E portanto, a artista assume, de fato, a sua intensa e profunda relação entre arte e palavra. Em “Ordenação e Vertigem”, a convite do curador Agnaldo Farias, a artista ocupou o cofre do Centro Cultural Banco do Brasil. Elida explica que estava trabalhando com “palavras-chave”, e acredita que esse tenha sido o motivo da forma como a proposta de Agnaldo se deu.

¹ “Por uma gramática intuitiva: arte e palavra” é uma espécie de dossiê elaborado por Elida Tessler sobre os usos e flexões da palavra em seus trabalhos.

“Eu fiquei pensando o que seria esse tesouro a ser guardado no cofre... Pessoas! Eu fiz um pequeno deslocamento de palavra-chave para pessoas-chave”, explica Elida. A artista diz que poderia ter ido pelo caminho de quem seriam as “pessoas-chave” de sua vida, como o grande amor, a família, Duchamp... Mas acabou seguindo por uma materialidade mais ligada ao “nome”: pesquisou e mesclou todos os nomes “Chaves” do guia de telefone de Porto Alegre e de São Paulo.

Foram feitos oitocentos e setenta e quatro cofres e placas para todos os nomes. O trabalho é dedicado a duas “pessoas-chave” na vida da artista: Vera Chaves Barcelos (artista gaúcha) e Celso Loureiro Chaves (músico gaúcho). A artista afirma que o seu trabalho parte de livros de consulta de nomes: os guias de telefones, e é deles que são retirados os substantivos próprios, de sua gramática. O título da obra é inspirado em outro livro: “Todos os nomes”, de José Saramago, que conta a história de um funcionário de um cartório, que colecionava notícias de jornal com nomes de pessoas, elaborando o seu próprio cartório, daí: “Todos os nomes Chaves”.

No trabalho “Horizonte provável” (2004), Elida compôs os verbos de sua gramática. A artista elaborou um projeto que, segundo ela, aproveitava algumas conexões do espaço e do tempo: o entorno do museu e o aniversário de um ano da morte de Haroldo de Campos.

“Logo me veio “A arte no horizonte do provável” e o que seria o provável. Talvez algo que ainda não aconteceu. Daí, eu tomei todos os verbos no infinitivo que estavam no livro e os imprimi em pratos de porcelana”, conta Elida. As intenções primordiais dessa obra eram elaborar uma espécie de colar de pérolas para o museu que servisse de trampolim para a vista do espectador. Os pratos alinhados nas janelas do museu manifestavam o desejo por dois horizontes: a paisagem avistada e o “horizonte provável”, de Haroldo de Campos, que poderiam se encontrar do infinito. “Os verbos no infinitivo são a mais pura probabilidade. É o verbo sem passado, sem presente e sem futuro. E todas essas conexões fazem muito sentido para mim”, explica a artista.

No processo de construção da obra, Elida leu o livro de Haroldo de Campos e marcou 581 verbos no infinitivo, e pensou que para a feitura do livro, o escritor precisou desta quantidade para estabelecer seu texto. Deste pensamento, a artista fez algumas associações de possibilidades: quantos metros de palavras seriam necessários para se fazer este livro, em rolo, e quantos metros de páginas este livro teria se aberto, ou seja, em fôlio.

“O meu cálculo disso tudo foi matérico e eu cortei todo o livro, para refazê-lo em rolo, e também em fólio”, explica a artista. O livro foi todo recriado como uma fita métrica do horizonte. O livro em rolo foi desenrolado do museu até o ponto limite da pequena praia próxima ao museu. Enquanto o livro em fólio foi exposto nas paredes internas do museu com todas as anotações e marcas de leitura da artista.

Estas operações de transmutações de livros para outros contextos, materialidades e possibilidades de leitura tanto para feitura, como para a interação do público, não foram elaboradas apenas nestes processos. Em outros trabalhos, Elida já havia operado deslocamentos de contextos de palavras e índices do livro podem ser observados.

No caso de “Temporal” (1998), instalada no Pátio Pinel, do Hospital São Pedro, em Porto Alegre, Elida se deu conta da “não passagem” do tempo no lugar. A artista bordou 74 palavras em toalhinhas de mão, que indicassem passagem de tempo, retiradas do livro “A dialética da duração”, de Gaston Bachelard. As toalhas foram penduradas no varal de acordo com a ordem em que apareciam no livro de Bachelard.

“Se isso criou um canal de leitura, eu não sei ao certo. O que havia ali era o deslocamento de palavras de um livro para um varal, que, para mim, tinha algo do improvisado”, conta a artista. Mesmo assim, pode-se pensar que a ordem de disposição das palavras, como proposta de seqüencialidade do livro, e que as toalhas ali penduradas, que podem remeter a páginas, dão um tom e uma vontade de leitura e/ou declamação de um texto exposto em uma materialidade legível e organizada.

No capítulo de sua obra destinado aos advérbios, Elida conta que já não consegue se desprender do livro tanto quanto matéria-prima como obra. Em 2005, durante uma residência na Itália, seu projeto consistiu na leitura de “A vida a modo de usar”, de Georges Perec, de onde retirou todos os advérbios de modo terminados em “-mente” e o título do trabalho tornou-se: “A vida somente”. É nesse momento que a artista admite conscientemente o livro como seu parceiro e personagem.

Durante a residência, Elida conta que havia mapas, instruções e placas que indicavam “modos de usar”, comportamentos e localizações por todo o castelo. No encontro de apresentação dos artistas selecionados, a artista explicou que seu trabalho envolveria o cotidiano de todos, assim como o livro que estava lendo, e pediu que ao fim do dia, quem desejasse, levasse ao seu ateliê um objeto usado e já sem serventia. “Eu fiz

placas com todos os advérbios que eu coletei no livro e as preguei aleatoriamente na parede próximas aos objetos que eu recebia dos moradores do castelo. E assim, era a vida a modos de usar, com advérbios e objetos”, conta Elida.

Em 2006, Elida inaugurou o MAMAM no Pátio (uma unidade do Museu de Arte Moderna Aloisio Magalhães dedicada à arte contemporânea), em Recife. Ela transformou as placas impressas no papel (utilizadas no trabalho “A vida somente”) em placas de acrílico com todos os advérbios traduzidos para o português. Para Elida, em “A vida somente no Pátio”, se dava uma outra transposição das palavras: a de lugar, com a tradução.

As mais de duas mil placas foram instaladas no espaço, juntamente com um livro-rolô onde foram impressos todos os advérbios que ali constavam. A artista opera mudanças de contextos das palavras, transpondo-as de livros para paredes, da língua original para o português e elabora a partir destes enlaces um outro “livro-contexto”, porém resgatando sempre algo do livro inicial - a ordem seqüencial. Pode-se pensar que este livro-rolô foi projetado a partir das conexões elaboradas entre esses trabalhos da artista e o romance de Perec.

Esta mesma operação de deslocamento e recontextualização ocorre com o trabalho “Falas Inacabadas” (2000). Durante a montagem deste trabalho no Alpendre - Casa de cultura, arte e produção, em Fortaleza, o poeta Manoel Ricardo de Lima encantou-se pelos processos da obra e pelas afinidades entre os dois. “... eu pedi fotos do trabalho e o empréstimo do nome. Chegaram as fotos, o que entendi como licença. (...) trabalhei quase debruçado em um poema só, dividido em 13 fragmentos que chamei de Falas Inacabadas. Concluído, enviei para Elida. Pensamos juntos no que poderia sugerir tudo isso, ela me disse: “Algo que aconteça no silêncio da palavra”. Fizemos o livro” (trechos de “Primeiros Nomes”, introdução do livro “Falas Inacabadas”, Manoel Ricardo de Lima, 2000).

Segundo Elida, a elaboração não era clara para ela, mas a solução de um livro acabou por se adequar bem ao projeto de um poema e das fotos de seu trabalho. Como Elida trabalha com procedimentos que envolvem ready-made, esta visão do outro, que se elaborava a partir do trabalho de um designer, é importante também como uma outra apropriação aderida ao trabalho e também parte integrante do processo de criação da obra. Assim, o livro solucionou a junção encadeada do poema e do trabalho, no silêncio requerido pela artista.

Em “Tubos de Ensaio” (2006), são bem evidentes a exploração do livro e a criação de métodos para leitura. “O homem que não sabia jogar”, de Donald Schüler, tornou-se a chave do trabalho a ser realizado durante a residência, na Austrália. Segundo Elida, o nome da exposição “Tubos de Ensaio” foi também ponto de partida para a elaboração do método de leitura do livro: foram grifadas todas as palavras iniciadas por “T” e “E”. Elida imprimiu todas as palavras em acetato e as colocou em tubos de ensaio, montados lado a lado, ocupando toda a sala branca. As cores escolhidas são as mesmas cores das capas dos dicionários inglês/português que Elida usou durante a residência.

“Eu penso que esse é um trabalho autobiográfico, pois o “T” e o “E” são as iniciais do meu nome, e ali está tudo misturado: arte e palavra, arte e objeto, palavra e objeto e literatura. Enfim, tudo que faz parte de mim”, explica. Na instalação, também estava o livro com todas as anotações feitas durante a leitura da artista. Mais uma vez, pode-se articular explicitamente a relação arte-palavra-livro no trabalho de Elida, e pensar também que a organização proposta das palavras em tubos de ensaio remete a páginas de livros.

Em outro capítulo da gramática de Elida, toma corpo o adjetivo através de um livro. Por uma insistência de um amigo, a artista inicia a leitura do livro “O homem sem qualidades”, de Robert Musil. Mal começou a leitura, Elida efetuou algumas associações: “O homem sem qualidades é um homem sem adjetivos. Vou ler o livro e tirar de seu texto todos os adjetivos, assim será o homem sem qualidades, mesmo”, relembra Elida.

Na segunda leitura, Elida notou que havia deixado escapar muitos adjetivos, fato que ela encarou como erro. Daí, a artista “pintou com errorex” os adjetivos esquecidos. Segundo ela, a materialidade desta “pintura” era muito importante, pois ela queria que engendrasse o seu “erro”. Desse erro, foi elaborado o segundo livro “O homem sem qualidades, mesmo assim”.

Nesse entremeio, surge o convite para uma exposição individual na Galeria Oeste (São Paulo). Para Elida, a galeria era uma grande página em branco, por sua estrutura arquitetônica. A artista pensou em fazer quadros para essa exposição, mesmo sabendo que esse meio não era o seu território de criação. Elida conta que sempre há conexões e manifestações do acaso nas suas obras, que são aproveitadas, e nesse processo de busca para efetivar uma obra a ser abrigada em uma galeria, a artista deparou-se com os livros de caça-palavras.

“Desse super ready-made, eu me dei conta do que eu faço: caço palavras”, explica Elida. Dessas inúmeras conexões e referências reelaboradas pela artista, deu-se o trabalho “O homem sem qualidades caça palavras”, composto por uma instalação de 130 quadros em serigrafia, cada um com 40 adjetivos retirados do livro (primeira leitura), que tomaram as paredes da galeria. Faziam também parte do trabalho os livros utilizados nos processos de leitura em caixas: uma preta com o livro “desenhado” junto a outro livro virgem, com a inscrição: “O homem sem qualidades, mesmo”; e uma branca com o livro “pintado” acompanhando outro livro virgem, trazendo a inscrição: “O homem sem qualidades, mesmo assim”.

Uma versão foi editada com a mesma diagramação dos caça-palavras Coquetel. Cada página deste livro corresponde a uma tela serigrafada e estava à venda na “biblioteca” da galeria. Todos os desdobramentos dessa obra apresentam conexões intensas com o livro “O homem sem qualidades” e com o tipo de caça palavras Coquetel. São apropriações de componentes dos livros - as palavras, que recontextualizadas no ambiente de outro livro (caça palavras), se ambientaram em páginas de um livro aberto nas paredes da galeria.

Todos esses caminhos cambiantes da palavra, propondo novas linguagens e materialidades, dissolveram a palavra no trabalho. “Nos meus outros trabalhos, a palavra é centro. Neste caso, a palavra virou textura, quase perdeu-se no espaço. É uma pulverização da palavra”, explica Elida. Espaço este que pode ser pensado tanto quanto como páginas e como deslocamentos para os outros livros do trabalho e para os quadros nas paredes.

“O homem sem qualidades caça palavras” é fruto de desdobramentos de uma rede que conecta os componentes do trabalho e faz recombinar as apropriações, as referências e as redimensionalizações destas. A palavra e o livro, assim como as elaborações sobre estes, são ao mesmo tempo caminho e meio viabilizadores da obra.

Um dos últimos trabalhos de Elida é “Dubling”. A artista elaborou outro método de leitura para Ulysses, de James Joyce: foram grifados os verbos no gerúndio. “Percebi que havia, na criação de Joyce, uma idéia de fluxo constante, materializado pela presença do Rio Liffey, que corta a cidade de Dublin, em uma linda metáfora acerca dos fluxos de linguagem e da própria vida em sua finitude. Não podemos esquecer que traz à cena um único dia da vida de um homem. Algumas horas transformadas em centenas de páginas. O

livro foi escrito entre 1914 e 1921, enquanto Joyce se deslocava por entre as cidades de Trieste, (Itália), Zurique (Suíça) e Paris (França)”, explica a artista.

Elida também assumiu o caráter de deslocamento e criou uma segunda regra para a leitura do romance: lê-lo somente em cafés, enquanto viajava entre as cidades de Paris (França), Madri (Espanha) e Porto (Portugal). Ao final, a artista tinha colecionado 4311 verbos no gerúndio. “Elegi os elementos da instalação: garrafas, rolhas e cartões-postais em mesmo número. As palavras foram impressas nas rolhas, e estas foram introduzidas no bocal das garrafas, naquilo que agora venho apontar como um encaixe perfeito. Os verbos também foram impressos nos cartões-postais, como uma espécie de legenda. Ao invés de indicar um local, anota uma ação, um algo acontecendo, ampliando aquele pequeno território de papel e a paisagem ali circunscrita”, conta.

A artista crê que este é um trabalho muito forte, pelo fato de Joyce ter escrito esse livro, para o caso de Dublin ser destruída e alguém poder reconstruí-la através das descrições de seu romance. Pois sim, Elida também reconstruiu Dublin: “É um livro construção. E uma coisa é certa neste processo: o trabalho não vai se desdobrar. A minha leitura é parte da construção deste livro”.

“Você me dá sua palavra?” é um “livro-fio” iniciado em novembro de 2004, no contexto da Rede Nacional de Artes Visuais da Funarte, no Amapá. Segundo a artista, este é um livro sem fim, um trabalho que segue sempre em processo e que sempre vai existir. O livro já tem quarenta metros e pesa catorze quilos e já está composto por mais de três mil palavras. Neste trabalho, inserido no projeto “Falas Inacabadas”, Elida pede por palavras que devem ser escritas em prendedores, na língua materna de seu interlocutor. Um livro é composto de transposições de palavras: de quem as fala para um fio único, que é armado nas salas onde a artista o apresenta. Segundo Elida, é muito importante que não haja cortes no fio, pois é isso que dá a unidade dos componentes do “livro”.

Apontamentos sobre a “Gramática intuitiva” de Elida Tessler

Após um passeio pelo percurso da artista, é possível mapear algumas características que regem seu trabalho. Elida Tessler faz dos documentos de processos de criação componentes das próprias obras. Em “Horizonte Provável” (2004), “Tubos de Ensaio” (2006), “O homem sem qualidades, mesmo” e “O homem sem qualidades, mesmo assim” (2007), a artista apresenta os livros grifados, pintados, rasurados, isto é, as interferências

nos textos de livros que solidificam as obras são apresentadas como parte das obras. Pode-se pensar que Elida, à maneira de Edgar Allan Poe, valoriza o teor das anotações, da “Marginália” em livros: “In the marginalia, too, we talk only to ourselves; we therefore talk freshly- boldly- originally (...)”² (POE, 1984, p. 1309).

Elida evidencia a exploração visual dos textos por meio de métodos de leitura para criação de suas obras. Vale ressaltar que esses procedimentos de “marcação” dos textos e de interferência estetizam os volumes, que passam a compor as obras, tornando-os não apenas índices das pesquisas e dos diálogos travados pela artista ao longo dos processos de construção. Os procedimentos e métodos de leitura elaborados por Elida Tessler são grandes detonadores de possibilidades de obras para a artista, que opera descontextualizações de elementos do livro a partir destes recursos artísticos, como em “Todos os nomes Chaves” e em “Horizonte provável” (2004).

Essas elaborações de transmutações de componentes de livros como as palavras para outros contextos, materialidades e possibilidades de leitura são recorrentes em obras como “Temporal” (1998), quando a artista bordou em toalhinhas 74 palavras retiradas do livro “A dialética da duração”, de Gaston Bachelard; “Coisas de café pequeno” (1999), que apresenta todos os substantivos comuns que nomeassem coisas ou objetos gravados em prendedores de roupa; “Tubos de ensaio” (2006), que apresenta em tubos de ensaio todas as palavras começadas pelas letras “t” e “e”, do livro “O homem que não sabia jogar”; “A vida somente”, em que a artista coletou advérbios do livro “A vida a modos de usar”.

Pode-se supor que tanto os cofres, como os pratos, as toalhinhas, os prendedores de roupa, os tubos de ensaio e o próprio livro-rolô são sugestões de páginas que acolhem índices dos livros lidos e apropriados, ou seja, frações de seus textos – as palavras. Estes materiais funcionam como estruturas que armazenam em si uma espécie de expansão do entendimento da seqüencialidade do livro códex e de “ré-contextualização” da página, sendo esta considerada o suporte de textos e/ou palavras - conteúdos de livros.

Na gramática de Elida, a palavra e seu invólucro parecem permanecer ávidos a serem metamorfoseados. São sucessões de procedimentos de apropriação de componentes

² Na Marginália também, nós conversamos somente para nós mesmos; nós, portanto, conversamos “vigorosa-audociosa-originalmente” (tradução sob responsabilidade da autora).

do livro, de criação de metodologias para leitura, de elaboração e manipulação de objetos, que mesmo não formatados com esta intenção se parecem com projetos de páginas ordenadas para propiciar uma outra espécie de leitura.

O livro está presente em objetos revisitados e rematerializados e a palavra e o ato de lê-la não se acomodam: são algumas de suas matérias-primas. As palavras de Elida são infundáveis e estão por toda a parte: em quem a artista pede por elas, nos quadros, nas placas, em tubos de ensaio, nos prendedores de roupas, em pratos, em horizontes, em livros e em seus próprios livros de artista. O que sobra dessa suposta perseguição são “falas inacabadas”... Que se desdobram em projetos expandidos de livros, de páginas, de sequencialidades de textos...

Bibliografia

BARTHES, Roland. **O prazer do texto**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2004.

NEVES, Galciani. **Tramas comunicacionais e procedimentos de criação: por uma gramática do livro de artista**. São Paulo, s.n., 2009.

POE, Edgar Allan. **Edgar Allan Poe: Essays and Reviews**. New York: Ed. G. R. Thompson, 1984.

SALLES, Cecilia Almeida. **Processos de criação nas mídias: uma abordagem semiótica**. São Paulo: ABES, 2007.

_____. **Redes da Criação – Construção da obra de arte**. São Paulo: Editora Horizonte: 2006.

TESSLER, Elida. **DUBLING: caminhando por entre uma dupla língua em caderno pautado**. Porto Alegre, artigo apresentado no Congresso da Associação de Pesquisadores em Crítica Genética, 2010.

* Para visualizar as imagens dos trabalhos da artista Elida Tessler discutidos ao longo deste artigo, acesse: http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=8671

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

O desígnio da exposição de design

Gustavo Cossio, Airton Cattani e Maria do Carmo Curtis

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

dsgcossio@gmail.com | aacc@ufrgs.br | maria.curtis@ufrgs.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

O desígnio da exposição de design

The design of the design exhibition

Gustavo Cossio

Mestrando em Design; Bolsista CAPES;
Programa de Pós-graduação em Design – PGDesign
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS
E-mail: dsgcossio@gmail.com

Airton Cattani

Professor; Doutor em Informática na Educação – UFRGS;
Programa de Pós-graduação em Design – PGDesign
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS
E-mail: aacc@ufrgs.br

Maria do Carmo Curtis

Professora; Mestre em História, Teoria e Crítica da Arte – UFRGS;
Departamento de Design e Expressão Gráfica – DEG
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS
E-mail: maria.curtis@ufrgs.br

Resumo: Ao refletir sobre a especificidade de exposições de design, este artigo lança a hipótese de que a finalidade educativa oportuniza uma experiência diferente daquelas de ordem de consumo e de uso. Buscamos amparo científico para compreender o objeto e o design, nas relações complexas que constituem a interação do homem com a cultura material. Em seguida, discorreremos sobre a significação no contexto da exposição de design, a fim de elucidar seu desígnio.

Palavras-chave: design e significação; design e cultura; design de exposição;

Abstract: Reflecting upon the specificity of design exhibitions, this paper points out the hypothesis that their educative purpose nurture a different experience comparing to those of consumption and usage. We look up for scientific support in order to comprehend the object and design under the complex relations regarding the human interaction with material culture. Afterwards the article discusses about significance in the design exhibition context, for the purpose of elucidating its intent.

Key-words: design and significance; design and culture; exhibition design;

Apresentação

Este texto reflete sobre as intenções que singularizam determinadas exposições de design. Partimos da ideia que mostras de design podem contribuir como meio de informação importante a respeito de design e cultura material¹. Em nossa pesquisa², compreendemos essas exposições como redes de significados que refletem hábitos e estilos de vida de uma comunidade.

O trabalho foi desenvolvido com base em uma revisão de literatura, à luz de obras de Lucrecia D'Aléssio Ferrara e Massimo Canevacci. Articulamos esses autores com o pensamento de Catarina Moura, no artigo intitulado *O desígnio do design* – o qual inspira o título deste texto. Citamos a museóloga Marília Xavier Cury e Andreas Huyssen, com o propósito de relacionar design, objeto e exposição.

Palavras e coisas em espaço-tempo de complexidade

Ao discorrer sobre complexidade, Ferrara (2002) afirma que a palavra tem hoje um “peso de matiz científico, teórico e prático e designa metamorfose cultural e tecnológica, econômica e política, contemplativa e pragmática que está presente em manifestações simultâneas” (FERRARA, 2002, p.52). Nesse aspecto, em espaços mais ambientais do que nunca, o projeto pensa o design e o desenho, e produz um novo profissional: o designer da informação. Segundo a autora, este projeto alia estética e ética que, mais do que propor uma aliança lógica, sugere uma ética de decisões.

Moura (2005) sublinha o design enquanto prática, disciplina e filosofia progressivamente determinante, num mundo que “a técnica tem vindo a transformar o ambiente em uma nova cosmogonia, o que altera inevitavelmente o modo como com ele nos relacionamos e como nos situamos” (MOURA, 2005, p. 73). Com efeito, a autora ressalta que é possível entender etimologicamente o design em três sentidos intimamente relacionados entre si – desenho, projeto e desígnio:

¹ Como exemplo, podemos citar a III Bienal Brasileira de Design, realizada em 2010 em Curitiba – PR, sob a curadoria-geral de Adélia Borges.

² Dissertação de mestrado intitulada *Projeto de exposição de design e percepção do público: a forma segue a significação*, do discente Gustavo Cossio, do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PGDesign/UFRGS, sob orientação do professor Dr. Airton Cattani, com previsão de término em 2011.

Design (nome e verbo) define-se, acima de tudo, pela sua intencionalidade intrínseca, pela projeção consciente de um objetivo. Em conformidade com o étimo latino *designare*, a natureza projectual do *design* remete para a poderosa idéia de desígnio – “*determinar, inventar, ou figurar aquilo que não é, para que seja e venha a ter/ser*”. O *design* determina-se nesta intenção de combinar pragmática e poética, de unir a capacidade de fazer com o desejo de comunicar, cristalizando em formas a metamorfose do pensamento, captando e objetivando o que ainda não tem forma e o que está para além da forma, assumindo-se neste gesto como tomada de consciência que poderia considerar-se, também, desvelamento (MOURA, 2005, p. 73-74, grifos da autora).

Assim, entendemos ‘desígnio’ como intenção. Porém, a autora acrescenta que *design* não se restringe à intenção ou ao planejamento, mas também “esboçar com sucesso uma simulação de algo sobre o qual possuímos um conjunto de intenções” (MOURA, 2005, p. 77). Ainda de acordo com a autora, durante muito tempo, só as *coisas* pareciam constituir a verdadeira alteridade, o *radicalmente outro* do humano, determinando o modo como este pensava a si mesmo e ao mundo. Esta ideia é algo que a técnica modifica contínua e progressivamente, “diluindo fronteiras e abrindo a possibilidade de um *dever objeto* do humano e de um *dever humano* do objeto” (MOURA, 2005, p. 78, grifos da autora).

No que concerne *design* e significação, Ferrara (2002), avalia que o “De-Sign/Design opera no centro de uma simultaneidade que, em ritmo triádico, desenha uma forma pensada em outra. Logo, a operação de crítica e metalinguagem é inerente à atividade do designer” (FERRARA, 2002, p. 52). Em sua reflexão sobre *design* e complexidade a autora assevera:

A Revolução Industrial eletroeletrônica marca o fim da era Gutenberg e substitui a contiguidade funcional pela multiplicidade e simultaneidade de tecnologias, de linguagens, de códigos, de imagens, além da compreensão tempo/espço responsável pela mundialização da cultura que faz eco à globalização econômico-financeira. Ora, na palavra de-sign encontra-se o latim *signum* que designa indício, sinal, representação e mais a preposição ‘de’ (...) quer dizer segundo, conforme, a respeito de, saído de, segundo um modelo, ou seja, designa origem; portanto “de-sign” supõe um significado que ocorre com respeito a, ou conforme um sinal, um indício, uma representação (FERRARA, 2002, p. 51-52, grifos da autora).

Portanto, o *design* enquanto atividade de crítica e de metalinguagem, capaz de relacionar as faces presentes na realidade complexa, exige a atenção de quem vê. Desse modo, cabe ao projeto a tarefa de fazer do produto utilitário uma informação nova e, do designer, um agente cultural (FERRARA, 2002). Essa exigência social só se completa através da construção da visibilidade perceptiva capaz de propor modos alternativos de projetar. Segundo a autora, “o projeto é informação e não se curva às imposições do mercado, mas permite a visibilidade de outro padrão perceptivo, mais ágil e crítico, que supera o automatismo do simples consumidor” (FERRARA, 2002, p. 57).

Por seu turno, Moura (2005) afirma que, para compreender a ação do design no mundo, é necessário que clarifiquemos a noção de objeto – um conceito muito próprio da cultura ocidental, cujo sentido atual terá nascido em consequência da Revolução Industrial. A autora faz referência a Jean Baudrillard para localizar a passagem de uma sociedade metalúrgica a uma sociedade semiúrgica. Aquilo que até então era considerado produto, mercadoria, assumiria, neste momento, o estatuto de objeto, passando a existir não só na sua funcionalidade, mas também na sua finalidade, no seu sentido e no seu valor, assumindo-se definitivamente como signo (MOURA, 2005).

Nesse âmbito, a autora corrobora que a associação da visão às propriedades cognitivas levaria, no limite, a admitir no design a dupla qualidade de representação e de percepção ativa: “*percepciona-se para representar, representando percebe-se* –, um aspecto essencial se tivermos em conta o fato de a percepção configurar o modo como interpretamos a realidade” (MOURA, 2005, p. 74, grifos da autora). A articulista pondera que essa mesma percepção vai ser inevitavelmente condicionada pelos códigos ideográficos em voga. Com a Revolução Industrial e a subsequente consolidação do capitalismo, a ideologia do consumo vai impregnar e determinar a relação atual que temos com os objetos, distanciando-nos da percepção espontânea da sua utilidade e revestindo-os de uma significação intimamente ligada à idéia de valor simbólico:

desde sempre que determinados objetos foram portadores de significações sociais indexadas, remetendo para uma lógica social. O capitalismo veio apenas exponenciar este fato, generalizando-o na categoria englobante de “objeto de consumo” (*objeto-signo*), caracterizado pela total imposição do código que rege o valor e a lógica da troca. Este *objeto de consumo* surge revestido de uma singularidade poderosa ao transportar consigo uma imagem, uma assinatura ou um conceito, que lhe atribuem um valor diferencial. Ainda que o sentido do objeto, aquilo que ele mostra, permaneça intocado, a sua *leitura* passa incontornavelmente pela percepção desse signo que o legenda e que o torna reconhecível e avaliável no seio de um sistema de signos (MOURA, 2005, p. 76, grifos da autora).

Moura (2005) pontua que, embora esboçada no decorrer do século XIX, é apenas no início do século XX, com a Bauhaus, que se instaura a *Revolução do Objeto*. O sonho que, em 1919, Walter Gropius converteu em escola, viria a revelar-se um momento artístico e conceitual determinante na evolução da cultura ocidental: “se podemos dizer que não há objeto propriamente dito antes da Bauhaus, no sentido em que o entendemos e experienciamos na atualidade, a partir da Bauhaus tudo parece entrar neste estatuto” (MOURA, 2005, p. 76).

Durante a fase de Dessau (1925-1930), a Bauhaus conseguiu articular as condições sociais, políticas e tecnológicas necessárias para atingir uma nova síntese: a simplificação e

padronização da configuração formal de várias categorias de produtos. Através da exploração de dois fatores inerentes à cultura industrial, a produção de menor custo econômico e uma estética própria, foi possível obter o design de configuração formal simples, isento de ornamentos, típico da produção serial do século XX (CURTIS, 2010).

Em contrapartida, ao afirmar que o modelo de difusão atual das ideologias é do tipo ventríloquo, Canevacci (1990, p. 43, grifos do autor) confirma que a ideia nasce, “é ‘emitida’, reproduzida e experimentada diretamente das coisas, do produto-mercadoria, do *gadget*”. O objeto pós-industrial “fala sozinho”, do seu interior – por assim dizer – *interioridade*:

as modernas ideologias estão diretamente impressas sobre a sua superfície visual: elas parecem quase que animadas por uma essência mítica que as faz, agir de dentro do corpo da mercadoria. As imagens falantes – ainda que aparentemente mudas – difundem-se a partir de cada mercadoria-visual, superando as resistências geracionais, raciais, linguísticas, e classistas. As novas “ideologias mutantes” recusam submeter o todo à parte e a justificar esse mecanismo, para acharar-se dentro da nova cultura visual (CANEVACCI, 1990, p. 43, grifos do autor).

Outro aspecto importante da cultura visual se reflete na mudança ocorrida na sensibilidade da temporalidade, questão abordada por Huyssen (1994). Ele chama atenção para a necessidade de uma análise pautada nas transformações fundamentais ocorridas na estrutura do sentimento, da experiência e da percepção, ao caracterizar a simultaneidade da redução e expansão do nosso presente. Segundo o teórico, se o sentido da percepção está realmente vinculado aos meios da vida moderna, deveríamos considerar seriamente o provisório³ como um tipo de experiência cultural sintomática do nosso momento histórico, que reflete o processo de aceleração do cenário contemporâneo e que conta com níveis progressivamente mais avançados de instrução visual.

A exposição de design significante

Exposições têm o poder de aumentar a percepção consciente das pessoas sobre a importância do design em seu dia-a-dia. Se as nossas conseguirem esse feito e ajudarem na difusão do pensamento criativo, da inovação e na reflexão sobre sustentabilidade, o esforço terá valido a pena. - Adélia Borges, 2010, sobre a III Bienal Brasileira de Design.

Imersa no que Canevacci (1990) denomina ‘imagens ventríloquas’, a mercadoria-visual é submetida à exploração de seu valor de troca, em detrimento de seu valor de uso. Por

³ Huyssen (1994) defende a realização de exposições temporárias como estratégia de sobrevivência dos museus na contemporaneidade.

outro lado, a especificidade da exposição de objetos está em proporcionar uma leitura diferenciada sobre os produtos industriais. As exposições de design, nosso objeto de estudo, ao articular um todo coerente, comunicam a informação manipulada no desenvolvimento de produtos. Em nosso trabalho, entendemos a exposição de design como um fenômeno de complexa visualidade. Enquanto produto da cultura visual, também constitui mídia que “desvela o produto” – conforme o pensamento de Moura (2005).

Nesse caso, no entanto, o *usuário*⁴ assume outro papel, de tomada de consciência a partir dos significados que elabora ao *experimentar* a exposição. A exposição, enquanto meio de comunicação, constitui o que Cury (2006) denomina um espaço de educação informal. Cabe ao designer da informação elaborar as melhores estratégias para oportunizar ao visitante uma experiência significativa.

Em espaços de mediação, Ferrara (2002) enumera os modos de entender a cultura que, ao mesmo tempo, parecem denotar a função de determinada exposição: conjunto de registros das relações do homem com o mundo e, de outro lado, fator que possibilita a percepção do universo enquanto objeto de conhecimento. Portanto, à medida que o quadro do conhecimento humano torna-se mais complexo, e os níveis de instrução visual avançam progressivamente, a compreensão do design se amplia, pois não mais se restringe ao paradigma funcionalista bauhausiano, ao abarcar também a dimensão significativa da nova cultura visual.

Vale salientar que o contexto é crucial na percepção do significado do design. A convenção, o acordo social que faz com que determinada forma-significante seja globalmente associada a determinado significado dentro de determinado sistema, representa aqui um caráter essencial. Por outro lado, a economia globalizada em que se inscreve a prática atual do design tem uma importância decisiva e incontornável na disseminação mundial de tendências, exponenciando a percepção das suas formas e códigos (MOURA, 2005). A autora esclarece:

a questão do *design* desemboca inevitavelmente na questão da imagem. Embora o *design* seja ainda, em grande medida, projeto para a realidade física que nos circunda, o devir imagético e informacional do *real* antecipa a desejada plasticidade e leveza da matéria. Não é por acaso que o *design* e as tecnologias digitais se refletem especularmente, como duas faces de uma mesma moeda (MOURA, 2005, p. 80, grifos da autora).

No caso específico do design, o sentido estaria, a princípio, contido na intenção que antecipa o projeto, ou seja, seria intrínseca a essa intenção projetual à vontade de comunicar, concretizar, tornar explícito um significado no ato de inscrição da idéia (MOURA, 2005). No

⁴ No contexto da exposição, optamos pelas expressões ‘público’, ‘visitante’ – no âmbito da museografia – e ‘destinatário’ e ‘interpretador’ – em design da informação.

âmbito da exposição, entendemos que a informação é manipulada pelo designer, e o interpretador dessa informação é o público que, por sua vez, elabora o que Cury (2006) designa uma síntese subjetiva. O destinatário tem seu nível de consciência ampliada a respeito dos objetos passíveis de fabricação com os quais se relaciona no cotidiano, em um ambiente planejado exclusivamente para a socialização do conhecimento. Essa ideia consolida o propósito social da exposição de design. Além disso, oportuniza outra modalidade projetual: o design de exposição (COSSIO; CATTANI, 2010).

A respeito da função da exposição e das instituições museológicas, Cury (2006, p. 34) aponta que “a postura democrática propôs o museu como instrumento de transformação social e destacou o papel das coleções no alcance desse objetivo”. Essas discussões se alimentaram e ao mesmo tempo motivaram uma série de tipos de museus (comunitários, de cidades, etc.) assim como os museus ou centros de ciências. De acordo com a autora, atualmente, “a museologia reserva aos museus, no seu sentido mais amplo, o seu caráter de meio de comunicação, sendo a exposição a principal maneira de aproximação entre sociedade e seu patrimônio cultural” (CURY, 2006, p. 34). Nesse aspecto, vale citar o seguinte excerto da Declaração de Caracas: “os museus não são somente fontes de informação ou instrumentos de educação, mas espaços e meios de comunicação que servem ao estabelecimento da interação da comunidade com o processo e com os produtos culturais” (DECLARAÇÃO DE CARACAS apud CURY, 2006, p. 37).

No artigo intitulado *Escapando da amnésia: o museu como cultura de massa*, Huyssen (1994) destaca:

sendo um objeto, ele contém um registro da realidade que nem a transmissão ao vivo de uma televisão pode assegurar. Onde o meio é a mensagem e a mensagem é uma imagem fugaz na tela, o real continuará sempre bloqueado. Na experiência de um desencantamento transitório, esse olhar sobre os objetos museais também resiste à imaterialidade progressiva do mundo, que é dirigida pela televisão e pela realidade virtual das redes de computador” (HUYSSSEN, 1994, p. 53-54).

A exposição constitui um espaço social de contato com um determinado saber. O designer ou arquiteto vai prover a qualidade desse contato, sua propriedade e clareza por meio dos conhecimentos inerentes ao campo: design gráfico e design gráfico-ambiental (COSSIO; GONÇALVES, 2010). Desse modo, salientamos que as exposições são concebidas com vistas à experiência do público:

exposição é conteúdo e forma, sendo que o conteúdo é dado pela informação científica e pela concepção de comunicação como interação. A forma da exposição diz respeito à maneira como vamos organizá-la, considerando a organização do tema (enfoque temático e seu desenvolvimento), a seleção e articulação dos objetos, a elaboração de seu desenho (elaboração espacial e visual), associados a outras

estratégias que juntas revestem a exposição de qualidades sensoriais (...) a exposição é pensada e montada tendo como ponto de partida a experiência prévia do público, pois é a partir da sua experiência que o visitante recria a exposição. Assim, conceber e montar uma exposição significa construir e oferecer uma *experiência de qualidade* para o público (CURY, 2006, p. 42-43, grifos da autora).

Assim, a principal forma de comunicação em museus é a exposição ou, ainda, a mais específica, pois é na exposição que o público tem a oportunidade de acesso à poesia das coisas. Para a autora, “é na exposição que se potencializa a *relação profunda entre o Homem e o Objeto* no cenário da instituição e no cenário expositivo” (CURY, 2006, p. 34). Por outro lado, pondera que a exposição é a ponta do iceberg que é o processo de musealização, ou seja, é a parte que visualmente se manifesta para o público e a grande possibilidade de experiência poética por meio do patrimônio cultural.

Segundo Huyssen (1994), a volta das tradições locais e o resíduo de culturas ancestrais, o privilégio da não-sincronicidade e da heterogeneidade, justificam o desejo de preservar como um meio de se emprestar uma aura histórica a objetos que poderiam ser condenados ao esquecimento ou que se tornaram obsoletos. Para o teórico, “tudo isso pode realmente ser interpretado como uma reação à altíssima velocidade da modernização, como uma tentativa de se libertar do espaço vazio do cotidiano e reivindicar um sentido de tempo e memória” (HUYSSSEN, 1994, p. 52). Nesse sentido, é possível estabelecer um nexos com as mostras históricas de design. Para Adélia Borges, curadora-geral da III Bienal Brasileira de Design,

a história do design brasileiro só recentemente começou a ser escrita. Se o foco principal de uma Bienal é o presente, ela pode voltar seu olhar para o passado, visando trazer à luz, rememorar e compartilhar legados que nos ajudam a compreender em que ponto estamos e, assim, gestar melhor o futuro (BORGES, 2010, p. 45).

Se considerarmos que boa parte do público desse tipo de exposição se constitui de estudantes e designers, as mostras históricas podem contribuir para uma identidade profissional. Mais do que isso, conforme observado na III Bienal, na cidade de Curitiba, em 2010, os fins didáticos da exposição de design podem ter participação significativa na formação de profissionais mais éticos e responsáveis, cientes das necessidades sociais, mais comprometidos com a qualidade de vida.

É possível inferir uma relação positiva entre a formação de designers e mostras históricas do design, uma vez que ao se deparar com o conhecimento de designers pioneiros, os estudantes têm uma valiosa oportunidade de identificação. O design, enquanto atividade projetual, não oferece margens ao reconhecimento autoral. Isso acaba por condenar ao

anonimato grande parte dos projetos que convivem no nosso entorno. Ora, a exposição de design, histórica ou não, permite o reconhecimento pela população da autoria dos produtos que fazem parte de seu cotidiano. No caso dos estudantes de design, tal identificação favorece o comprometimento social, ao incentivar uma continuidade à trajetória projetual iniciada anteriormente. Parafraseando Borges (2010), as mostras históricas de design possibilitam ao público conhecer o passado para gestar melhor o futuro e, sobretudo, fortalecer uma consciência de que já somos detentores de um patamar projetual de excelência.

Considerações finais

Em um cenário de complexidade pós-industrial, no qual a globalização econômica e financeira faz eco às novas tecnologias, a produção e o consumo de bens materiais é a tônica de uma lógica de capital. A saturação de produtos em nosso cotidiano torna invisível a cultura material impregnada em nossas relações.

O desígnio (intenção) da exposição de design (projeto, forma) parece ser a experiência significativa do interpretador (percepção): com a realização de exposições de produtos, há uma contribuição no que concerne ao debate a respeito de nossos hábitos e estilos de vida. Ao conceber o design comprometido com questões sociais, econômicas e ambientais, essas exposições extrapolam o automatismo do consumidor, pois contribuem para ampliar o nível de consciência acerca de nossos hábitos e estilos de vida. Desse modo, mostras como a III Bienal Brasileira de Design oferecem uma oportunidade de reflexão ao conferir visibilidade às faces da cultura material. Na exposição de design de fins educativos, o projeto é informação, e não se curva ao mercado, conforme exposto por Ferrara (2002).

Não obstante, ponderamos que, ao considerarmos variáveis como os objetivos, local da montagem e patrocinadores, as exposições de design correm o risco de significar um espaço de distração: uma espécie de *playground*, em uma equivalência a *shopping centers* e parques temáticos. Além disso, observamos que o histórico pessoal é condicionante da percepção, sendo esta, individual. Vale citar o pensamento dos designers de exposição Alice Lake-Hammond e Noel Waite (2010): as exposições tendem a ser concebidas mais como interpretações particulares do que como verdades universais.

No que se reporta a dicotomia comercial-educacional, estamos cientes que essas iniciativas, promovidas por parcerias de órgãos governamentais e iniciativas privadas, visam promover o design como fator de competitividade. Ao mesmo tempo, consideramos que a

exposição pode validar o vetor social do design enquanto atividade relevante para o bem estar coletivo (COSSIO; MORAES; GONÇALVES, 2010). Conforme as palavras da curadora Adélia Borges, exposições como a III Bienal tem o poder de aumentar a percepção das pessoas sobre a importância do design. Esta ideia está intimamente ligada ao reconhecimento do trabalho do designer. A partir daí, a exposição de design pode ser meio importante para a consolidação da atividade, ao divulgar o fazer do designer.

Especialmente, a motivação para a realização de exposições de design encontra respaldo nas necessidades reais do momento contemporâneo, no qual reformas de ordem social, econômica e ambiental estão na ordem do dia. Se as exposições e as instituições museológicas são valiosas para o processo civilizatório, devemos congregamos esforços para que outro patamar seja alcançado: os museus de design.

Referências

- BORGES, A. A celebração do melhor momento do design brasileiro. In: **III Bienal Brasileira de Design**. BORGES, A. (Org.) vol 1, 1ª. ed., Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010.
- CANEVACCI, M. **Antropologia da Comunicação Visual**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- COSSIO, G.; CATTANI, A., Design de exposição e experiência estética no museu contemporâneo. In: **Anais do 2º Seminário Internacional de Museografia e Arquitetura de Museus: identidades e comunicação**. Rio de Janeiro: UFRJ FAU/PROARQ, 2010.
- COSSIO, G., GONÇALVES, F. Design de exposição à luz das categorias fenomenológicas. In: **Anais do IV Congresso Internacional da Associação Brasileira de Estudos Semióticos**. São Paulo: ABES, 2010.
- COSSIO, G.; MORAES, L.; GONÇALVES, F. Design e Educação: construção de significado para o desenvolvimento sociocultural. In: **Anais do 3º Colóquio de Semiótica: diálogos intersemióticos**. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2010.
- CURTIS, M. C. G. Funcionalismo: referência histórica para o design social. In: **Anais do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design – P&D Design**. São Paulo, UAM: 2010.
- CURY, M. X. **Exposição - Conceção, Montagem e Avaliação**. 1ª ed. São Paulo: Annablume, 2006.
- DECLARAÇÃO DE CARACAS – 1992. Trad. de Maristela Braga. In: **A memória do pensamento museológico contemporâneo**. ARAÚJO, M. M.; BRUNO M. C. O. (Orgs.). São Paulo: Comitê Brasileiro do ICOM, 1995.
- FERRARA, L. D. **Design em espaços**. São Paulo: Rosari, 2002.
- HUYSSSEN, A. Escapando da amnésia: o museu como cultura de massa. **Revista do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. Rio de Janeiro, n. 23, p. 34-57, 1994.
- LAKE-HAMMOND, A.; WAITE, N. Exhibition design: bridging the knowledge gap. **The Design Journal**. v. 13, n. 1. Berg Publishers, 2010.
- MOURA, C. O desígnio do design. In: **Anais do 4º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação - 4º SOPCOM**. Aveiro: 2005.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Design de produtos, Design de conceitos

Heloisa Helena de Oliveira Santos e Alberto Cipiniuk

PUC-Rio

heloisahelena28@yahoo.com.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Design de Produtos, Design de Conceitos

Heloisa Helena de Oliveira Santos *

Alberto Cipiniuk **

Resumo: A apresentação compreende uma breve discussão em formato de ensaio sobre o papel do design nas sociedades contemporâneas. A partir da abordagem de Foucault sobre classificações, busca-se debater o papel do design como produtor/reificador de conceitos no mundo moderno, assim como os aspectos políticos de alguns posicionamentos do designer neste mundo.

Palavras-chaves: design; produtos; conceitos; classificações; capitalismo;

Key-Words: design; products; concepts; classification; capitalism.

Em seu “As palavras e as Coisas”, Foucault desenvolve uma análise longa e complexa sobre as condições que permitiram o desenvolvimento de um modo específico de organização, produção e divulgação do conhecimento moderno e, concomitantemente, dos modos de se pensar e constituir a sociedade. Suas análises se iniciam com um Prefácio que me parece especialmente curioso. Foucault apresenta um sistema classificatório descrito por Borges¹ que, segundo este último, teria sido retirado de uma enciclopédia chinesa. Neste sistema, diferentes tipos de animais são enumerados em uma lista que “perturba todas as familiaridades do pensamento – do nosso” (Foucault, 2002: IX). Reproduzirei abaixo a referida lista:

“(…) os animais se dividem em: a) pertencentes ao imperador, b) embalsamados, c) domesticados, d) leitões, e) sereias, f) fabulosos, g) cães em liberdade, h) incluídos na presente classificação, i) que se agitam como loucos, j) inumeráveis, k) desenhados

* Aluna de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Design – DAD/PUC Rio.

** Professor Doutor do Departamento de Artes e Design – DAD/PUC Rio.

¹ A utilização do verbo “descrever” é proposital, pois verbos como “imaginar” ou “criar” poderiam fazer estes autores agirem como testemunhos de um etnocentrismo literário.

com um pincel muito fino de pelo de camelo, l) et cetera, m) que acabam de quebrar a bilha, n) que de longe parecem moscas'.” (Foucault, 2002: IX)

Como é possível perceber, a lista inclui uma série de categorias zoológicas não encontradas em nossas ciências. No entanto, como ressalta Foucault, a referida enciclopédia chinesa, ao enumerar tais seres, desenrola um processo de aproximação e contiguidade que podem causar em um leitor desavisado, um incômodo que o próprio pode não compreender. Para Foucault, esta perturbação está associada ao fato de que a enumeração da enciclopédia interferiria na ordem comum das coisas, uma ordenação fornecida pela cultura, e que fugiria do padrão a que estamos habituados.

Todas as Culturas possuem esquemas classificatórios, ordenações de mundo enfim. Um raciocínio etnocêntrico pode considerar que algumas sociedades seriam incapazes de tal feito, como nos revela Lévi-Strauss (1976) e sua “Ciência do Concreto”. No entanto, como demonstra o próprio Strauss, ainda que o sistema classificatório possa se organizar a partir de modos de conceituar distintos, a faculdade de classificar está lá e funciona de acordo com uma lógica própria. Os “chineses” de Borges confirmam.

O mais curioso deste prefácio de Foucault é que ele nos revela o quão relativa – e poderosa - é a nossa forma de organizar nossas classificações. Unimos maçãs e laranjas em um mesmo grupo – qual seja o das frutas -, quando poderíamos associar laranjas e o alvorecer, já que há uma similitude cromática entre os dois. Por outro lado, poderíamos ter desenvolvido um tabu para com maçãs vermelhas e, por isso, nunca comê-las, em razão de sua cor nos remeter ao sangue. No entanto, não é assim que funciona, de modo que aproximamos as laranjas às maçãs, e não a tardes prazerosas ou ferimentos dolorosos². Como ressalta o próprio Foucault sobre o ato de classificar, “nem tudo o que se oferece ao olhar é utilizável: as cores, em particular, quase não podem fundar comparações uteis.” (Foucault, 2002: 182).

² Para uma discussão interessante sobre sistemas classificatórios, ver GORDON, Flavio. Nossos aipins são melhores do que os outros. **Revista Habitus**: revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais – IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p.15-32, 30 mar. 2003. Anual. Disponível em: <www.habitus.ifcs.ufrj.br>. Acesso em: 30 mar. 2003.

Decorre desta reflexão que se classificamos de determinada maneira não é em razão de haver nas coisas uma ordem “natural” ou “necessária”. Nossas classificações são culturais, respondem a necessidades específicas e, conseqüentemente, estão de acordo com práticas sociais particulares (Harvey, 1998). Como revela ainda Douglas (1996), é em nome da ordem que classificamos e, por esta razão, quando a ordem muda ou é questionada, uma determinada maneira de organizar pode revelar toda a sua arbitrariedade.

Se as classificações estão de acordo com práticas socioculturais e econômicas, é possível afirmar que a sociedade capitalista moderna possui suas formas próprias de organizar o mundo. Esta forma de ordenamento difere daquela encontrada em outros períodos históricos, como é o caso do Renascimento ou da Antiguidade.

Podemos afirmar, a partir de autores como Zigmunt Bauman ou David Harvey, que experimentamos um momento específico da modernidade – a pós-modernidade. A partir destes mesmos autores, podemos elencar alguns conceitos que ordenariam a realidade cultural contemporânea, como é o caso das noções de desigualdade, fluidez, volubilidade, efemeridade, dentre outros. Estes conceitos estariam de acordo com uma formação social específica, um modo de produção, uma maneira de organizar as práticas sociais enfim. São estas práticas que nos levam a considerar a possibilidade de experimentarmos relações sociais cada vez mais precarizadas e porosas, sejam elas relações trabalhistas, afetivas, dentre outras.

É a partir desta forma de avaliar as relações que gostaria de inserir minhas reflexões acerca do Design na sociedade contemporânea. Como acentua Harvey (1998), os indivíduos inseridos no modo de produção capitalista assistem a um permanente reordenamento das concepções de mundo; reordenamento este que é consequência do próprio modo como o capitalismo se organiza. Cabe então a pergunta: diante de um sistema classificatório tão efêmero e volúvel, como ordenar a realidade a nossa volta? Teria o *design* algum papel neste processo de (des)organização das vidas?

Antes de continuar as reflexões, é necessário abordar brevemente sobre o modo que concebo *design*. Seguindo Forty (2007), compreendo o *Design* como instruções para o desenvolvimento de produtos que possuem uma aparência específica. Para Forty, é fundamental lembrar que o design é uma prática social cujo fim é a obtenção de lucro com a venda de produtos, característica que diferenciaria, dentre outras, o *design* das

artes³. Além desses fatores, Forty nos remete à questão das ideias, acentuando o papel do *design* em conciliar visões e ideias sobre o mundo aos produtos desenvolvidos.

Em uma sociedade de consumo como a que vivemos atualmente, o *design* aparece por meio da criação cada vez mais desenfreada de novos produtos que nascem com a mesma rapidez que desaparecem. Como portadores de ideias (Forty, 2007), esses produtos carregam em si uma responsabilidade nem sempre clara ou explícita. Ademais – e possivelmente mais importante –, o fato de conter uma série de referências sobre um modo específico de pensar o mundo, revela no *design* um propósito político muito importante, ainda que pouco discutido, na medida em que o *design, como prática e produto da sociedade contemporânea, participa da organização do mundo e, mais importante, está envolvido na produção de ordenamentos classificatórios para este mundo.*

Acredito que um exemplo possa ajudar a refletir sobre esta afirmação. O *design* de moda apresenta, a cada seis meses, coleções que são categorizadas a partir de diversos conceitos do cotidiano como *Minimalista, Urbana, Romântica*, dentre outros. Relacionadas a estas noções, *formas específicas são desenvolvida, formas estas que reificam padrões específicos de mulheres e homens, mas que também produzem masculinidades e feminilidades.* Desta maneira, a forma-feminina romântica não possui a mesma configuração que a forma-feminina minimalista ou urbana. Mais relevante, a forma-feminina é distinta – além de permanente e repetidamente diferenciada - da forma-masculina. Mas de acordo com as necessidades sociais, a forma-feminina pode incorporar as formas-masculinas e produzir um novo tipo de feminino, como ocorreu durante os anos 1980, quando os ombros femininos foram invadidos por ombreiras espetaculares e a mulher-esposa-mãe-trabalhadora conheceu a representação física de seu ideal contemporâneo.

O que devemos lembrar é que em uma sociedade como a Ocidental Moderna, as desigualdades entre homens e mulheres estão marcadas em diversos pontos da prática cotidiana. Salários menores e dupla jornada de trabalho são algumas das marcas sociais associadas às diferenças de gênero nas culturas que compõe o Ocidente. O *design* das

³ Ironicamente, este modo de conceituar o *design* pode ser considerado tão arbitrário como a Enciclopédia Chinesa do texto de Borges.

roupas, desta maneira, parece não apenas incorporar ideias, mas as dissemina e reifica a todo momento.

Possivelmente, o *design* de produtos para o lar segue o mesmo esquema de produção. Ideias de famílias, conjugalidade e regras de parentalidade são afirmadas em catálogos domésticos diversos. O quarto infantil não pode ter as mesmas referências que o quarto dos pais ou da empregada. Valores de ingenuidade e pureza devem estar presentes nos diversos objetos que compõem os quartos das crianças e uma decoração sóbria deve revelar à empregada qual seu *status* na família. Assim, os *mitos* a que Forty faz menção são, a todo momento, não apenas moldados em uma “forma sólida, tangível e duradoura, de tal modo que *parecem* ser a própria realidade” (Forty, 2007: 15 – grifos do autor), eles organizam o mundo em que vivemos e, assim, constroem realidades.

Ao edificar ordenamentos do mundo, o *design* – assim como outros produtores de sentido - também exclui outras possibilidades de organização que fogem dos padrões estabelecidos. Essa exclusão tem consequências políticas muito sérias, *ela é poder*. Apenas para continuar o exemplo sobre o masculino e o feminino na moda, gêneros diversos ficam fora das configurações padronizadas, assim como já o estão na sociedade, elas não “têm *design*”, não são (re)criadas e/ou (re)afirmadas. O choque causado por travestis femininas ou masculinas demonstra o poder que o *design* das roupas exerce sobre os indivíduos – um de nossos incômodos classificatório, como o é a enciclopédia chinesa de Borges. Como nos lembra Foucault (2002: 186), em uma classificação, alguns “vãos negros configuram o invisível”, assim como “plagas, claras e distintas, oferecem-se às palavras”. Resumindo: *as classificações – e nestas incluímos aquelas desenvolvidas pelos designers - têm poder e podem ajudar a reproduzir ou engendrar desigualdades*.

Retomando o tema da efemeridade no mundo contemporâneo, gostaria de discutir algumas das noções apresentadas por Harvey (1996). Para o autor, a sociedade pós-moderna apresenta um modo específico de experimentar espaço e tempo que está de acordo com um contexto capitalista em que as noções são extremamente instáveis. Considerando o papel do *design* como produtor/reificador de noções e classificações e, mais importante, como prática que concretiza ideias (Forty, 2007), podemos perceber que o *design* – *enquanto prática* - se encontra em um meio-termo conceitual: assim como algumas artes, ele busca espacializar, na forma de produtos, conceitos em

permanente mudança (Harvey, 1996), mas com o objetivo central de vender objetos (e conceitos, práticas, realidades – Forty, 2007) que devem ser tão dispensáveis quanto às ideias que eles buscam tornar permanentes.

Esta posição ambígua do *design* pode ser extremamente interessante em termos de prática política e deve ser explorada. Como ressalta Douglas (1996), o ambíguo tem um tipo de força particular dentro das relações sociais, seja como reificador das categorias, seja como um introdutor de novos conceitos e práticas. Se é em nome da ordem que classificamos e criamos categorias de impureza, apenas a desordem pode produzir novas classificações e reconfigurar o impuro (Douglas, 1996). Manipular esta posição ambígua, esta capacidade de espacializar conceitos que mudam muito rapidamente em produtos de grande circulação, pode ter um objetivo mais amplo do que vender objetos apenas, afinal estas ideias terão um vasto alcance. Como *designers* de produtos – e conceitos - não se pode esquecer que a lógica classificatória que apresentamos é apenas *uma* dentre muitas outras e de que ela pode, e merece, ser permanentemente avaliada, questionada e reconfigurada, pois ela tem efeitos na sociedade.

Diante deste impasse, no entanto, a escolha dos *designers* tem sido, em grande parte dos casos, a despolitização de sua prática e um apego quase ingênuo a desculpas pouco convincentes em torno do poder do mercado. A ausência das discussões sobre o papel dos *designers* é um dos sintomas/causas deste mesmo processo. É preciso considerar que da mesma maneira que as práticas produzem conceitos, as discussões sobre os conceitos também podem alterar as práticas. Não discutir o papel do *design* no mundo contemporâneo e não expor este poder do *designer* pode ter um fim muito negativo caso ele busque apenas reafirmar desigualdades já existentes, como as apontadas acima. É necessário, enfim, começarmos a refletir sobre a importância destes produtores em um mundo que, em suas diferentes facetas, se mantém extremamente desigual.

Referências Bibliográficas

DOUGLAS, Mary. *Pureza e perigo*. São Paulo: Perspectiva, 1976;

FORTY, Adrian. *Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac

Naify, 2007;

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. São Paulo: Liv. Martins Fontes, 2002;

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1998;

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O pensamento selvagem*. São Paulo: Cia. Ed. Nacional, 1976.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

**Entre memória, moda e os outros: os valores sociais das
lembranças e dos objetos**

João Dalla Rosa Júnior e Alberto Cipiniuk

PUC Rio

joaodrjr@yahoo.com.br

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

**Entre memória, moda e os outros:
os valores sociais das lembranças e dos objetos**

João Dalla Rosa Júnior (mestrando PUC-Rio)

Alberto Cipiniuk (Professor, PUC-Rio)

Resumo: A partir das idéias de alteridade de Mikhail Bakhtin, a relação entre moda e memória é traçada como resultado de uma prática do design. Através da contextualização do conceito de lugares de memória de Pierre Nora e do sistema de moda de Gilles Lipovetsky, investiga-se a produção do designer de moda Ronaldo Fraga que se estabelece a partir de lembranças pessoais. Seu trabalho é compreendido enquanto uma prática de criação na qual são transpostos valores sociais a partir de referências de memória. A maneira como os objetos do design aludem à alteridade da memória é o objetivo deste texto.

***Abstract:** From the ideas of otherness of Mikhail Bakhtin, the relationship between fashion and memory is drawn as a result of a design practice. By contextualizing the concept of places of memory of Pierre Nora and the fashion system by Gilles Lipovetsky, we investigate the production of fashion designer Ronaldo Fraga that settles from personal memories. His work is understood as a practice of creation in which social values are translated from memory references. The way the design objects allude to the otherness of memory is the goal of this text.*

Palavras-chave: Memória; Moda; Outros.

Uma possibilidade de relação entre a prática do design e a memória pode ser traçada a partir das declarações de Pierre Nora. O historiador francês, em 1984, publicou o texto “Entre memória e história: a problemática dos lugares”, onde cunhou o conceito de lugar de memória para apresentar o contexto das práticas historiográficas e suas relações com a memória social. Nora afirmava que a partir da aceleração do tempo que a modernidade estabeleceu, a memória tradicional, que gerava uma identidade social, foi tomada pela história. Em outras palavras, práticas e representações – como gestos, imagens, rituais e espaços - que proporcionavam uma coesão dos indivíduos de uma determinada sociedade se perderam ao passo que seus

vestígios passaram a ser valorizados pela história. Esta passagem implicou no “tempo dos lugares”, cuja característica é difusão de práticas e representações reconstituídas por este olhar historiográfico: uma operação arquivística que tende a organizar as fronteiras dos fragmentos de memória e projetá-los em novas representações. Nora deixa evidente que estes lugares de memória são duplos e estão em constantes transformações, já que concentram suas identidades, mas se encontram abertos a outros significados.

Em consequência ao contexto dos lugares de memória, o historiador francês esclarecia que a memória passou a residir externamente a cada um de nós. Com isto, passou a ser interiorizada como uma obrigação individual, o que ele chamava de memória-dever, já que não correspondia mais a uma prática coletiva. Nas palavras de Nora,

“[...] a passagem da memória para a história obrigou cada grupo a redefinir sua identidade pela revitalização de sua própria história. O dever de memória faz de cada um o historiador de si mesmo. [...] O fim da história-memória multiplicou as memórias particulares que reclamam sua própria história. Está dada a ordem de se lembrar, mas cabe a mim me lembrar e sou eu que lembro. O preço da metamorfose histórica da memória foi a conversão definitiva à psicologia individual” (1993: 17).

Direcionando o foco ao design de moda, é possível perceber uma convergência deste aspecto de individualidade, que o contexto dos lugares de memória confere através da memória-dever, às noções que fundamentam o sistema de moda para Gilles Lipovetsky (1989). O autor expõe que a noção moda compreende um sistema abstrato de significações que constitui a sociedade moderna e que está fundamentada em valores que se articulam a partir da individualidade e do novo.

O novo, para o autor, compreende a valorização que o tempo presente recebe em nossa sociedade capitalista, impondo um distanciamento das tradições do passado e proporcionando uma lógica de inconstância em que o efêmero passa a caracterizar a temporalidade das relações sociais. Esta lógica do novo atua ao mesmo tempo em que a crença no poder dos homens através da racionalidade permite o reconhecimento da individualidade como resultado de um processo de diferenciação, que fomenta a variabilidade estética e as transformações de comportamento em nome de um gosto próprio. Contudo, a compreensão do novo é uma ressignificação, tal como as palavras mudam de sentido desde que são empregadas em seu

primeiro sentido, perdendo lentamente ou às vezes rapidamente o entendimento já que se aliena em relação às práticas sociais que forneceram a sua primeira significação.

Para Lipovetsky, então, a moda se configura através destes dois valores que não podem ser dissociados e proporcionam um sentimento de liberação pessoal que é definido pelo autor como uma “pequena aventura do eu” (1989: 83). Esta aventura se constitui de uma experiência ritmada por constantes mudanças que permitem conferir uma unidade ao indivíduo. Este processo é pequeno frente à dimensão da sociedade, no entanto, não podemos negar que seja intenso. A relação entre efemeridade e individualidade faz com que se crie a noção de que este eu tende a se aventurar a todo instante. Retomando o contexto do tempo dos lugares de memória apresentado por Nora, esta aventura poderá se caracterizar pelas lembranças.

Ronaldo Fraga aventura-se na memória. Como designer de moda inserido na estrutura dos grandes eventos nacionais e internacionais, apresenta suas coleções apropriando-se de referências de memória para o desenvolvimento de seus produtos. Estes produtos contemplam uma variedade que não se limita ao campo do vestuário. Fraga, além de apresentar sazonalmente suas coleções no São Paulo Fashion Week, em 2010 lançou uma linha de produtos na renomada rede de decoração Tok&Stok. Desenvolve projetos sociais, realizando palestras sobre a prática do design em diversos lugares do Brasil através de cooperações com diferentes órgãos públicos e privados, tal como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas e Empresas (SEBRAE). Além disso, atualmente, Fraga se dedicou à curadoria de uma exposição, “Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga”, que está circulando por diferentes cidades do Brasil e cujo trabalho foi resultado de sua pesquisa em 2008 para a coleção de verão de 2009 “Rio São”. Como o próprio designer falou em palestra realizada na Casa do Saber (RJ – 21/10/10), ele gosta de estar onde a moda não está.

Vários representantes acadêmicos brasileiros como Carol Garcia (2007), Rosane Preciosa (2008), Suzana Avelar (2008) e Mara Rúbia Sant’Anna (2010) já sinalizaram a relação estreita que Ronaldo Fraga estabelece com a memória. Em umas das expressões mais emblemáticas do designer, ele afirma: “*nunca escondi de ninguém que a memória é o meu prato predileto [...]*” (FRAGA, 2008). No entanto, em outra fala, disponível em um vídeo-entrevista realizada pelo Plaza Moda em 2008, o designer fornece alguns detalhes sobre como

a memória se articula com uma noção que está para além da roupa, no caso, um sistema de moda.

“A roupa tem cheiro, tem sabor, tem memória, tem fala. O poder de comunicação da roupa é uma coisa impressionante [...] é aí que a roupa se torna moda: quando ela traz tudo isso [...] o Brasil tem uma indústria de confecção. A indústria de moda no Brasil é uma coisa que está engatinhando. Porque indústria de moda [...] é preciso que se tenha alma. É preciso que se traga não só o cheiro, o sabor, mas como literalmente, a memória e a história [...].”

Inúmeras coleções poderiam ser citadas para exemplificar as lembranças como referências para o desenvolvimento dos produtos da marca Ronaldo Fraga. Pelos próprios títulos das coleções é evidente como lembranças se tornam fontes para produção no campo do design de moda: “Álbum de Família (Verão - 1996/97)”, Quem matou Zuzu Angel? (Verão – 2001/02 e Descosturando Nilza (Verão 2005/06) são alguns exemplos de coleções em que o designer transpõe lembranças para compor o universo simbólico dos produtos do vestuário. Como é possível perceber por suas palavras, esta prática o leva a revisitar diferentes momentos da própria vida, o que se torna evidente ao escrever a apresentação da exposição “Rio São Francisco”:

“Desde a infância, minhas memórias são banhadas pelas águas do São Francisco. Meu pai, que nem ‘barranqueiro’ era, vivia pescando por aquelas ‘bandas’. Sua volta era sempre uma festa, quando ele trazia surubins gigantes, lendas e casos do mágico universo ribeirinho. Eram histórias e estórias, cultura, música, gente e bicho em cada conto trazido de lá. Meus sonhos eram povoados por caboclos d’água, uiaras, tutumarambás, serpentes do rio...” (FRAGA, 2010).

Nora afirma que estas lembranças adquirem um valor muito grande em nosso contexto. “A atomização de uma memória geral em memória privada dá à lei da lembrança um intenso poder de coerção interior. Ela obriga cada um a se lembrar e a reencontrar o pertencimento, princípio e segredo da identidade. Esse pertencimento, em troca, o engaja inteiramente” (1993: 18). Ou seja, o designer quando produz a partir de suas lembranças, tem como objetivo buscar a memória coletiva. Esta lembrança é individual, mas está compreendida num contexto social. De acordo com o autor, “a psicologização integral da memória contemporânea levou a uma economia singularmente nova da identidade do eu, dos mecanismos da memória e da relação com o passado” (1993: 18). Com isto, a pequena

aventura do eu do designer de moda encontra um caminho pela memória. A relação com o passado em que a memória se fundamenta indica uma possibilidade de liberação subjetiva no contexto da efemeridade e da individualização.

Para compreender este sentido de engajamento e pertencimento que a memória possibilita à aventura do eu através do design de moda, é possível encontrar um caminho a partir do pensamento estético de Mikhail Bakhtin (2010). O autor russo explora as questões referentes à criação estética a partir, principalmente, da alteridade enquanto fator imprescindível para a constituição dos indivíduos. Neste sentido, é possível traçar uma relação bastante fecunda entre a atividade de criação em design e o contexto da memória nas práticas de produção cultural.

Bakhtin apresenta o indivíduo através do papel desempenhado pelos outros. Estes outros compreendem diversos aspectos da sociedade no qual ele está inserido e podem ser designado como o contexto. De maneira resumida, poderíamos dizer que o que ele afirma é que a constituição da subjetividade é social.

Com esta idéia, a dimensão da alteridade está presente em qualquer atividade humana. No entanto, o autor esclarece que há uma diferença entre os acontecimentos da vida e os acontecimentos na criação estética. Na vida, o eu em relação aos outros não está evidente. Ele está em construção e aberto, em constante processo de constituição. Já, o eu e os outros em uma atividade de criação se tornam delimitados. Suas imagens aparecem paralelamente expressas. Nas palavras de Bakhtin (2010: 27),

“É isso que diferencia o mundo da criação artística do mundo do sonho e da realidade da vida: todas as personagens estão igualmente expressas em um plano plástico-pictorial de visão, ao passo que na vida, a personagem central - eu - não está externamente expressa e dispensa imagem. Revestir de carne externa essa personagem central da vida e do sonho na vida é a primeira tarefa do artista”.

Com isto, podemos associar que a aventura de Ronaldo Fraga está dimensionada na alteridade que compreende tanto a memória, que é seu prato predileto, como a prática de produção em design de moda.

O design é uma atividade projetual que consiste em produzir artefatos que estão destinados ao outro, mas o “outro” aqui não é o outro Lacaniano¹, mas os outros, a sociedade como um todo. O objeto produzido é idealizado e materializado tendo em vista o usuário que vai utilizá-lo. Isto faz com que a metodologia de projeto em design contemple um conjunto de técnicas de compreensão deste usuário. Esta compreensão estabelece toda a atividade projetual e confere as características dos objetos. Com isto, é impossível não encontrar nos escritos de Bakhtin, palavras que parecem estar diretamente destinadas ao design: “*O outro indivíduo está todo no objeto para mim, e o seu eu é apenas objeto para mim.*” (2010: 36).

Da mesma forma, a memória que caracteriza a aventura de Fraga também se processa pelo papel do outro. Pierre Nora (NORA, 1993) afirma que

“A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos [...] aberta à dialética da lembrança, e do esquecimento, inconsciente de suas deformações, [...] a história é a reconstrução sempre problemática do que não existe mais. A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no presente; a história, uma representação do passado”.

Nesta memória que é vida, o outro desempenha um papel fundamental, já que o indivíduo se constitui a partir das experiências que o outro proporciona. Neste sentido, as lembranças se constituem a partir destas experiências e Bakhtin (2010: 55) deixa claro como isto ocorre.

“Essa minha vida recriada pela imaginação será rica de imagens acabadas e indelévels de outras pessoas em toda a sua plenitude externa visível, de rostos de pessoas íntimas, familiares, até mesmo de transeuntes eventuais com que cruzei [na] vida, mas não haverá entre elas a imagem externa de mim mesmo, entre todos estes rostos ímpares e únicos não estará o meu rosto; irão corresponder ao meu eu as lembranças – as vivências reconstruídas da felicidade puramente interior, do sofrimento, do arrependimento, dos desejos, das aspirações que penetram esse mundo visível dos outros, isto é, irei lembrar minhas diretrizes interiores em determinada circunstâncias da vida e não minha imagem exterior. Todos os valores plásticos e picturais como cores, tons, formas, linhas, imagens, gestos, poses, rostos, etc. serão distribuídos no mundo material dos outros homens, no qual não entrarei como portador

¹ Como Peter Burke (2004) apresenta, este Outro pode ser compreendido a partir de um ponto de vista psicanalítico de Lacan, cuja teoria tem o olhar como conceito que dimensiona a alteridade na expressão de atitudes não conscientes, como medo, desejos e ódio. No entanto, aqui nos distanciamos deste Outro não diferenciado e utilizamos aqui o termo no sentido simples que Burke sugere como “pessoas diferentes de nós”, daí seu emprego no plural (p. 153).

invisível dos tons volitivo-emocionais que o adornam e derivam da posição axiológica singular e ativa que ocupo nesse mundo”.

Fraga vive esta memória. No entanto, como aponta Nora, este contexto de tomada da memória pela história, que se processa devido à aceleração do tempo e a individualização, faz com que necessitemos de lugares de memória. Ou seja, de representações que forneçam a possibilidade de perceber a relação viva entre eu e o outro: o engajamento e o pertencimento. Com isto, o designer aventura-se na história. Ele circula por diversas localidades do Brasil de modo a buscar as referências tradicionais de produção da cultura. Técnicas artesanais como a renda, a cerâmica, o bordado são resgatados através de projetos em que o designer permanece em contato com as comunidades locais onde estas técnicas ainda determinam as relações de diversos “eus” e outros. Com isto, alia sua prática em design à prática historiográfica frente ao contexto da memória.

Tanto a prática do design quanto a historiográfica podem ser consideradas como atividades de criação em que o autor pessoa se difere do autor criador. A aventura de Ronaldo Fraga pela memória se caracteriza na vida do autor pessoa: as lembranças do eu e dos outros. No entanto, quando ele está envolvido nos projetos, documentando uma técnica e criando suas coleções, o autor criador assume seu papel. *“A atividade estética começa propriamente quando retornamos a nós mesmos e ao nosso lugar fora da pessoa que sofre, quando enformamos e damos acabamento ao material da compenetração [...]”* (BAKHTIN, 2010: 25).

Este acabamento se expressa pela forma que o objeto tanto de design quanto da história se constrói. Bakhtin deixa evidente a importância que a forma assume em seu pensamento estético porque nela é possível perceber os valores que estão em jogo na diferenciação do autor-pessoa e do autor-criador. Ou seja, nas atividades de criação, há sempre uma transposição de valores das relações entre a vida do eu e do outro para a forma dos objetos produzidos na qual estas relações estão representadas.

Esta transposição de valores pode ser compreendida a partir da abordagem que Howard Becker faz das representações sociais. Segundo o autor, *“para simplificar, uma representação da sociedade é algo que alguém nos conta sobre algum aspecto da vida social”* (2009: 18). No caso de Ronaldo Fraga, este aspecto da sociedade é a memória. Becker define que qualquer representação social deve ser compreendida como um produto organizacional.

Isto quer dizer que é necessário pensar em todas as instâncias que agem sobre a representação para que seja produzida. Em outras palavras, seria o mesmo que pensar nas perguntas: quem faz? Para quem faz? O que é selecionado para a produção? Como isto é traduzido e arranjado até chegar às pessoas a que se destinam? De que forma estas pessoas interpretam os produtos?

Em seu livro “Falando da sociedade” (2009), em capítulo específico, Becker se dedica a investigar o que chama de multivocalidade das representações, isto é, a maneira com que representações evidenciam o diálogo de vozes das quais são produtos. Segundo Ronaldo Fraga (2010), a exposição Rio São Francisco “*é um diálogo entre a [...] narrativa de moda e a rica cultura do rio que mais desperta afeto entre os brasileiros*”. Ou seja, embora a lembrança de infância do Rio de São Francisco seja particular ao designer, nela estão contidas diferentes vozes dos Outros que compreendem a memória social do rio. Ao falar da coleção que deu origem a exposição, ele diz que ela

“foi colorida com as cores barranqueiras, com os pontos e bordados característicos do universo às margens do rio, com as imagens das texturas das sacas de café e tábuas de madeira de lei que remendam os barcos e a alma ribeirinha...” (2010).

Todos estes aspectos formais dos produtos da coleção de Ronaldo Fraga são frutos de práticas das pessoas que formam a comunidade que vive a memória do rio. Estes outros entram em diálogo na construção deste lugar de memória que o design passa a representar. Suas práticas são apropriadas pelo designer. No entanto, estas características formais evidenciam o diálogo dos outros da memória?

Becker traz o conceito de dialógico a partir do pensamento de Mikhail Bakhtin para expor a relação de diferentes vozes na construção das representações. Esta noção do diálogo está, em Bakhtin, associado a outro conceito: a polifonia. Segundo Carlos Alberto Faraco, a polifonia é “*um princípio artístico que constrói um todo estético radicalmente democrático em que todas as vozes têm igual poder e valor e interagem em contraponto dialógico*” (2010: 5). No entanto, Faraco demonstra que o próprio Bakhtin deixou de usar este conceito e que adotou a heteroglossia, enquanto o resultado da multidão de vozes em diálogo, no entanto, sem a noção de equipolência e plenivalência que a polifonia sugere. Faraco delimita a mudança de conceitos de Bakhtin e pergunta: “*Teria [Bakhtin] se dado conta de que um*

mundo radicalmente democrático e dialógico, do qual estão ausentes relações de poder, de subordinação, de redução da alteridade era um exagero quimérico”? (2010: 5).

Embora possamos pensar a alteridade na constituição da memória e do design, não se pode ser utópico ao pensar que os mesmos valores presentes nas lembranças e memória estejam nos objetos de design. A passagem de referências de memória para os produtos estão relacionadas a uma mudança de valores que diferenciam aquele que lembra, daquele que produz. Assim, os Outros da memória tão bem expressos nas lembranças, podem ou não ganhar vozes nos objetos de design dependendo das instâncias desta produção. A narrativa de moda vai contemplar as noções da novidade e da individualidade, em um sistema que é regido pelo capitalismo. Os Outros só serão ouvidos através da história-memória do designer de moda.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail M. A forma espacial da personagem. *In.*: **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010, p. 21-90.

BAKHTIN, Mikhail M. O autor e a personagem. *In.*: **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010, p. 3-20.

BECKER, Howard. **Falando da sociedade: ensaios sobre as diferentes maneiras de representar o social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem**. Bauru: EDUSC, 2004.

FARACO, Carlos Alberto. Aspectos do pensamento estético de Bakhtin e seus pares. *In.*: **CÍRCULO – Rodas de Conversas Bakhtinianas**. São Carlos: 2010.

FRAGA, Ronaldo. **A Loja de Tecidos**. 2008. Disponível em: <<http://www.ronaldofraga.com.br/port/index.html>>. Acesso em: 27 mar. de 2011.

FRAGA, Ronaldo. Entrevista concedida ao Plaza na Moda. 13 out. 2008. Disponível em: <<http://www.plazacasaforte.com.br/blog/blog.php?ano=2008&mes=10>>. Acesso em: 27 mar. de 2011.

FRAGA, Ronaldo. Origem. **Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga**. Out. de 2010. Disponível em: <<http://saofranciscoronaldofraga.com.br/>>. Acesso em: 27 mar. de 2011.

GARCIA, Carol. Por uma Poética do lugar-comum. *In.*: QUEIROZ, João Rodolfo; BOTELHO, Reinaldo (Org.). **Ronaldo Fraga**. São Paulo: Cosac Naify, 2007, p. 69-86.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares: **Revista Projeto História**. São Paulo, nº10, p 7-28. dez. 1993.

PRECIOSA, Rosane; AVELLAR, Suzana. Considerações iniciais sobre Moda e Memória. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 4., 2008, Novo Hamburgo. **Anais do 4º Colóquio de Moda**. Novo Hamburgo: Feevale, 2008. 1 CD-ROM.

QUEIROZ, João Rodolfo; BOTELHO, Reinaldo (Org.). **Ronaldo Fraga**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SANT´ANNA, Mara Rúbia. SANTOS, Rochelle Cristina dos. Coleção de moda: a memória agenciada pela aparência. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 6., 2010, São Paulo. **Anais do 6º Colóquio de Moda**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2010. 1 CD-ROM.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

O designer gráfico de livros ilustrados e o ilustrador

Jorge Alberto Paiva da Costa

Universidade Anhembi Morumbi

jorgealberto@hotmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

O designer gráfico de livros ilustrados e o ilustrador.

Resumo: O presente artigo pretende apresentar questões pertinentes à separação entre as disciplinas do designer gráfico de livros e o ilustrador. Tendo em vista que, ao longo das décadas que marcaram o seu desenvolvimento e popularização, estiveram quase sempre interligadas e algumas vezes confundidas. Atualmente o designer gráfico está consolidado como disciplina, enquanto a ilustração ainda busca sua independência das artes e do design. Assim o artigo tem o objetivo de contribuir para a formação de estudo para consolidar a ilustração como disciplina independente, o que proporcionará ao designer gráfico uma melhor visão sobre a arte de ilustrar.

Abstract: This article aims to present relevant issues to the separation between the discipline of graphic designer and illustrator of books. Considering that the disciplines over the decades that marked the development and popularization were often intertwined and sometimes confused. Currently, the graphic designer is consolidated as a discipline, while the illustration is still seeking its independence of art and design. Thus the paper aims to contribute to the formation of study to consolidate the illustration as an independent discipline, which will provide the graphic designer a better insight into the art of illustration.

Palavra-chave: ilustração, design, linguagem visual.

Em alguns momentos, parece uma tarefa difícil delimitar fronteiras entre as disciplinas do designer gráfico de livros ilustrados e do ilustrador. Entretanto, é possível compreender alguns processos pertinentes ao caso percorrendo um caminho histórico. No livro *Impresso no Brasil 1808 ~1930 Destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*, de Rafael Cardoso nos aponta para as origens do design de livros no Brasil.

Cardoso descreve que o Brasil é um país de longa tradição no design de livros, defendendo que muito embora a imprensa tenha aportado no Brasil em 1808 juntamente com a família real e que países como a Alemanha tenham iniciado a produção de livros no século XV, o período que vai de 1840 e 1890 marca – tanto no Brasil quanto na Europa – a formação da indústria gráfica através da adoção gradativa dos novos sistemas de produção, distribuição

e consumo. Dentre as transformações apontadas por Cardoso estão a difusão plena do papel fabricado a partir da polpa de madeira; plena mecanização das prensas tipográficas (rotativas); fundição mecânica dos tipos metálicos, estereotipia e das máquinas de composição de texto (linotipos); litografia e da zincografia como técnicas de impressão de imagens; uso da eletrotipia e da fotografia para transferência de matrizes da mesma. (cf. Cardoso, 2009, 160). Assim Cardoso conclui que o Brasil-Império ingressou praticamente no mesmo momento que a Europa e os Estados Unidos no regime industrial de comunicação visual por meio de impressos ilustrados (cf. Cardoso, 2009, p.164). E “é notório que a litografia e a fotografia foram introduzidas no Brasil em virtual simultaneidade à sua disseminação no resto do mundo (Cardoso, 2009, p.164).

Muito embora, este regime industrial brasileiro de comunicação visual estivesse sendo implantado em simultaneidade ao resto do mundo, Cardoso descreve que a produção de livros brasileira por nascer com a impressão régia, sob influência da tradição européia, que primava pela qualidade do papel, tipos de impressão e encadernação fez do livro um produto caro, artesanal e inacessível a grande maioria. Assim, “Apesar dos esforços de editores como Paula Brito, entre outros, este cenário permaneceu essencialmente inalterado no Brasil até o final do século 19” (Cardoso, 2009, p.84).

No início do século XX, Cardoso nos mostra uma mudança no cenário editorial brasileiro, “o projeto gráfico de livros passou por nada menos do que uma revolução nas décadas de 1910 e 1920. As comportadas edições do século 19 foram desbancadas por uma enxurrada de livros ilustrados, com capas ousadas e miolos bem cuidados” (Cardoso, 2009, p.146). Cardoso descreve que afora alguns raros exemplos “as capas ilustradas, assim como as edições em brochura, só ganharam maior disseminação no século 20” (Cardoso, 2009, p.85). Ocasionalmente pelo “o rápido crescimento industrial, comercial e mercadológico que marcou a década de 1910, o meio editorial passou por grandes transformações (Cardoso, 2009, p.85).

Há um levantamento de Cardoso no que diz respeito a produção industrial dos livros. Segundo o autor, na primeira década de 1910 houve uma nítida modernização das práticas e produtos, condizentes com o que estava ocorrendo em outras áreas da produção gráfica, como jornais, revistas e efêmeros. Deste modo, “com atraso em relação aos impressos mais populares, os livros brasileiros portanto, passavam a ser projetados a partir de uma perspectiva industrial.” (Cardoso, 2009, p.85). Cardoso sugere que a linguagem dos livros nacionais

começa a se desenvolver neste período em que se inicia o século XX. Portanto, consideramos neste período o princípio formal das práticas projetuais e de produção industrial do livro.

J. Carlos é um dos adventos deste período. Julieta Sobral, no livro *O design Brasileiro antes do Design*, organizado por Rafael Cardoso, escreveu um artigo intitulado *J.Carlos Designer*. Em seu estudo Sobral visa demonstrar como J. Carlos, um profissional que trabalhou tanto como designer, como ilustrador de livros e revistas, costumeiramente é conhecido apenas como ilustrador:

J. Carlos foi, em sua época, o melhor exemplo de designer moderno, demonstrando uma capacidade de síntese e elegância impressionantes, mesmo para os parâmetros de hoje. Trabalho em estreita proximidade com as novas tecnologias gráficas e fotográficas, projetando revistas, livros, cartazes, montando exposições. Sua esfera de atuação – abrangendo caricaturas, charge, ilustrações, letras capitulares, adornos, vinhetas, logotipos, desenhos infantis e de publicidade – em nada difere daquele dos designers gráficos europeus contemporâneos, transcendendo, como estes, os limites do campo ao incluir a produção de cenários e figurinos para teatro, esquetes de humorismo gráfico e mesmo esculturas. (Sobral, 2009, p.128)

No mesmo livro organizado por Rafael Cardoso, Edna Lúcia Lima e Márcia Christina Ferreira, escreveram um artigo intitulado *Santa Rosa: Um designer a serviço da literatura*. Tomás Santa Rosa foi ilustrador e designer. Nascido em 1909, era nordestino, da Paraíba, e tinha 23 anos quando aportou no Rio de Janeiro. Sua ilustração possuía influência modernista, com formas geométricas e cores chapadas, e algumas vezes trabalhos em bico de pena que assemelhavam-se a xilogravura. Segundo Lima, logo que chegou ao Rio de Janeiro, Santa Rosa encontrou na ilustração um meio de sobrevivência, trabalhando entre 1933 e 1935 para as editoras Schmidt e Ariel (cf. Lima, 2005, p.208). Em 1935, foi contratado por José Olympio, importante editor da época:

Essa fase terminou quando, em 1935, o artista múltiplo foi contratado por José Olympio para trabalhar na “Casa” como produtor gráfico, ou seja, responsável pelo design dos livros, projetando as fontes, a mancha de texto e as capas. Trata-se de um trabalho que hoje definiríamos como o do designer gráfico, para além das tarefas de acompanhamento do produto na gráfica, que atualmente caracterizam a profissão de produtor gráfico. Está claro que começou aí para Santa Rosa uma etapa diferente, submetendo sua criação plástica, antes desinibida, a um planejamento editorial, levando em conta custos e padronização (Lima, 2005, p.209).

Este processo de padronização da linguagem gráfica foi feito, refeito e atualizado uma série de vezes nos anos em que Santa Rosa trabalhou na editora de Jose Olympio. “O trabalho

desenvolvido por Santa Rosa ao longo de sua carreira foi de fundamental importância para a renovação estética do livro nacional” (Lima, 2005, p.209).

No livro *O design gráfico brasileiro dos anos 60* de Chico Homem de Mello, nos apresenta Ziraldo, profissional mais recente da área gráfica, porém, com perfil semelhante à Santa Rosa e J. Carlos. Segundo o autor, Ziraldo teve importante atuação como designer, mas, costumeiramente é conhecido apenas como ilustrador ou cartunista. O autor relata que “Ziraldo é raro exemplo de uma celebridade surgido das artes gráficas; mas, nem por isto, costuma receber reconhecimento como designer. (Homem de Mello, 2006, p.202). Rafael Cardoso, em seu livro *Uma introdução à história do design*, nos aponta J.L Benicio, como um exemplo de uma tendência de proximidade entre a ilustração e o design na segunda metade do século XX:

[...] faz-se necessário citar o nome de J.L Benicio, o qual ganhou notoriedade com seus inconfundíveis cartazes de cinema, especialmente aqueles produzidos para as chamadas “pornô chanchadas” da década de 1970. No total, foram mais de 300 cartazes e cerca de 1500 capas de livros de bolso, além de quadrinhos e desenhos para publicidade e arquitetura, o que talvez valha para Benicio o título irônico de “não-designer” mais produtivo da história do design brasileiro. (Cardoso, 2008, p.202)

Os exemplos de J.Carlos, Santa Rosa, Ziraldo e J.L Benicio, mostram profissionais que se destacaram conciliando o trabalho de produção das imagens ilustrativas e da concepção do projeto gráfico de livros. Assim a prática do designer gráfico livros e do ilustrador parecem ter se desenvolvido como um pensamento amalgamado até meados do século XX no Brasil. Esta característica de pensar ilustração e projeto gráfico juntos, poderia ser relacionada às necessidades do design de livros, que se aplicam tanto à necessidades dos meios de impressão, como também, necessidade de articular a linguagem visual e verbal nos livros. No livro *Era uma vez uma capa* de Alan Powers, vemos a confirmação destas necessidades :

Na Rússia pós-revolucionária, muitos artistas passaram a desenhar livros para crianças litografados admirados no Ocidente e acabaram influenciando a série “Père Castor”, publicada em Paris pela Flammarion. A maior parte desses livros abordava a vida cotidiana, a natureza e a ciência. Para simplificar o processo de impressão litográfica, o artista deveria criar seus próprios tipos – os da capa e muitas vezes também o do miolo. Isso ajudava a dar à obra uma qualidade íntima e informal, e assim o texto se tornava mais integrado ao projeto da capa (Powers, 2008, p.48).

Vemos então, que um único profissional trabalhar na ilustração e em toda composição gráfica das páginas do livro é uma característica que parece comum não apenas ao Brasil, mas, também em outros países do resto do mundo. É Importante, aqui, explicitar que muita coisa mudou nas últimas décadas no que diz respeito ao ensino e formação dos profissionais da área

gráfica. Em 1953, surge a herdeira direta da Bauhaus, a escola de Ulm, também alemã, e que tinha objetivos de retomar preocupações da sua antecessora. Porém, pretendeu fazê-lo de modo independente. Em 1963, o modelo da escola de Ulm é transplantado para a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), primeira escola de design do Brasil, fundada no Rio de Janeiro (cf. Cardoso 181). Já nas últimas décadas, houve a popularização dos cursos de design no país, enquanto, ainda hoje no Brasil, o ilustrador em formação dificilmente encontra cursos específicos no puramente de ilustração, ou mesmo, uma curso de graduação em ilustração. Podemos acompanhar que não é um desfalque nacional, pois o americano Lawrence Zeegen em seu livro *Fundamentos da Ilustração*, relata que nos Estados Unidos, pouquíssimas instituições oferecem cursos de ilustração e que em muitos países europeus, a ilustração não é reconhecida como disciplina. Nestas condições constantemente os ilustradores em formação recorrem as oficinas e ateliês disponíveis nos cursos de design gráfico, assim a ilustração muitas vezes em seu desenvolvimento permaneceu como uma derivação do curso de design gráfico (cf. Zeegen, 2009, p.66).

O autor comenta que por “mais poderosa que a ilustração seja como forma de comunicação, sem o design gráfico, ela teria que lutar para continuar existindo” (Zeegen, 2009, p.97). O argumento é um fato, porém, nos livros ilustrados infantis e juvenis, a ilustração pode ter igual ou maior importância que o texto, e as relações entre texto e imagem, também são imprescindíveis para a qualidade do projeto gráfico. Deste modo, podemos avaliar que a necessidade de pensar ilustração e projeto gráfico juntos é necessário. Porém, a separação de ilustração e design gráfico como disciplinas derivam da necessidade de aprofundar e sistematizar áreas estanques do conhecimento para aprofundamento de seu estudo. Cabe, neste momento, aprimorar o conhecimento no que diz respeito ao papel das disciplinas do ilustrador e do designer gráfico de livros.

A palavra ilustração deriva do latim “*Illustrare*”, que significa iluminar uma idéia ou um texto, ornar ou elucidar um texto por meio de estampa, figura, gravuras, desenhos etc. Estas são algumas das noções que o dicionário Houaiss nos oferece sobre a ilustração. Donis A. Dondis, no seu livro *Sintaxe da Linguagem Visual* nos oferece a seguinte definição sobre a arte de ilustrar:

Trata-se, basicamente, de levar uma informação visual a um determinado público, informação que em geral significa a expansão de uma mensagem verbal. Assim, a variedade de ilustrações abrange desde desenhos detalhados de máquinas desenvolvidos para explicar seu funcionamento até desenhos expressivos feitos por artistas talentosos e consumados, que acompanham um romance ou um poema (Dondis, 2007, p.205).

No nosso caso, as ilustrações inseridas em livros ilustrados transmitem uma narrativa e este gênero da ilustração foi definido como ilustração narrativa pelo ilustrador e acadêmico Rui de Oliveira, em seu livro *Pelos jardins de Boboli*. Segundo o autor “A ilustração narrativa esta sempre associada a um texto” (Oliveira, 2008, p.44). E “o que fundamentalmente caracteriza esse gênero são o narrar e o descrever histórias através de imagens, o que não significa em hipótese alguma uma tradução visual do texto. A ilustração começa no ponto em que o alcance literário do texto termina, e vice-versa” (Oliveira, 2008, p.44). No caso do design, Gisela Belluzzo, nos propõe a seguinte definição:

Por design entendemos uma atividade ou produto que tem como ponto de partida o projeto e como ponto final o receptor ou usuário, passando pelo processo de criação, produção e reprodução, que envolve materiais, técnicas e tecnologias diversas, e escolhas estéticas. (Belluzzo, 2009, p.68)

Como Belluzzo aponta, o design é uma atividade que apresenta várias possibilidades de materialização e, portanto, faz-se necessário reforçar que estamos tratando do design gráfico de livros. Belluzzo complementa que “design é uma atividade que tem como uma de suas características a transdisciplinaridade, isto é, o trânsito necessário entre disciplinas diversas.” (Belluzzo, 2009, p.67). É neste sentido de coordenar as disciplinas que o designer de livros cria a diagramação que reúne de forma inteligível, a informação textual e visual. Belluzzo aponta que “uma particularidade comum entre arte e o design é a linguagem visual” (Belluzzo, 2009, p.67):

Por linguagem visual, entende-se uma construção complexa e autônoma, capaz de emitir mensagens, pensamentos e visões de mundo a partir da composição de seus elementos plásticos constituintes. Consideramos que as construções visuais da arte e do design podem tanto refletir como gerar pensamentos e conhecimento e que estão fortemente ligadas à época em que são criadas. São elemento da linguagem visual as cores, as formas, as linhas, as texturas, a tipografia, a criação e a representação de figuras, os estudos de composição e a pesquisa de materiais (Gisela, 2009, p.67).

Fundamentalmente, a linguagem visual é um eixo comum entre o ilustrador e o designer gráfico. Ambos profissionais trabalham com intuito de comunicar uma mensagem através de imagens. Porém, enquanto o ilustrador preocupa-se com as características específicas do projeto gráfico para desenvolver a ilustração, o designer preocupa-se em desenvolver o projeto gráfico, que viabiliza a comunicação de maneira sensível e inteligível, bem como viabiliza a execução industrial do projeto.

O ilustrador durante a execução do seu trabalho, recorre à conhecimentos singulares à pintura, além de seu conhecimento sobre linguagem visual. Porém, o ilustrador também deve estar atento às requisições do projeto gráfico, como unidade e escolha de uma linha visual, a

relação da ilustração com o texto e os limites de espaços possíveis de serem ocupados na página, que também influenciarão na futura diagramação do projeto. O ilustrador deve se preocupar sobretudo com os métodos de impressão, se há limites de cor no projeto gráfico, ou mesmo, que tipo de linguagem será adequada. O ilustrador tem, neste processo, sua natureza interdisciplinar, o que fundamentalmente, também diferencia a ilustração de outras disciplinas. A interdisciplinaridade foi descrita por Gustavo Amarantes Bomfim como “axioma comum a um grupo de disciplinas conexas, definida em nível hierárquico imediatamente superior, introduzindo uma visão de finalidade” (Bomfim, 2002, p.14).

Definida algumas diferenças entre ilustração e o design, e levando em consideração a diferença no pensamento teórico e prático entre as disciplinas, podemos nos enveredar por uma linha de pensamento que possa ser justa na separação entre as disciplinas. Esta linha de pensamento pode ser configurado através da autora Lúcia Santaella que alicerçada por Décio Pignatari, compara a poesia ao design: "Por aí se vê por que o poeta é um configurador de mensagens, um designer da linguagem, no dizer que Jakobson e a poesia um diagrama de sentidos e ressonâncias que acabam por se assemelhar àquilo que conotam" (Santaella, 2009, p.302). Deste ponto de vista, uma vez que ilustrar é comunicar uma mensagem através de imagens, poderíamos comparar o ilustrador ao poeta como alguém que configura a mensagem de uma imagem. Parece, assim, justo separar as diferenças entre as profissões do designer e do ilustrador por meio da forma como é pensada ou articulada a linguagem visual em cada profissão. Assim o ilustrador é o articulador da linguagem da mensagem da ilustração, e o designer articulador das linguagens visuais e verbais do livro, assim ambos formam um processo que caminha indissociável na concepção do livro.

Bibliografia

- BELLUZZO, Gisela (2009). “Arte, design e linguagem visual”, in Mônica Moura (orgs.), *Faces do design 2*. São Paulo: Edições Rosari.
- BOMFIM, Gustavo Amarante. *Teoria e Crítica do Design*. Texto apresentado no Seminário de Estudos e Pesquisas em Design organizado pela área de Design da Universidade Anhembi Morumbi, SP, 24/08/2002.
- CARDOSO, Rafael (2005). *O design brasileiro antes do design*. São Paulo: Cosac Naify.
- CARDOSO, Rafael (2008). *Uma introdução à história do design*. 3. ed. São Paulo: Blucher.
- CARDOSO, Rafael (2009). *Impresso no Brasil 1808-1930*. Rio de Janeiro: Verso Brasil.
- DONDIS, Donis A. (2007). *Sintaxe da Linguagem Visual*. 3. Ed. São Paulo: Martins Fontes.
- HOMEM DE MELO, Chico (2006). *O design gráfico Brasileiro Anos 60*. São Paulo: Cosac Naify.
- OLIVEIRA, Rui (2008). *Pelos Jardins de Boboli*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- POWERS, Alan (2008). *Era uma vez uma capa*. São Paulo: Cosac Naify.
- SOBRAL, Julieta Costa (2005). “J. Carlos Designer”, in Rafael Cardoso (orgs.), *O design brasileiro antes do design*. São Paulo: Cosac Naify.
- LIMA, Edna Lúcia Cunha; FERREIRA, Márcia Christina (2005), “Santa Rosa: Um designer a serviço da literatura”, in Rafael Cardoso (orgs.), *O design brasileiro antes do design*. São Paulo: Cosac Naify.
- SANTAELLA, Lúcia (2009). *Matrizes da linguagem e pensamento*. São Paulo: Iluminuras.
- ZEEGEN, Lawrence;Crush (2009). *Fundamentos de Ilustração*. Porto Alegre: Bookman.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Foucault e Benjamin – um encontro de materialismos

Júlia Ripoll Eizirik

IBMR

juliaeizirik@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Título: “Foucault e Benjamin – um encontro de materialismos”

Autora: Julia Ripoll Eizirik

Resumo

O objetivo deste artigo é aproximar a arqueologia de Foucault do materialismo de Walter Benjamin. Entretanto, não buscamos uma comparação entre os autores, mas sim uma reflexão sobre o método de investigação próprio a uma filosofia materialista, que não se prende a conceitos abstratos e nem a simplificações empiristas.

Palavras-chave

Arqueologia, Materialismo, solo epistemológico, ideia.

Abstract

The objective of this article is to approximate Foucault’s archeology to Walter Benjamin’s materialism. However, we don’t search for a comparison between the authors, but for a reflection about the method of investigation proper from a materialist philosophy. This method is not fixed to abstract’s concepts neither to empiric’s simplifications.

O texto de apresentação do IX Simpósio do Laboratório da Representação Sensível remete à obra de Foucault e propõe, como tema para debate, “as relações entre palavras e coisas a partir do estudo do objeto em sua atuação como produtor de sentido”. É partindo dessa proposta que começaremos o presente texto.

Inicialmente, pode parecer que, em sua obra “As palavras e as coisas”, Foucault estabeleça uma espécie de história das relações entre palavras e coisas. Entretanto, seu objetivo não é situar cronologicamente uma série de acontecimentos para assim constituir uma linha no tempo. A pesquisa sobre as relações entre palavras e coisas conduz Foucault à descoberta de algo que ele chama de “solo epistemológico”.

Além disso, para sermos exatos, o ponto de partida de Foucault não é nenhuma relação entre palavras e coisas, mas sim o riso – o riso nele despertado pela leitura de um texto de Borges. Como veremos, esse dado será fundamental para a discussão da segunda parte do tema proposto, que é a questão do objeto. Ela será tratada aqui como uma pergunta: a pergunta pelo estatuto epistemológico dos objetos da arqueologia.

Mas, por ora, retomemos o texto de Borges. O riso de Foucault é causado pela famosa citação de “uma certa enciclopédia chinesa”, que divide os animais da seguinte forma: “a) pertencentes ao imperador, b) embalsamados, c) domesticados, d) leitões, e) sereias, f) fabulosos, g) cães em liberdade, h) incluídos na presente classificação, i) que se agitam como loucos, j) inumeráveis, k) desenhados com um pincel muito fino de pêlo de camelo, l) et cetera, m) que acabam de quebrar a bilha, n) que de longe parecem moscas”¹.

Segundo Foucault, rimos diante da “impossibilidade patente de pensar isso”. Mas “que coisa, pois, é impossível pensar, e de que impossibilidade se trata?”², pergunta ele. Mais adiante, responde que o impossível não é a vizinhança daqueles seres, mas sim o lugar mesmo onde eles poderiam avizinhar-se.

Assim, o que nos é furtivamente subtraído é o espaço comum onde os seres poderiam se encontrar. Em poucas palavras, é o próprio chão que a classificação chinesa faz misteriosamente submergir. Deste modo, desaparece não apenas o critério capaz de agrupar aqueles seres, mas, antes, a própria possibilidade de existência de qualquer critério.

Foucault nos remete a certos afásicos que, ao se verem diante de algumas meadas de lã colorida, espalhadas sobre uma mesa, desesperam-se por não conseguirem classificá-las. Entretanto, sua dificuldade não é estabelecer um critério para agrupá-las - tal como a cor ou o tamanho, por exemplo. O que eles não conseguem é perceber a mesa como espaço homogêneo e neutro a partir do qual algum critério de classificação possa ser formado.

Foucault pretende investigar, portanto, “em que ‘tábua’, segundo qual espaço de identidades, de similitudes, de analogias, adquirimos o hábito de distribuir tantas coisas diferentes e parecidas”³. É, então, do solo positivo a partir do qual os critérios de uma cultura podem surgir que trataremos aqui.

“Os códigos fundamentais de uma cultura – aqueles que regem sua linguagem, seus esquemas perceptivos, suas trocas, suas técnicas, seus valores, a hierarquia de suas práticas – fixam, logo de entrada, para cada homem, as ordens empíricas com as quais terá de lidar e nas quais se há de encontrar. Na outra extremidade do pensamento, teorias científicas ou interpretações de filósofos explicam por que há em geral uma ordem, a que lei geral obedece, que princípio pode justificá-la, por que razão é esta ordem estabelecida e não outra. Mas, entre essas duas regiões tão distantes, reina um domínio que, apesar de ter sobretudo um papel

¹ Foucault, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 2002, p. IX.

² Idem, p. IX.

³ Idem, p. XV.

intermediário, não é menos fundamental: é mais confuso, mais obscuro e, sem dúvida, menos fácil de analisar”⁴.

O solo positivo é, portanto, a região intermediária entre as ordens empíricas, com que cada homem de uma cultura terá que lidar, e as teorias científicas ou as interpretações dos filósofos. Essa região fundamental, porém confusa e obscura, Foucault denomina de campo epistemológico, ou *epistémê*. E a sua análise, mais do que uma história no sentido tradicional da palavra, constitui uma “arqueologia”.

O trabalho arqueológico que Foucault realiza em “As palavras e as coisas” mostra duas grandes discontinuidades na *epistémê* da cultura ocidental. A primeira se dá em meados do século XVII, ou seja, entre o fim do Renascimento e o início da idade clássica. E a segunda ocorre no início do século XIX, demarcando assim a nossa modernidade.

A pergunta que gostaríamos de levantar aqui é: como Foucault descobre essas rupturas? Como pode determiná-las, já que elas não pertencem nem à ordem empírica e nem à esfera do conhecimento? Em outras palavras, como trabalha a arqueologia?

Sabemos que não se trata aqui de metafísica. A noção de *epistémê* não é o resultado de uma série de raciocínios abstratos, e não está restrita ao domínio da especulação e do pensamento.

Por outro lado, a grande quantidade de documentos minuciosamente analisados por Foucault poderia sugerir a ideia de que são eles, então, o ponto de partida para as suas descobertas. Entretanto, essa explicação também não se sustenta. Pois o próprio Foucault afirma que a análise daqueles documentos costuma gerar a impressão de que houve um movimento quase ininterrupto da razão europeia, desde o Renascimento até os nossos dias. Ou seja, não há nada neles que aponte imediatamente para as rupturas do solo epistemológico. Deste modo, a pergunta pela forma como trabalha a arqueologia permanece em suspenso.

Podemos, então, supor que ela seja um método bastante especial, e que não se restrinja a um ponto de partida pré-determinado. Ou ainda: talvez a arqueologia tenha muitos pontos de partida – diferentes entre si e imprevisíveis.

Para dar continuidade a esta hipótese, gostaríamos de fazer uma aproximação entre o método arqueológico de Foucault e o método materialista de Walter Benjamin.

Em um fragmento de sua obra “Rua de mão única”, Benjamin faz o retrato do que ele chama de uma criança desordeira. Se analisarmos a experiência dessa criança, perceberemos que ela pode ser muito próxima do movimento da arqueologia.

⁴ Idem, p. XVI.

“CRIANÇA DESORDEIRA. Cada pedra que encontra, cada flor colhida e cada borboleta capturada já é para ela o princípio de uma coleção, e tudo o que possui, em geral, constitui para ela uma coleção única. Nela essa paixão mostra sua verdadeira face, o rigoroso olhar índio, que, nos pesquisadores, bibliômanos, antiquários só continua ainda a arder turvado e maníaco. Mal entra na vida, ela é caçador. Caça os espíritos cujo rastro fareja nas coisas; entre espíritos e coisas gasta anos, nos quais seu campo de visão permanece livre de seres humanos. Para ela tudo se passa como em sonhos: ela não conhece nada de permanente; tudo lhe acontece, pensa ela, vai-lhe de encontro, atropela-a. Seus anos de nômade são horas na floresta do sonho. De lá, arrasta sua presa para a casa, para limpá-la, fixá-la, desenfeitiçá-la. Suas gavetas têm de tornar-se casa de armas e zoológico, museu criminal e cripta. ‘Arrumar’ significaria aniquilar uma construção cheia de castanhas espinhosas que são armas medievais, papéis de estanho que são um tesouro de prata, cubos de madeira que são ataúdes, cactos que são tótems e tostões de cobre que são escudos. No armário de ‘roupas de casa’ da mãe, na biblioteca do pai, ali a criança já ajuda há muito tempo, quando no próprio distrito ainda é sempre o anfitrião inconstante, aguerrido.”⁵

Muitas ideias da filosofia benjaminiana estão presentes nesse fragmento. Entretanto, ressaltaremos aqui apenas aquelas que contribuirão mais diretamente para o nosso tema.

Inicialmente, notamos que, tal como talvez suceda com a arqueologia, a coleção da criança possui muitos pontos de partida, pois “cada pedra que encontra, cada flor colhida e cada borboleta capturada já é para ela o princípio de uma coleção”. No entanto, o que é mais curioso, é que todos esses objetos fazem parte de uma *única coleção*. Mas como? Uma flor, uma pedrinha e uma borboleta formam uma coleção de quê? Aqui, estamos diante de uma situação que se assemelha àquela da enciclopédia chinesa.

Por sua diversidade, os objetos colecionados pela criança não podem ser agrupados sob um único gênero de coisas ou conceito. Além disso, mesmo que se conseguisse fixar um gênero para os objetos já colecionados, ele estaria sempre ameaçado pela surpresa de cada nova aquisição feita pela criança. Então, também aqui, é própria possibilidade de estabelecer um gênero que se acha minada de antemão.

Isso se dá porque, segundo Benjamin, a criança quando brinca está encerrada no mundo da matéria. Com seu faro de caçador, ela percebe um tesouro de prata em papéis de estanho e armas medievais em um punhado de castanhas espinhosas. Nessa situação, os

⁵ Benjamin, Walter. “Rua de Mão Única”. In: Obras Escolhidas vol. II. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 39.

limites que os conceitos impõem às coisas se acham suspensos e algo de novo e insuspeito pode vir à frente.

A explosão dos conceitos é uma etapa fundamental do trabalho do investigador materialista. Pois são eles que regem o mundo empírico. Os conceitos coagem as coisas a existirem confinadas dentro dos limites por eles estabelecidos, e as coisas subordinam-se aos conceitos, de modo a nunca alterarem essa existência monotonamente espelhada.

Quebrado o pacto, coisas e conceitos se fragmentam ao infinito, e uma multiplicidade de elementos materiais pode vir à tona. Para sobreviverem, esses elementos não podem subordinar-se novamente a conceitos. A forma capaz de salvá-los é a Ideia.

Em um texto que ficou conhecido como “Prefácio de crítica do conhecimento”, Benjamin parte de uma leitura bastante singular da ideia platônica, para construir sua própria concepção do que sejam as ideias. Segundo ele: “as ideias se relacionam com as coisas como as constelações com as estrelas. O que quer dizer, antes de mais nada, que as ideias não são nem os conceitos dessas coisas, nem as suas leis. Elas não servem para o conhecimento dos fenômenos, e estes não podem, de nenhum modo, servir como critérios para a existência das ideias”⁶.

Vale notar aqui uma primeira, embora ainda vaga, conexão entre as ideias, tal como concebidas por Benjamin, e o solo arqueológico de Foucault. As ideias não são conceitos, mas também não são fenômenos. O solo epistemológico, por sua vez, não pertence à ordem dos conhecimentos e tampouco à ordem empírica. Tanto as ideias quanto o solo arqueológico dizem respeito a uma região mais fundamental da experiência humana.

Dissemos que as ideias são a forma pela qual os elementos materiais podem vir à tona. Mas como se rompe o pacto entre coisas e conceitos? E como são libertados os elementos materiais? Em suma: como são dadas as ideias?

Para respondermos a essas perguntas será preciso acompanhar novamente uma criança, quando ela põe em ação o seu faro de caçador. Para Benjamin, isso se dá com intensidade maior em um momento de perigo. Pois os sentidos da criança ficam aguçados, e ela mergulha ainda mais fundo no mundo da matéria. É o que acontece quando brinca de esconder. Investiguemos então outro fragmento de “Rua de mão única”, intitulado “Criança escondida”:

“Ela já conhece na casa todos os esconderijos e retorna para dentro deles como quem volta para uma casa onde se está seguro de encontrar tudo como antigamente. Bate-lhe o

⁶ Benjamin, Walter. *A Origem do Drama Barroco Alemão*. São Paulo: Brasiliense, 1984, p. 56-57.

coração, ela segura a respiração. Aqui ela está encerrada no mundo da matéria. Ele se torna descomunalmente claro para ela, chega-lhe perto sem fala. Assim somente alguém que é enforcado toma consciência do que são corda e madeira. A criança que está atrás da cortina torna-se ela mesma algo ondulante e branco, um fantasma. A mesa de refeições sob a qual se acocorou a faz tornar-se ídolo de madeira do templo onde as pernas entalhadas são as quatro colunas. E atrás de uma porta ela própria é porta, está revestida dela como de pesada máscara e, como mago-sacerdote, enfeitiçará todos os que entrarem sem pressentir nada. A nenhum preço ela pode ser achada. Quando faz caretas, dizem-lhe que basta o relógio bater e ela terá de permanecer assim. O que há de verdadeiro nisso ela sabe no esconderijo. Quem a descobre pode fazê-la enrijecer como ídolo debaixo da mesa, entretecê-la para sempre como fantasma no pano da cortina, encantá-la pela vida inteira dentro da porta. Por isso, ela expulsa com um grito alto o demônio que a transformaria assim, quando a encontra aquele que a procurava – aliás, nem espera esse momento, antecipa-o com um grito de auto-libertação. Por isso ela não se cansa do combate com o demônio. A casa, para isso, é o arsenal das máscaras. Contudo, uma vez por ano, em lugares secretos, em suas órbitas oculares vazias, em sua boca rígida, há presentes. A experiência mágica torna-se ciência. A criança, como seu engenheiro, desenfeitiça a sombria casa paterna e procura ovos de Páscoa.”⁷

Vemos nesse texto que, diante do risco de ser encontrada, a criança prende a respiração e seu coração bate mais rápido. Escondida atrás da cortina, ainda sustenta a tensão por alguns instantes, mas, na iminência do perigo, involuntariamente torna-se ela mesma algo ondulante e branco, um fantasma. Mas se está debaixo da mesa, seu corpo irresistivelmente assume a forma esculpida de um ídolo de madeira. E atrás de uma porta, antes que possa escolher, ela própria é porta, está revestida dela como de pesada máscara.

Assim, dois novos aspectos entraram em jogo. Primeiro, a criança agora experimenta a materialidade em seu próprio corpo. Além disso, esse processo é totalmente involuntário – tal qual um coração que se acelera. Ou, tal qual uma risada. Com isso, nos reaproximamos de Foucault e daquilo que despertou nele seu faro de arqueólogo. Trata-se do riso diante da enciclopédia chinesa citada por Borges. Pois, evidentemente, Foucault não escolheu rir, simplesmente riu. Ou melhor, o riso involuntariamente tomou o seu corpo.

Com isso, gostaríamos de indicar que o mundo da matéria com que se ocupa a criança, assim como o solo arqueológico de Foucault, possui entradas bastante sutis e bastante imprevisíveis. Numa palavra: entradas involuntárias.

⁷ Benjamin, Walter. “Rua de Mão Única”. In: Obras Escolhidas vol. II. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 39.

Benjamin deixa isso claro no “Prefácio de crítica do conhecimento”, quando afirma que a verdade, no sentido de verdade material, é a morte da intenção.

“A verdade não entra nunca em nenhuma relação, e muito menos em uma relação intencional. O objeto do conhecimento, enquanto determinado pela intencionalidade do conceito, não é a verdade. A verdade é uma essência não intencional, formada por ideias. O procedimento próprio à verdade não é portanto uma intenção voltada para o conhecimento, mas uma absorção total nela, e uma dissolução. A verdade é a morte da intenção”⁸.

Podemos agora tentar responder a pergunta sobre de que modo as ideias são dadas. Enquanto forma material da verdade, as ideias irrompem na falha de uma intenção. É bem possível que Foucault, ao abrir o livro de Borges, tivesse como intenção o prazer da leitura. Mas eis que ela falha, e eis que Foucault é tomado por um riso, não exatamente de prazer, como ele próprio conta: “Esse texto de Borges fez-me rir durante muito tempo, não sem um mal-estar evidente e difícil de vencer. Talvez porque no seu rastro nascia a suspeita de que há desordem maior do que aquela do incongruente e da aproximação do que não convém; seria a desordem que faz cintilar os fragmentos de um grande número de ordens possíveis na dimensão, sem lei nem geometria, do *heteróclito* (...)”⁹.

O percurso que aqui desenvolvemos está chegando ao fim, é preciso concluir. Acompanhamos um pouco do trabalho da arqueologia e, no entanto, é impossível deixar-lhe qualquer prescrição, já que ela paradoxalmente persegue o que é involuntário.

Assim sendo, o que nos resta?

Resta-nos a labuta diária com as palavras e as coisas, e a luta incansável contra o poder dos conceitos. Pois é precisamente aí que, vez por outra, se abre uma brecha para o mundo das Ideias, desordem na qual cintilam os fragmentos de todas as ordens.

⁸ Benjamin, Walter. *A Origem do Drama Barroco Alemão*. São Paulo: Brasiliense, 1984, p. 58.

⁹ Foucault, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 2002, p. XII.

Bibliografia

BENJAMIN, Walter. *A origem do drama barroco alemão*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

_____. “Rua de mão única”. In: *Obras escolhidas*. Vol. II. Trad. Rubens R. Torres Filho e José C. Martins Barbosa. São Paulo: Editora Brasiliense, 1997.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. Trad. Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Considerações sobre a técnica sustentável

Julia Teles da Silva

PUC-Rio

julia.teles@yahoo.com.br

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Considerações sobre a técnica sustentável

Julia Teles da Silva

Aluna do doutorado em design da PUC-Rio

Resumo

O artigo apresenta uma reflexão sobre a ideia de técnica sustentável, investigando seu significado e implicações. É apresentado o conceito de técnica de Ortega y Gasset e é feita uma relação entre este conceito e a noção psicanalítica de pulsão. A partir destes conceitos, a ideia de técnica sustentável é questionada.

Palavras-chave: técnica; sustentabilidade; pulsão

Abstract: The article focuses on the the idea of a sustainable technique, investigating its meaning and implications. It discusses Ortega y Gasset's concept of technique and this concept is related to the psychoanalytic notion of drive. From these concepts, the idea of sustainable technique is questioned.

Este artigo propõe uma reflexão sobre a técnica sustentável, investigando o significado deste conceito e buscando entender algumas de suas implicações.

O termo sustentável é definido, de uma maneira ampla, como aquilo que pode ser mantido ao longo do tempo. Neste trabalho, falamos em autossustentabilidade como a capacidade de um sistema se manter ao longo do tempo, em um espaço limitado, sem precisar de recursos vindos de fora. Estes conceitos são, naturalmente, relativos, já que sabemos que, de qualquer forma, a terra não durará para sempre e que a própria luz solar é um recurso vindo de fora.

Mas há algumas condições básicas para que uma sociedade possa reproduzir-se ao longo dos séculos. É importante que a sociedade não utilize recursos que são essenciais para o seu funcionamento de forma desmedida. Deve haver uma progressiva redução no uso dos recursos não-renováveis, dos quais a sociedade depende, de forma que, à medida que o

recurso se esgote, a sociedade deixe de precisar dele. Os recursos renováveis utilizados não podem ser consumidos em um ritmo mais acelerado do que seu ritmo de reposição natural. E as substâncias emitidas pelas atividades humanas devem se ater a uma quantidade que a biosfera possa reabsorver sem problemas (HEINBERG, 2007).

E, neste artigo, entenderemos a técnica de acordo com o pensamento de Ortega y Gasset (1939). Segundo Ortega y Gasset, no livro *Meditação sobre a técnica* (1939), a compreensão imediata que se tem acerca da técnica é que seu objetivo consiste em satisfazer as necessidades humanas. O homem sempre buscou satisfazer suas necessidades básicas – alimentar-se, aquecer-se, abrigar-se... – sendo a necessidade primordial a vontade de viver. E o homem, diferentemente dos outros animais, tem a capacidade de modificar a natureza para satisfazer suas necessidades. A técnica seria a transformação que o homem faz na natureza para que a satisfação das necessidades básicas deixe de ser um problema.

No entanto, sabemos que a técnica criada pelo homem não se limita a satisfazer as necessidades básicas; desde o princípio, ela também se desenvolveu para coisas supérfluas. Pois o homem é o ser para o qual não basta o básico – o supérfluo também é necessário. Tão antigo quanto o fazer fogo para se aquecer é o ato de embriagar-se (*Ibid*). O homem não se contenta com a satisfação de suas necessidades – não lhe basta viver – é preciso alcançar estados de prazer, é preciso o bem-estar, proporcionado pelo supérfluo. O homem que tem certeza de que se limitará a viver sem bem-estar, pode vir a se suicidar (*Ibid*).

O viver, no sentido biológico é uma noção unívoca, definida. Já a noção de bem-viver ou bem-estar, é equívoca – é uma noção variável, que se modifica ao longo do tempo e é diferente para cada sociedade. Buscando adaptar-se às ideias de bem-estar, a técnica está em constante transformação. Mas o que a técnica de fato possibilita é poupar esforço e tempo com as tarefas que se impõem primariamente ao homem. Facilitando a satisfação das necessidades básicas, a técnica possibilita a ele vivenciar seu lado não-natureza, realizar seu programa de existência, sua pretensão de ser, que poderá lhe trazer o bem-estar almejado. Pois o homem se caracteriza por esta capacidade de construir projetos de vida, sendo esta a principal característica que o diferencia dos animais.

Para Gasset (*Ibid*), diferentemente dos animais, o homem não coincide plenamente com a natureza. Uma metade é natureza e vive – a outra metade transcende a natureza e, para ela, não basta viver, é preciso o bem-estar. A metade não-natureza é a que consideramos nosso verdadeiro ser, nossa personalidade, mas é algo não realizado, é um projeto, algo que quer ser.

Nossa vida é o afã de realizar determinado programa de existência – o homem é uma pretensão de ser. Enquanto os outros animais já nascem sendo, o homem tem que se auto-fabricar, tem que se esforçar para que exista o que ainda não existe.

A técnica nasce daquilo que um povo ou pessoa deseja ser. Trata-se de um desejo original pré-técnico, que está na base de toda invenção – primeiro, o homem deve saber o que quer se tornar. Em nome desse desejo, é desenvolvida a técnica. Assim, a origem da técnica reside no desejo humano de construir um projeto de vida que lhe trará o bem-estar.

É essencial, então, a distinção que Gasset faz entre o viver, de ordem biológica – e o bem-estar, algo essencialmente humano, em nome do qual será criada a técnica.

Na modernidade, ocorre uma potencialização da técnica. A fim de entender este fato, Gasset (*Ibid*) faz uma breve retrospectiva da técnica em nossa sociedade – uma história da técnica, que não será baseada no aparecimento de inventos.

Afinal, um invento só é potencializado se as condições históricas o permitirem. A história da técnica pode ser dividida em três fases, que dizem respeito à maneira como o homem a concebe.

A primeira fase é a técnica do acaso, do homem primitivo, que tem pouca consciência de sua técnica e não tem noção de que ela se distingue de suas outras atividades.

A segunda fase é a técnica como artesanato. As sociedades que vivem desta técnica ainda estão muito ligadas à natureza, mas contam com a figura do artesão, que é um especialista em determinada técnica. Não se tem a ideia do invento, mas da tradição, passada de mestre para aprendiz.

Na terceira fase, a moderna, designada como a técnica do técnico, o homem percebe que a técnica é uma habilidade que vai além de qualquer técnica específica – e que é um incrível manancial de possibilidades, a princípio, ilimitadas. Tem-se plena consciência de que se pode inventar a partir da técnica.

Na primeira e na segunda fases, a técnica era desenvolvida para atingir um fim específico. Já a técnica moderna não se limita mais a buscar o resultado, ou resolver problemas práticos. Vai além disso - analisa os meios, decompõe o resultado, observa os resultados parciais e as diferentes causalidades. Na técnica moderna, há a consciência de que as criações não surgem por inspiração mágica, mas que devem seguir um método, com

fundamentos e etapas pré-estabelecidas. E o técnico deve estar próximo aos materiais, manejando-os e observando-os.

Podemos acrescentar ao pensamento de Gasset que a técnica moderna relaciona-se ao design, com seu pensamento projetual. Se entendemos o design como uma atividade metodológica, em que há diversas etapas, análise das diferentes possibilidades e verificação de resultados, não poderia o design ser entendido como a essência da técnica moderna?

A partir das ideias de Ortega y Gasset sobre a história da técnica, vamos desenvolver um pouco mais a discussão sobre a evolução da técnica.

Lendo *A meditação sobre a técnica (Ibid)*, percebemos que pode ser feita uma associação entre a concepção de técnica moderna apresentada e o conceito de pulsão na psicanálise. Como vimos, para Gasset, a técnica não se limita à satisfação das necessidades básicas humanas, pois o ser humano aspira a algo mais, para além dessas necessidades. O ser humano busca o bem-estar, que é uma noção ampla, variável.

De forma análoga à distinção de Gasset entre viver e bem-estar, na psicanálise é estabelecida uma distinção entre os conceitos de instinto e de pulsão. O instinto é uma noção biológica e tem um fim específico – um objeto para a sua satisfação, que pode ser a reprodução ou a alimentação, por exemplo. Nos animais, o instinto funciona como uma programação que reage sempre da mesma forma ao se defrontar com determinada configuração (MAGNO, 1986, p.20). Diante de um certo tipo de objeto que o animal está “programado” para reconhecer, ele tem uma reação determinada, e este objeto pode lhe trazer satisfação.

Já a noção psicanalítica de pulsão se caracteriza pela ausência de um objeto determinado para sua satisfação. Trata-se de um impulso interno, que está na fronteira entre o mental e o somático, e que é constante, estando presente independente das circunstâncias. Ao contrário dos estímulos externos, dos quais se pode fugir ou se libertar com movimentos musculares, a pulsão segue fluindo continuamente, não havendo fuga possível. Assim, ela impõe difíceis exigências ao sistema nervoso, levando o homem a complexas atividades de interferência no mundo externo (FREUD, 1915).

Diferentemente do instinto, que é satisfeito quando vai ao encontro de seu objeto, a pulsão é uma força constante que, por mais que encontre seu objeto, continua, paradoxalmente, insatisfeita. Pois, ao contrário do instinto, não há uma configuração que será

sempre reconhecida – um objeto que levará à satisfação. O ser humano traz em si uma incompletude e não faz ideia do que a possa preencher (MAGNO, 1986). Portanto, a pulsão impede o sistema nervoso de se ver livre de todos os estímulos, o que seria um estado ideal (FREUD, 1915).

Será que a pulsão pode encontrar uma satisfação? Pode-se acreditar que a satisfação ocorra quando atinge a sua meta. Mas, como vimos, a pulsão permanece insatisfeita após atingir seu objeto. Pois o objeto da pulsão, afirma Freud (*Ibid*), não é o mais importante – ele é totalmente indiferente. Se não é o objeto da pulsão que lhe traz satisfação, deve haver alguma outra forma de contentamento. Para entender que tipo de satisfação seria essa, Lacan (1973) recorre à experiência clínica. Na análise, percebe-se que, apesar de o paciente estar infeliz, há um contentamento em seu estado de infelicidade. Apesar das reclamações do paciente, há um sistema que está fluindo perfeitamente bem e que gera uma forma de satisfação.

É aí que Lacan faz a distinção entre *aim* (objetivo) e *goal* (meta) da pulsão. Ele utiliza os termos em inglês por acreditar que nesta língua a distinção fica mais clara. A meta é o fim almejado, enquanto o objetivo é o caminho tomado para se chegar lá, a trajetória (LACAN, 1973, p. 163). Por exemplo, se a meta for alimentar-se, o objetivo é o ato de comer. Mas, ao contrário do que possa parecer, o verdadeiro propósito da pulsão não é o de atingir sua meta, mas seu objetivo é reproduzir seu movimento circular ao redor da meta. É próprio ao humano a repetição de uma ação que nunca se completa, mas que, na repetição, o verdadeiro objetivo é atingido. A pulsão, na realidade, não aspira à plenitude, mas seu sucesso está em circular em torno do vazio. Assim, não é a satisfação de uma necessidade biológica que está em questão, mas é algo que vai além do biológico.

A pulsão pode ser percebida em outras esferas, conforme sustenta Zizek (2008), que apresenta a ideia da pulsão capitalista. Para ele, o capitalismo está constantemente criando desejo de consumo, promovendo faltas, gerando um ambiente de crescentes trocas monetárias. E a pulsão faz parte do capitalismo, pois o objetivo maior em todas as negociações, compras e criação de desejos é a continuidade da circulação de capital, gerando um movimento circular de expansão e auto-reprodução.

Entramos no modo de pulsão no momento em que a circulação de dinheiro como capital se torna um fim em si, pois a expansão de valor só ocorre dentro desse movimento constante e renovado. (*Ibid*, p.89)

Sendo assim, não podemos ver na técnica moderna o modo de funcionamento da pulsão? Se falarmos em uma pulsão técnica, o propósito da técnica não poderia ser satisfazer uma necessidade, mas reproduzir-se enquanto tal, em um movimento circular de constante aprimoramento. Um produto da técnica não traz a satisfação e é logo ultrapassado por outro. Como vimos, Gasset (1939) diz que, na modernidade, o homem passou a ter consciência da técnica, e ele passa a não se limitar a buscar resultados, mas detém-se sobre os meios e analisa-os, decompõe os resultados e percebe as diferentes causalidades. A nossa hipótese é de que, a partir do momento em que se tem esta consciência da técnica, e que o homem detém-se sobre a técnica, reconhecemos uma pulsão técnica. Pois a técnica tem como meta a criação de produtos, mas seu verdadeiro objetivo é a reprodução de um movimento de criação contínuo – quando se consegue produzir algo, a pulsão técnica não se satisfaz – há sempre busca por algo a mais. E este movimento contínuo de pulsão pode ser considerado responsável pelo desenvolvimento que atingimos.

Podemos então concluir que são as pulsões, e não os estímulos externos, os verdadeiros motores dos progressos que levaram o sistema nervoso, com sua capacidade de realizações ilimitadas a seu atual nível de desenvolvimento. (FREUD, 1915, p. 148)

Perceber a técnica em um movimento de pulsão pode ter outras implicações. Como vimos anteriormente, para Gasset, a técnica é desenvolvida para a realização de um projeto de vida, que traria ao homem o bem-estar. No entanto, se a técnica passa a funcionar como pulsão, o tal bem-estar almejado pelo homem não seria o objetivo maior. O objetivo, do ponto de vista da psicanálise, seria construir projetos de vida e ideais de bem-estar continuamente, em um ciclo infundável. Um ideal de bem-estar é logo substituído por outro.

Mas, enquanto na sociedade industrial há uma contínua busca pelo aprimoramento da técnica, num movimento infinito de criação, isso não ocorre nas sociedades primitivas¹. Segundo o antropólogo Pierre Clastres (1974), nas sociedades primitivas, a técnica costuma ser mais estável, não havendo anseio por novas conquistas – para elas, não faria sentido buscar mais. Não são sociedades da incompletude ou da falta, como muitos pensadores queriam anteriormente – são sociedades que escolhem não produzir mais se já têm o suficiente – elas se recusam a buscar mais.

¹ Sabemos que o termo “sociedades primitivas” é controverso, por passar a ideia de que algumas sociedades seriam mais evoluídas do que outras. No entanto, ele já se impôs pelo uso, sendo usado mesmo por autores que questionam a ideia de superioridade de algumas sociedades com relação a outras.

Para Clastres (*Ibid*), não se pode falar de inferioridade técnica das sociedades primitivas com relação à sociedade industrial. Para ele, a técnica deve ser vista como uma forma de dominar o meio natural e adaptá-lo à satisfação das necessidades humanas. Assim, as sociedades primitivas não seriam inferiores, uma vez que sabem bem como satisfazer suas necessidades através do domínio da natureza. Ademais, não teriam por que aprimorar sua técnica, uma vez que, com três ou quatro horas diárias de trabalho, já satisfazem as suas necessidades e podem dedicar-se ao lazer. Pierre Clastres (*Ibid*) lembra que o antropólogo Marshall Sahlins considerou serem estas as primeiras sociedades do lazer e da prosperidade.

Sahlins (1966) acredita que, na sociedade moderna, deseja-se muito e espera-se que a produção industrial crescente satisfaça estes desejos. Desta forma, a sociedade está constantemente produzindo escassez. Já as sociedades nômades poderiam ser consideradas prósperas por desejarem pouco, ficando assim facilmente satisfeitas. Para Sahlins (*Ibid*), o fato de a técnica das sociedades nômades ser mais simples, não significa que elas tenham maior escassez – pois com poucos instrumentos de fácil fabricação, eles já são capazes de conseguir seu alimento. E, para tais sociedades, quanto menos, melhor, já que não é bom carregar muito peso em suas caminhadas constantes. Assim, a acumulação de objetos não é associada a uma elevação de status.

Percebemos, então, que as sociedades primitivas não entraram na pulsão técnica – este movimento de desenvolvimento infinito de suas possibilidades. A sociedade industrial está em um processo de desenvolvimento constante da técnica; e podemos afirmar que não é uma técnica da abundância, mas da escassez – há sempre algo que está faltando.

Este movimento contínuo da técnica, cujo objetivo seria dar continuidade ao fazer técnico, é facilmente percebido em ambientes de pesquisa. Embora sejam estabelecidas algumas metas de pesquisa, o verdadeiro objetivo é o desenvolvimento constante de técnicas. Isso pode ser visto na pesquisa de técnicas na universidade, em que o mais importante é o ato de pesquisar técnicas e não atingir as metas – frequentemente, quando uma meta é atingida, começa-se o trabalho novamente, para pesquisar outra possível técnica a ser usada naquele caso.

Por outro lado, esta 'pulsão técnica' pode ser relacionada ao movimento de constante crescimento no consumo de recursos naturais que ocorre no mundo contemporâneo. Ao contrário da técnica da abundância, das sociedades primitivas, a técnica na sociedade industrial está sempre em desenvolvimento, havendo uma substituição constante de um

produto por outro. Neste sentido, podemos até nos questionar: se percebermos a técnica como uma pulsão, haveria como ela ser autossustentável, limitar-se ao uso de poucos recursos locais?

Se a busca é por uma técnica autossustentável, teríamos que mudar nossos parâmetros. O desenvolvimento de uma técnica que interaja com o meio de forma autossustentável pode ser vista como um ideal ou um projeto vida. A autossustentabilidade pode ser percebida como um projeto de vida que estabelecemos, uma busca para que haja algo que ainda não há. Para ir em direção a este ideal, queremos desenvolver uma técnica.

E, como dissemos anteriormente, a técnica tem, na era moderna, um movimento que denominamos “pulsão técnica”, por estar em um aprimoramento constante e ter como objetivo o próprio desenvolvimento técnico. E este movimento, pode ser percebido na universidade, em laboratórios que pesquisam técnicas, onde o desenvolvimento contínuo da técnica é o objetivo maior.

Desta forma, podemos nos perguntar se o movimento de pulsão técnica pode ser usado a nosso favor em busca de uma técnica que demande cada vez menos recursos importados, uma técnica que interaja de forma autossustentável com o meio-ambiente.

No caso, a busca seria por uma técnica simples, com meios mais limitados do que as técnicas industriais. É improvável chegar uma técnica totalmente autossustentável, que não use nenhum recurso vindo de fora nem produza lixo, mas é possível esforçar-se em direção a este ideal, sempre buscando um aprimoramento. Nesta pesquisa, a meta seria uma técnica que interaja de forma autossustentável com o ambiente – mas seu objetivo seria reproduzir este movimento de tentativas e experimentações constantes com os materiais. E acreditamos que este movimento possa ter consequências positivas.

Bibliografia

CLASTRES, Pierre. *La société contre l'état*. Paris: Les éditions de minuit: 1974.

FREUD, Sigmund. Pulsões e destinos da pulsão, 1915. In: **Escritos sobre a psicologia do inconsciente**. Vol. 1 1911-1915. Tradução de Luiz Alberto Hanns. Rio de Janeiro: Imago, 2004.

HEINBERG, David. **Peak Everything: waking up to the century of declines**. Canada: New Society Publishers, 2007.

LACAN, Jacques. **Le séminaire: Livre 11:** Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse. Paris: Éditions du Seuil, 1973.

MAGNO, M. D. **O pato lógico.** Rio de Janeiro: Aoutra editora, 1986.

ORTEGA Y GASSET, José. **Meditação sobre a técnica,** 1939. Tradução de José Francisco P. de Almeida Oliveira. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1991.

SAHLINS, Marshall. **The Original Affluent Society.** 1966. Versão online In: <http://www.eco-action.org/dt/affluent.html>

ZIZEK, Slavoj. **A visão em paralaxe.** Tradução: Maria Beatriz de Medina. São Paulo: Boitempo, 2008.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**A disseminação dos impressos gráficos religiosos dos
“santinhos” como processo de subjetivação e
representação social.**

Karl Georges Meireles Gallao e Alberto Cipiniuk

PUC-Rio

karlmuhs@hotmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:

“Palavras e Coisas”

Karl Georges Meireles Gallao e Alberto Cipiniuk

Resumo

O artigo procura abordar a questão da subjetividade em relação aos aspectos gráficos dos impressos religiosos dos “santinhos”, além de seu caráter comunicacional como objeto da cultura material. Consideramos que o santinho equivale à palavra, tal como foi sugerido no mote do Simpósio.

Palavras Chave: subjetividade, processo de subjetivação, representação social, santinhos, impressos religiosos, design gráfico.

A disseminação dos impressos gráficos religiosos dos “santinhos” como processo de subjetivação e representação social.

Contemporaneamente, dentro dos bancos escolares e faculdades de nível superior, os conceitos utilizados para explicar e sintetizar os aspectos formais e funcionais que serviriam para caracterizar a atividade do profissional em design são lecionados com base em uma noção teórica estritamente formal no que diz respeito à análise estrutural de imagens e composições gráficas. Isto é, o campo de investigação restringiria a definição ontológica da forma nela própria como uma espécie de estrutura “imaneente” que seria natural ao senso comum psicológico. Em outras palavras, acreditar-se-iam que a compreensão dessa teoria do conhecimento seria concebida de modo a ser aplicada fora das estruturas sociais, ou seja, estaria subtendido que cada indivíduo seria dotado de uma individualidade inata capaz de explicar toda e qualquer forma de expressão individual do sujeito. Na realidade, para que possamos abordar a questão da subjetividade,

no sentido de analisar individualmente a expressão do sujeito, é essencial que discutamos como se estabelece a relação particular do sujeito em contraponto ao meio social em que está inserido. A discussão é essencial, pois verifica-se a impossibilidade de uma ação humana (agenciamento) fora das estruturas sociais.¹ Daí perguntamo-nos de que modo uma eventual² expressão individual do sujeito estaria diretamente relacionada com a expressão referente a um grupo social? Em sociedades estratificadas e de cultura individualista, os sujeitos costumam se comunicar através de representações sociais da realidade conduzindo, dessa maneira, com uma identificação com profissões e ofícios (práticas sociais) e, do mesmo modo, produzindo objetos que reproduzem esses processos. A produção de identidades sociais e de artefatos são representações sociais das práticas rotineiras. Ao tomarmos como base, os impressos gráficos religiosos dos “santinhos”, conseguimos verificar que se trata de um artefato gráfico, produzido por profissionais gráficos, ou melhor, designers gráficos populares, isto é, pertencem a um estrato social majoritário em número, embora sem poderes políticos a ponto de se constituírem como categoria profissional do ponto de vista institucional. Consideramos que apesar de o trabalho dos designers gráficos populares seja o de produzir processos de subjetivação (construção de valores simbólicos), nem todos os profissionais do campo pensam ou agem da mesma forma, e por isso não estariam sujeitos a considerar os “santinhos” como um objeto de design. Daí a pergunta: a não aceitação dos santinhos seria determinada por processos de subjetivação?

Nas universidades, instâncias sociais que recrutam e formam subjetividades para as práticas sociais que se exercem cotidianamente, somos levados a acreditar que existe um conjunto de valores, traduzidos em fórmulas técnicas e estéticas, que dão sentido ao que realizamos, ou seja, no caso particular da prática profissional dos designers gráficos, isso que chamamos ciência do design gráfico. Princípios teóricos e práticos fundamentais para explicar as principais questões do design gráfico, tais como as leis da *gestalt*, fundamentam-se em afirmações teóricas que nos dizem que os elementos por nós percebidos visualmente devem ser organizados de forma a produzirem um sentido imagético, de modo a trazer equilíbrio, harmonia. Estes princípios de organização perceptual não estariam de acordo com o contexto, mas de acordo com uma noção de

¹ Ver em diferentes lugares, WOLFF, Janet. *A produção social da arte*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

² Empregamos aqui o termo eventual, pois não temos clareza sobre a individualidade do sujeito e por consequência da subjetividade.

entendimento lógica inerente ao indivíduo. A arrumação ou disposição dos elementos gráficos a partir de *grids*, e outras “regras” de legitimação do ‘bom design’, só podem ser entendidas como critérios de valoração que poderíamos nomear, à falta de melhor designação, de “qualidade”, “excelência” ou “bom design”. Assim perguntamo-nos: o que é qualidade, excelência ou bom design? Enfim, as escolas produzem, não apenas recrutam, mas formam ‘identidades’ profissionais, ou seja, enquanto instituições de legitimação são elementos importantíssimos no processo de subjetivação dos jovens recrutados. No entanto, o material gráfico religioso que serve de suporte ao universo simbólico do catolicismo popular parece desmontar os ensinamentos acadêmicos, ou pelo menos desarticular aquilo que foi consagrado como ‘verdade’ técnica e estética, ou a cientificidade do que é ministrado nos seus bancos escolares. Verificamos o contrário do que “deveria” acontecer para outros sujeitos sociais, na mesma sociedade, mas em outro nível de estratificação social, pois pelo exemplo dos santinhos, parecem discordar daquilo que o mundo acadêmico legitima como verdade ou realidade. Estaríamos diante de um paradoxo? Ou aquilo que aprendemos sobre a essência do design gráfico não diz respeito à cultura popular? Os “santinhos” são e vem sendo muito difundidos entre a população do Rio de Janeiro. O catolicismo apostólico romano, partindo da colonização Ibérica, ainda que seja mesclado aos misticismos animistas afrodescendentes e confrontado às novas manifestações religiosas pentecostais e neopentecostais, do ponto de vista histórico é a maior religião do Brasil. É necessário que possamos compreender este artefato religioso como representação social, um artefato da cultura material que se presta à comunicação, ou a produção de identidades sociais ou sujeitos sociais. É preciso também demonstrar que é fruto de um contexto social estabelecido em um tempo e espaço concretos.

Na contemporaneidade, nas sociedades urbanas, ao examinarmos um grupo social, percebemos que os sujeitos sociais se vêem ou se percebem como indivíduos, mas estamos inclinados a acreditar que apreendem de maneira assistemática uma série de códigos e valores a serem identificados e obedecidos, para que seja possível a interação com diversificadas espécie de pessoas, grupos ou organizações. Ainda dentro dessa noção cultural individualista estaríamos inclinados a observar que a estética psicológica, que é encarada como uma espécie de reação congênita, projetaria as mesmas relações sociais em uma “psique individual” no sujeito contemplador.³ Ou seja, cada indivíduo estaria disposto a acreditar que qualquer forma de expressão comportamental, sentimental, ou

³ VOLOSHINOV, V.N. *Discourse in life and discourse in art (concerning sociological poetics)*. In: Freudianism. A marxist critique: New York Academic Press, 1976.

psicológica estaria de fato relacionada a uma vontade própria, singular, onde este indivíduo se perceberia como alguém excepcional, criador único de sua própria e individual personalidade. Dessa maneira, essa “projeção” distorceria a integridade das inter-relações e produziria um entendimento diferenciado, não apenas quanto à forma de perceber o artefato material, mas também quanto à própria psique. O modo como um indivíduo se comporta dentro de um grupo assume uma posição social ativa em respeito a certos valores específicos, e esta posição é condicionada a partir das próprias bases de sua existência social. Os fundamentos dessas ações que relacionam tanto às dimensões coletivas quanto às individuais, seria aquilo que o sociólogo Pierre Bourdieu conceituaria como *habitus*.⁴ Com base nesse conceito, Bourdieu buscaria reconhecer a “interioridade da exterioridade”, isto é, procuraria explicar as ações dos indivíduos não como sendo determinadas pelo mundo exterior ou como decorrência de movimentos de interioridade independentes, mas com base nos modos de incorporação do funcionamento da realidade social, como um processo de interiorização que obedeceria as especificidades do lugar e da posição social dos indivíduos (agentes). Este processo se constituiria em um conjunto de disposições que seriam assimilados assistematicamente e reproduzidos através das ações humanas. Os códigos referenciais linguísticos (as palavras) estariam incorporados às nossas ações mentais e gestuais, enfim, na completude do que somos.

Além de tratarmos sobre as relações entre a incorporação de padrões sociais de respostas ao mundo, é necessário apresentar a maneira com que se estabelece a produção de novas respostas sob a forma de ações ou práticas sociais. Nas sociedades contemporâneas, necessitamos conhecer mais do que aprendemos com a experiência pessoal entre familiares e pessoas próximas. O sistema produtivo exige uma formação técnica especializada para inserção no mercado de trabalho, daí precisarmos, ou pelo menos buscarmos saber sobre outras sociedades, outras culturas, lugares, situações, épocas, outras possibilidades e oportunidades. Contudo, estaríamos à procura de “representações da sociedade” coletivas, ou seja, algo que nos é contado sobre algum aspecto da vida social das outras pessoas. Desta maneira, estamos sendo representados como indivíduos, ou seres encapsulados, que contraditoriamente vivem em um estado gregário, situados numa faixa de tempo e espaço,

⁴ GIRARDI JR, Liráucio. *Pierre Bourdieu: Questões de Sociologia e Comunicação*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

seguindo normas comuns, unidos pelo sentimento de consciência de grupo, ou um corpo social. O sujeito social se vê diante de um nó difícil de desatar. De um lado é indivíduo, que não se divide, e de outro, produz representações coletivas de seu próprio contexto. Em outras palavras, estamos relacionados diretamente com representações sociais, ou com produtos organizacionais⁵ coletivos, mas que se traduzem individualmente.

Ao tratarmos de imagens gráficas, seria possível observar atualmente que boa parte dos historiadores e pesquisadores, profissionais que trabalham com evidências factuais, não estariam dispostos a considerar a evidência histórica das imagens como fonte válida de pesquisa, ou melhor, não estariam aptos a legitimar o valor da imagem como representação ou fato social do mesmo modo que dão essa importância à palavra. Problema este que foi comentado pelo autor Peter Burke como a “invisibilidade do visual”⁶, termo que nos diz respeito a uma preferência por parte dos historiadores na utilização de fontes literárias, e fatos políticos e econômicos, excluindo o estudo das imagens em seus níveis mais profundos de experiência. Na verdade, ao tratar de imagens, historiadores tendem a utilizá-las como meras ilustrações, reproduzindo-as nos livros sem uma atenção em especial, onde a imagem poderia ainda nos oferecer novas informações, novos dados ou suscitar novas questões.

Todavia, o emprego de imagens por um grupo minoritário de historiadores remonta há muitos anos. Como apontado por Francis Haskell⁷ em *A história e suas imagens*, as pinturas nas catacumbas romanas foram estudadas no século XVII como evidência factual para remontar o princípio do Cristianismo, e no século XIX, como testemunho da história social. Evidentemente, seria complicado escrever sobre a pré-história, por exemplo, sem a evidência das pinturas das cavernas, ao passo que a história do Antigo Egito seria insuficiente caso não houvesse o testemunho das pinturas em túmulos e câmaras mortuárias. Em casos como esses, a imagem nos oferece virtualmente a única evidência de práticas sociais referentes a um tempo remoto. Imagens, pinturas, esculturas, publicações, entre outros registros, nos permitem que posteriormente possamos compartilhar as experiências não verbais ou o conhecimento sobre culturas passadas. O historiador cultural Jacob Burckhardt, que escrevia sobre a arte italiana antes de se dedicar à cultura geral do

² S. BECKER, Howard. *Falando da Sociedade: ensaio sobre as diferentes maneiras de representar o social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

⁶ BURKE, Peter. *Testemunha Ocular: História e Imagem*. Bauru, SP: EDUSC, 2004.

⁷ HASKELL, Francis. *History and its Images*. New Haven: Yale UP, 1993. p. 123-124, 138-144.

Renascimento, descreveu imagens e monumentos como “testemunhas de etapas passadas do desenvolvimento humano”, objetos “através dos quais é possível ler as estruturas de pensamento e representação de uma determinada época”. A utilização de artefatos, em diferentes períodos históricos, como objetos de devoção ou meios de persuasão, que transmitem alguma informação, nos permite testemunhar antigos comportamentos, interesses, religiões, crenças, deleite referentes a uma determinada época e muito nos tem a dizer sobre os modos de pensar relativos às culturas passadas. Na verdade, independente de sua qualidade estética, qualquer imagem, ou ainda, qualquer artefato, incluindo aí as palavras, pode servir como evidência histórica. Quadros, mapas, pratos decorados, moedas, ex-votos, enfim, todo objeto tem alguma coisa a nos dizer a respeito de um contexto histórico social.

A forma e o conteúdo desses objetos, ou melhor, das representações sociais, variam porque as organizações sociais também variam, isto é, elas diferem de acordo com o conjunto de interesses dominantes que interessam a uma determinada classe ou lugar social, como preferiria Bourdieu.⁸ Organizações sociais moldam não apenas o que é feito, mas também o que os usuários demandam aquilo que as representações sejam, isto é, o tipo de trabalho que considera necessário ou verdadeiro e, do mesmo modo, que tipo de padrão ou critério será utilizado para julgá-lo. Os produtos industriais e demais artefatos são representações sociais da realidade, atendem a uma demanda temporal histórica condicionada por um grupo de indivíduos⁹, um contexto social.

Vale ressaltar que além dos designers gráficos existem outras práticas sociais - desde sociólogos, psicólogos, cientistas sociais, arquitetos, dentre outros – que supõem possuir o monopólio da criação das representações sociais, ou consideram que os conhecimentos que produzem sobre a sociedade, cristalizados em diferentes artefatos, são os únicos a possuírem os meios eficientes de representação do “real”. Essa não nos parece ser uma premissa verdadeira, apesar de afirmarem que a forma que possuem para comunicar são as melhores ou as únicas pelas quais isso poderia ser feito, ou que dessa maneira estaríamos resguardados de qualquer tipo de erro que pudéssemos vir a cometer. Empregando o ponto de vista sociológico, diferentes objetos de representação social, sejam artefatos literários,

⁸ Em diversos pontos de seu livro, “Razões Práticas” (Campinas, SP: Papyrus, 2005), Pierre Bourdieu conceitualiza o espaço social e os motivos pelos quais prefere o termo ‘espaço social’, daí o termo ‘lugar social’ em vez de classe social.

⁹ Consideramos aqui que a sociedade moderna ou contemporânea é individualista, de modo que como vimos mais acima, ‘somos’ indivíduos, isto é, nos percebemos como indivíduos, ainda que agindo em grupo.

fotografias, tabelas ou gráficos, poderíamos identificar justificativas deste tipo como uma tomada de poder profissional clássica, ou ainda, como uma disputa ideológica entre diferentes classes¹⁰, com diferentes valores sobre diferentes aspectos da vida social. Analisar as variadas maneiras de como trabalham em outros campos, ou ainda como os “leigos”, como os designers populares, representam a sociedade revelará dimensões analíticas e possibilidades que muitas vezes foram ignoradas a serem úteis em outros momentos.

Ao analisarmos as imagens religiosas sob o ponto de vista iconológico, poderíamos perceber uma série de transformações no estilo dessas imagens sagradas, o que poderia nos oferecer valiosas evidências sobre a compreensão da mensagem e sobre as emoções que essas imagens poderiam comunicar em diferentes épocas. Isto é, as pinturas religiosas realizadas com a intenção de despertar emoções poderiam certamente ser utilizadas como fontes documentais para compreender a história dessas emoções. Como apontado por Burke¹¹, as imagens religiosas nos sugerem, por exemplo, que havia uma preocupação especial com a dor na Idade Média. Esse foi o período em que a representação de Cristo, como sofredor, frágil e atormentado, substituiu a imagem tradicional que, em um contraste dramático, trazia um semblante sereno e digno de cristo representado como Rei.

Da mesma maneira, a configuração tradicional do objeto material gráfico religioso dos “santinhos”, por exemplo, foi e está legitimado meio a cultura popular, cultura industrial de massa, por razões tradicionais e históricas, tendo em vista a política de implantação ou infestação dos ícones religiosos¹² na América Latina, trazidos por padres e monges vindos da Europa durante o período da colonização Ibérica no século XVI. Atualmente, poderíamos verificar que o “santinho” possui uma importância incorporada ao artefato que vai além do simples objeto impresso. Seu significado como valor de troca simbólica para constituição de identidades sociais, contido na cultura popular é de notável importância não só para quem segue a religião, os católicos, como também para os não religiosos. Verificamos também que ele é empregado em diferentes ‘classes’ ou ‘lugares sociais’ dentro de nossa cultura.

¹⁰ BOURDIEU, Pierre. *A Economia das trocas Simbólicas: Introdução, Organização e Seleção Sergio Miceli*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2007.

¹¹ BURKE, Peter. *Testemunha Ocular: História e Imagem*. Bauru, SP: EDUSC, 2004.

¹² GRUZINSKI, Serge. *A Guerra das imagens: de Cristóvão Colombo a Blade Runner (1492-2019)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

Ao receber um “santinho”, mesmo que leiga, a pessoa geralmente não o trata com desdém. Geralmente, ninguém rasga ou simplesmente joga esse artefato de representação social no lixo. Nele está contido uma mensagem subjetiva de respeito à religião católica, mas não a dimensão comercial ou propagandística¹³ da igreja, pois eles apelam para crenças arraigadas profundamente, crenças honestas e sinceras. Para as pessoas este artefato simboliza uma espécie de amuleto. Para as camadas populares, leigos e religiosos, o “santinho” é capaz de trazer proteção, fazer com que indivíduos alcancem êxitos amorosos e profissionais, sorte, além de salvar vidas. A crença popular aceita o “santinho” como um objeto que detém o poder de resolver os problemas de infortúnio na vida das pessoas.

Ao observarmos o material gráfico dos santinhos como objeto de representação social, conseguimos verificar que ele não se limita à maioria dos ensinamentos aplicáveis dentro da profissão de design e ministrados nos cursos superiores de formação de designers como solução de nossos problemas técnicos ou estéticos para comunicação visual. Parece-nos que eles podem produzir explicações mais coerentes sobre a eficácia comunicacional desses artefatos. Sua aceitação popular se deve não apenas aos aspectos de ordem formal, mas por serem produtos mais abrangentes, artefatos que traduzem a parte mais profunda dos corações e mentes.

Ao analisarmos um “santinho”, graficamente, conseguimos perceber, mesmo que existam variações entre alguns exemplares, que na sua parte frontal é apresentado: a) uma imagem de um santo, b) pequeno texto (uma mancha gráfica) que aparece como um título (na maioria das vezes é o nome do santo), e esses dois elementos são envoltos por uma borda, de cor amarela. O “título”, por assim dizer, parece ser colocado de forma aleatória, ou sem nenhuma intencionalidade, sem nenhuma preocupação quanto à diagramação, o enquadramento, o espaçamento ou a fonte utilizada. O verso do impresso traz: a) a oração do santo; b) o agradecimento da pessoa que mandou imprimir; c) o endereço da igreja do santo com o horário das missas; d) mais a propaganda da gráfica e finalmente e) o contato da gráfica que fabrica os impressos. Toda essa massa de texto é colocada num espaço muito limitado, com um corpo de fonte muito pequena e sem nenhuma hierarquização da informação. A composição não tem por onde “respirar”, tornando-a “pesada” e “desinteressante”, isto é, à luz do que expressam os profissionais gráficos oriundos da academia, ela não deveria funcionar em termos de comunicação visual, não deveria

¹³ Pensamos aqui na dimensão ideológica ou política da igreja católica.

“agradar” às pessoas que as utilizam, contudo verifica-se o contrário, elas são distribuídas aos milhões e parece-nos que muitas pessoas trazem consigo esses impressos e os demais, os que não são católicos e que não acreditam em santos, certamente já os viram e às vezes os trazem também.

Desse modo, poderíamos concluir que a relação da configuração gráfica desse artefato religioso - o “santinho” - está relacionada ao sujeito compreendido como indivíduo e, do mesmo modo, está diretamente relacionado ao grupo social. Acreditamos que uma ação humana subjetiva não pode se estabelecer isoladamente, ou de forma autônoma, ela é determinada dentro de um contexto, dentro de estruturas sociais. Trata-se (os processos de subjetivação) de uma forma de expressão que traduz a sutil dialética entre agenciamento e estrutura social. A ordenação e disposição dos elementos gráficos é um reflexo do grau da necessidade de concretização sensível, nesse caso, visual e inteligível, de uma determinada classe social. A mesma classe que fabrica, distribui e demanda por esses impressos. O “santinho”, independente de suas variações tipográficas ou de imagens, é capaz de comunicar sua mensagem, de produzir um sentido, uma apreciação, um pensamento, uma intenção ou uma explicação do porquê das coisas. Aos olhos de muitas pessoas, especialmente daqueles que têm formação universitária, esse artefato pode ser considerado um objeto sem qualidade gráfica alguma. Um objeto *kitsch* ou brega, contudo, o impresso “santinho” funciona, isto é, comprova sua eficácia comunicacional, por conta da demanda. O artefato de representação cumpre a finalidade social para a qual foi elaborado.

Referências Bibliográficas

AUGRAS, Monique. *Todos os santos são bem-vindos.* **Rio de Janeiro: Editora Pallas, 2005.**

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das trocas Simbólicas: Introdução, Organização e Seleção Sergio Miceli.* **São Paulo: Editora Perspectiva, 2007.**

BOURDIEU, Pierre. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação.* **Campinas, SP: Editora Papirus, 1996.**

BURKE, Peter. *Testemunha Ocular: História e Imagem.* **Bauru, SP: EDUSC, 2004.**

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade.* **São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.**

GIRARDI JR, Liráucio. *Pierre Bourdieu: Questões de Sociologia e Comunicação.* **São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.**

GRUZINSKI, Serge. *A Guerra das imagens: de Cristóvão Colombo a Blade Runner (1492-2019).* **São Paulo: Companhia das Letras, 2006.**

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna: Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural.* **São Paulo: Edições Loyola, 2010.**

HASKELL, Francis. *History and its Images.* **New Haven: Yale UP, 1993.**

S. BECKER, Howard. *Falando da Sociedade: ensaio sobre as diferentes maneiras de representar o social.* **Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.**

VOLOSHINOV, V.N. *Discourse in life and discourse in art (concerning sociological poetics).* **In: Freudianism. A marxist critique: New York Academic Press, 1976.**

WOLFF, Janet. *A produção social da arte.* **Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.**

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

O Origami no design de vestuário: uma visão semiológica

Lilian Kauvauti e Monica Fernbach

Centro Universitario Nossa Senhora do Patrocineo - CEUNSP

lkauvauti@yahoo.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Origami, Design e Moda: uma visão semiológica do processo de construção do produto.

Origami, Design and Fashion: a semiology analysis of the construction process of product

Monica L. de Araújo Fernbach *
Lilian Sayuri Kauvauti **

Resumo

Este estudo mostra a visão da semiologia aplicada ao produto de moda que tem por diferenciação seu processo de construção baseado nos princípios do *origami*. Durante a etapa do projeto foram considerados os aspectos simbólicos do manuseio do material, assim como da referida arte citada, garantindo a relação comunicativa entre o produto *origami*, o produto vestimenta e aqueles com quem ele interage a fim de assegurar tanto os valores estéticos das dobras como a sua agregada funcionalidade em adaptação ao corpo que o veste. O resultado nos mostra a transferência desses valores, na combinação entre significantes e significados, no decorrer do processo e ainda nos permite reconhecer e analisar o produto final através de uma análise semiológica.

Palavras-chave: design, moda, origami, semiologia, vestuário.

Abstract

This study shows a semiology vision applied to fashion items whose differentiation aspect is based in its construction process that has its basis in origami principles. During the phase of the Project the symbolic aspects of handling the material and the origami art itself were considered. This consideration produces a communicative interaction between the origami product and the clothing item. In this way both the esthetic value of the folds and its functionality to adapt itself to the body that is wearing the item of clothing are guaranteed. The result shows us the transfer of the esthetic values, signifier and signified, throughout the process and enables us to recognize and analyze the final product through the use of semiology.

Keywords: design, fashion, origami, semiology, clothing.

* Doutora em Ciências da Linguagem – ILPGA – Paris III – Sorbonne Nouvelle

** Graduada em Design de Moda e especialista em Gestão do Design - UEL

1. APLICAÇÃO DA CONSTRUÇÃO DO ORIGAMI NO DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS DE MODA

A presente análise visa apresentar uma das interfaces do design com um outro campo, no qual dialogam a reflexão sobre o desenvolvimento de um produto de design de moda, o *origami* e a semiologia.

No processo de desenvolvimento de produto, ocorre a sequência: pesquisa, esboço da criação, escolha de matéria prima, modelagem e confecção da peça piloto (SORGER; UDALE: 129, 2009). A nova concepção de produto que esta pesquisa propõe através da experimentação das dobras do origami em manequim tridimensional é a inversão do processo, trazendo, em um primeiro momento, o produto (protótipo) antes do seu planejamento e criação em plano bidimensional.

Neste novo olhar sobre o processo projetual do design de vestuário, foi utilizada a arte em dobrar papel, o *origami*, que desde a antiguidade retrata a história e o folclore do Japão e é utilizada em ocasiões festivas, religiosas e funerais. Por exemplo, o *tsuru* – garça –, que é a dobradura mais conhecida em todo o mundo e a primeira dobradura a ser inventada, simboliza a paz, relata Horiuchi (1995). Desta maneira, através deste estudo das dobras, obtêm-se os conhecimentos de que durante a construção do *origami* não são permitidos cortes e emendas e o papel normalmente é quadrado (SHIMABUKURU, 2000), assim, o resultado final do processo será um produto de acordo com a dimensão de um único “pedaço” de papel manuseado. Este manuseio poderá ser das diversas formas, ensina Horiuchi (1995): ao iniciar uma dobra, o papel poderá ser plissado, dobrado, vincado ou enrolado e ainda permitindo o desenvolvimento do pensamento criativo e o surgimento de novas dobras como enfatiza Shimabukuru (2000).

1.1 NOVA CONCEPÇÃO DE PRODUTO

O estudo desta nova forma de construir uma vestimenta, agregando sistemas de dobras idênticas ao *origami* em papel e que, por sua vez, é realizada em tecidos considerando as dimensões do corpo humano, resulta em uma estrutura que conserva os valores das dobras e toda a sua simbologia de objeto final, rico em tradição, costumes e sentimentos orientais.

Em comparação ao método de construção do *origami*, a mesma dobra difere apenas no processo de ajuste desta estrutura que veste o corpo. Desta maneira, foram inseridas as técnicas de modelagem em que, dentro do desenvolvimento do produto, é a etapa na qual se traduz em moldes a criação desenhada, como enfatiza Fischer (2010: 14-27). A particularidade desta nova técnica é a utilização das bases dobradas (Figura 1) e a criação do modelo em manequim tridimensional, eliminando a etapa do desenho e partindo para a concepção final de ajustes das dobras no produto experimental. A modelagem tridimensional, conhecida também por *moulage* – técnica em que o molde é realizado diretamente em um manequim, facilita a observação de caimento, volume e estruturas e permite uma visualização completa do corpo e espaços frente, costas e lateral (SILVEIRA, 2002), promovendo, então, a experimentação e o teste do melhor meio para obtenção do produto de forma estimulante para a criatividade.

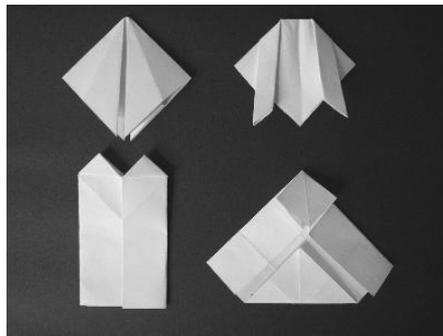


Figura 1 – Bases iniciais do Origami
Fonte – Kauvauti, Souza (2007)

A referida técnica de desenvolvimento de produto de moda em analogia ao *origami*, que por si só vem acrescentado aos outros elementos orientais japoneses, como afirma Horiuchi (1995), agrega valores indiscutíveis visto que, por meio do trabalho feito à mão, possibilita a formação de figuras tridimensionais consideradas símbolos de uma arte milenar, e ricas em tradição e cultura japonesa. Essa mesma arte é considerada por Shimabokuto (2000) como um método de construção peculiar, pois a dimensão quadrada, com particular simetria, facilita e permite a formação de vários ângulos e infinitas dobras simétricas. Nesta mesma visão, pode-se relevar que o novo método de construção conserva os mesmos valores do *origami* e que ainda será maior enfatizada no produto final após receber material e cor.

Em sequência às experimentações, as bases selecionadas sofreram as devidas dobras em tecido obedecendo à dimensão do corpo (Figura 2) e após vestido em manequim tridimensional foi realizada a visualização dos volumes projetados e o estudo de transpasses,

deslocamento de linhas, mecanismos de fechamentos e ajustes (Figura 3). Além disso, ao executar os testes, foi também considerada a aproximação do material trabalhado à forma anatômica, buscando melhor vestibilidade e mobilidade. É importante salientar que não apenas os moldes ou o corte favorecem o bom trabalho, mas também a maneira como se pode intervir nessa superfície (SALTZMAN, 2004).

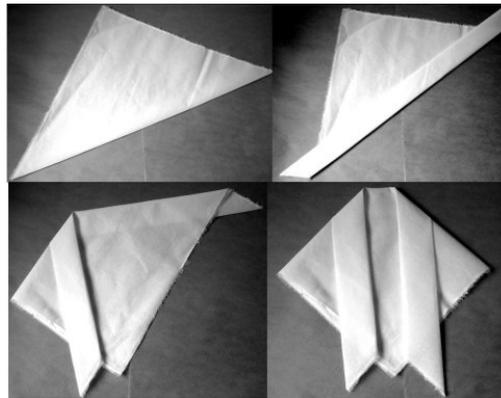


Figura 2 – Processo de construção das dobras manuais
Fonte – Kauvauti, Souza (2007)



Figura 2 – Processo de construção em modelagem tridimensional
Fonte – Kauvauti, Souza (2007)

As pregas, plissados e drapeados que são elementos construtivos do vestuário, por analogia, remetem às linhas, dobras e plissagens do origami. O dobrar e o desdobrar do tecido permitem ao traje expandir-se ou comprimir-se, flexibilizando o espaço interno – relação entre o corpo e a vestimenta – permitindo o projeto de produtos passíveis de abrigar vários tipos de corpos.

O produto da dobra acima ilustrado remete ao visual do *origami*, as dobras flexíveis, adaptáveis e ora mutáveis, às escolhas dos tecidos com aparência de duro (papel) e as cores que remetem à terra do sol nascente.

2. ABORDAGEM SEMIOLÓGICA

A palavra semiologia é originária do grego – semeiôn, e quer dizer signo. Teve seu início com os estudos do linguista Ferdinand de Saussure e foi concebida como uma ciência para a investigação dos signos sociais.

Em seus trabalhos, Saussure propõe a dicotomia Língua/Fala e, a partir daí, estabelece uma série de outros pares distintos para fundamentar sua teoria da linguagem. Para ele, a Língua diz respeito ao social, enquanto a Fala corresponde ao individual e ambas estão intrinsecamente ligadas. De acordo com suas ideias, os signos estabelecem uma linguagem ou, em última instância, um sistema de significação. Em sua concepção, para a construção do signo linguístico é preciso que haja a conjunção de um significante com um significado que está além de uma associação de ideias como se supunha até então.

Os estudos distintivos entre Língua e Fala de Saussure abriram caminho mais tarde, nos anos 50 e 60, para outros intelectuais franceses que entendiam a língua como uma instituição social e um sistema de valores. Entre estes estudiosos estava Roland Barthes, um dos primeiros defensores da semiologia. Ele procurou entender os diversos eventos culturais como “linguagens” e, justamente por isso, valeu-se dos estudos de Saussure como fonte inspiradora em seu trabalho.

Em seus estudos semiológicos sobre o vestuário, Barthes separou as classes pertencentes à categoria da Fala das pertencentes à Língua. Neste sentido, teve ainda a preocupação de distinguir três diferentes sistemas pertencentes ao objeto em questão, de acordo com a substância envolvida na comunicação: o vestuário descrito/escrito, o vestuário fotografado e, por fim, o vestuário usado/real.

... o vestuário descrito jamais corresponde a uma execução individual das regras da moda, mas é um exemplo sistemático de signos e regras: é uma Língua em estado puro. (...) é Língua no nível da comunicação indumentária e Fala no nível da comunicação verbal. No vestuário fotografado (...) a Língua se origina sempre do *fashion-group*, mas não mais se apresenta em sua abstração, pois (...) é sempre usado por uma mulher individual, o que é oferecido pela fotografa é um estado semi-sistemático do vestuário (...), a Língua de moda deve ser inferida aqui de um vestuário pseudo-real (...), a portadora do vestuário (o manequim fotografado) (...) uma “fala” cristalizada (...) no vestuário usado (real) (...) reencontra-se a clássica distinção entre a Língua e a Fala (...) a indumentária (Língua) e o traje (Fala) (Barthes, 2006:29).

Para Barthes, o signo é composto de um significante e de um significado, conforme prenunciou Saussure, e ele acrescenta que “o plano dos significantes constitui o plano de expressão e o dos significados, o plano de conteúdo” (BARTHES, 2006: 43).

Barthes (2006) define o significado como a representação psíquica de uma “coisa” e não a “coisa” em si. Para defender essa ideia, ele retoma Saussure, que chamou primeiramente o significado de conceito, reconhecendo aí o valor psíquico que esta face do signo intrinsecamente carrega. O significante, por sua vez, pode ser analisado com as mesmas observações que o autor coloca para o significado, apenas com a diferença de ser o significante um elemento mediador que se comporta como gerador, ou seja, materializador da figura do objeto.

Por fim, Barthes (2006: 51) diz que “a significação pode ser concebida como um processo; é o ato que une o significante e o significado, ato cujo produto é o signo”. Nessa ótica, pode-se dizer que a significação é o elo de ligação entre o significante e o significado, ou que a significação é a fusão do significante ao significado por meio de um contexto bem definido.

2.1. LEITURA SEMIOLÓGICA: DA CONCEPÇÃO AO PRODUTO FINAL

Em primeiro momento, a arte milenar de dobrar papel, já cheia de significados para a cultura oriental japonesa, empresta as suas maneiras de dobras e manuseios para a obtenção de um produto de vestuário que é devidamente adaptado para envolver o corpo. Após a realização da peça *origami*, que preserva as dobras iniciais de construção, o produto final mantém todas as simbologias da dobradura e ainda é acrescido de uma linguagem que é própria dos valores estéticos de uma roupa.

Desta forma, pode-se observar que a mesma forma manual da construção em origami no papel é aplicada na construção da roupa origami, mantendo assim, os mesmos valores e significados. Logo, em primeira visão, a dobradura em papel e a dobradura em tecido possuem os mesmos significados, vinculados culturalmente à simbologia do origami. Mas, em segundo momento, na transformação da dobradura de tecido em vestimenta, a peça tem seu significado ampliado pelo valor que lhe é agregado. Ao analisar as construções dos produtos origami em papel e o origami em tecido, na referida técnica do processo de desenvolvimento da peça de vestuário (a modelagem tridimensional), nota-se a necessidade do dobramento e

desdobramento das dobras iniciais para o estudo da flexibilidade (comprimir ou expandir) e assim ocorrer a adaptação ao corpo e o surgimento de uma roupa capaz de habitar um corpo. Deste modo, pode-se observar o esquema de dobras figurados abaixo:

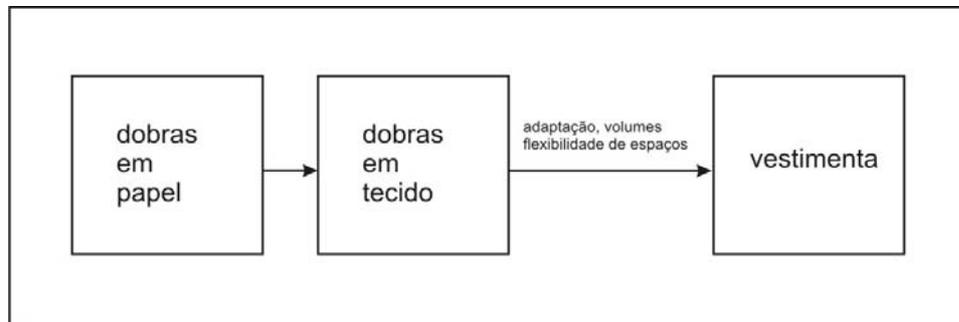


Figura 5 – sequência do processo da construção

2.2 ANÁLISE SEMIOLÓGICA DO PRODUTO

Efetuar uma análise semiológica de um produto de design de moda que tem como ponto de partida as dobras do origami é estudar seu funcionamento e seu sentido no nível de vestuário real, ou melhor ainda, a correlação de dois elementos: os significantes vestimentários, isto é, a forma do vestuário real ou de tudo aquilo que gira em torno do vestuário real (plano da expressão), e o significado vestimentário entendido como a significação do vestuário real quando este é portado (plano do conteúdo).

2.2.1 Sistema Semi-simbólico

A partir dos elementos levantados nos planos do conteúdo e da expressão, podemos depreender um sistema semi-simbólico apresentado abaixo (Fig. 6).

Nessa perspectiva, o plano da expressão compreende a escolha de um material como o tecido plano, com as mesmas características visuais do papel, que foi dobrado no exemplo com a forma do origami tsuru. Entretanto, este, ao combinar-se com o processo de construção (as mesmas dobras do origami tsuru realizado em tecido, originando uma vestimenta), origina uma adição de valores e conceitos que pode ser observado no plano do conteúdo.

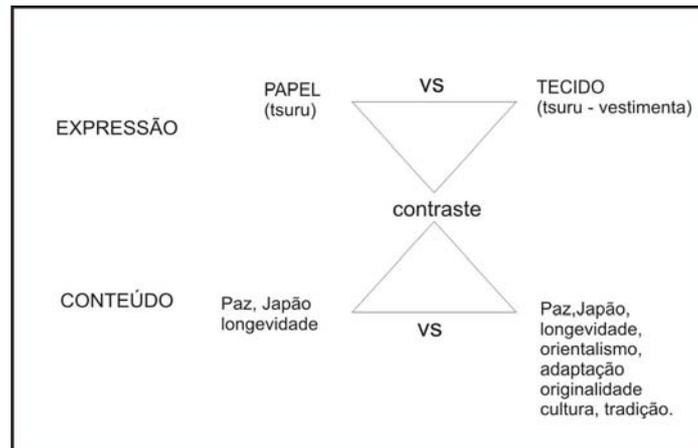


Figura 6: Sistema semi-simbólico

2.2.2 Significante/ Significado do Produto de Design Vestimentário

Ao transpor os valores das dobras, seguindo a sequência de construção do origami, à vestimenta originada, esta possui seu conteúdo ampliado através das várias interpretações geradas pela técnica e também pela escolha dos materiais e cores. Desta maneira, ao analisar a figura 7 abaixo, nota-se a semelhança entre os significantes das dobras em origami e a do produto vestimentário, através das dobras, simetrias, geometria e a relação entre material e cor escolhidos. Contudo, o origami ao ser transformado em peça de vestimenta em tecido, adiciona ao seu conteúdo outros significados além daqueles já identificados anteriormente (tradição oriental japonesa).

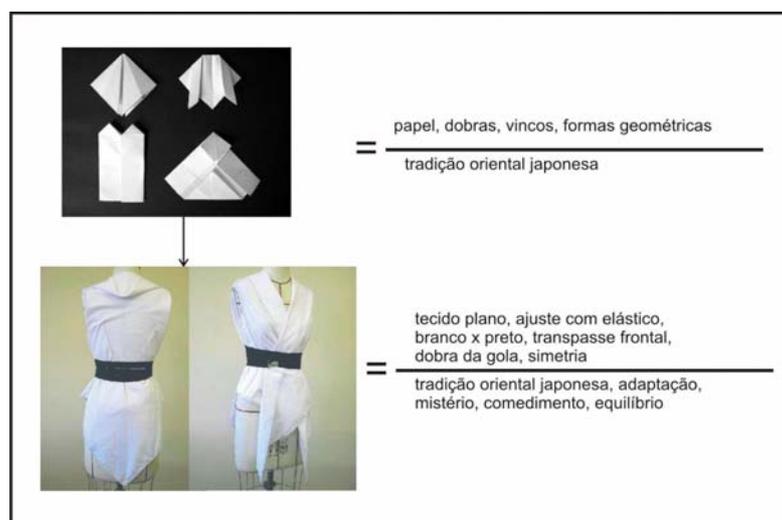


Figura 7: Signo – Significantes e Significados

A tradição oriental japonesa é identificada nesta peça através da sua forma (shape), transpasses, amarração e ainda no aspecto do tecido e dobras. Estes elementos nos remetem

ao quimono pela sua estrutura transpassada. Além disso, o aspecto firme do tecido e suas dobras de gola trazem também a lembrança do origami e o material com o qual foi confeccionado. O transpasse frontal, considerando as dimensões da vestimenta e do usuário, possibilita uma adaptação e ajuste ao corpo, abrigando variações limitadas de volume que são seguros pela amarração. Este último proposto como contenção do tecido na altura da cintura evoca a amarração do quimono (obi) que pode ser entendido como uma referência à introspecção japonesa, ao comedimento, à retração.

A quebra da hegemonia do branco com a utilização de um cinto preto reflete a preocupação com a busca de um equilíbrio. Estas duas cores, quando utilizadas juntas, representam a união e a ausência de todas as cores (preto, união e branco, ausência) e nos induzem a ultrapassar essa dualidade que lhes é intrínseca. São cores do universo simbólico, representado no preto, que, por exemplo, é luto no ocidente e no branco, que é o luto no oriente; o preto que retrai, impede, inibe, proíbe e, ao contrário, no branco que absorve, permite, liberta e amplia.

Assim, pode-se concluir que o origami transmite em suas dobras toda a simbologia da cultura e tradição oriental japonesa para a vestimenta que é enriquecida de outros valores que próprios da linguagem estética que a roupa reflete àquele com quem interage.

Considerações finais

Ao abraçar o desafio de se criar um produto de design, seja na área que for, não se pode deixar de levar em conta os aspectos semiológicos levantados em sua etapa projetual, como o tipo de representação pretendida, os tipos de interpretações possíveis e a relação entre o projeto e o produto final. Neste estudo, concebe-se, então, o design como um processo de elaboração e articulação de signos adequados ao contexto visado de interpretação e de uso do produto. Criar um novo produto de vestuário a partir de construções de dobras do origami, agregando valores é construir em seu design um sistema semiológico segundo regras precisas, consistentes e adequadas.

Estabelecer e respeitar estas regras garante que a relação comunicativa estabelecida entre o produto e aqueles com quem ele interage (usuário, admirador...) seja eficaz, pois o objetivo pretendido é alcançado, uma vez que todos os signos explorados são compartilhados, compreendidos e, sobretudo, incorporados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 2006.

_____. **Inéditos**, vol. 3: Imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005. Coleção Roland Barthes.

_____. **Sistema da moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

CARLI, Ana Mery Sehbe de. O castelo da pele: o real e o imaginário na fruição estética do corpo. Resumo. In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. **A moda do corpo o corpo da moda**. São Paulo: Editora Esfera, 2002. p. 73-85.

CASTILHO, Kathia. **Moda e Linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

FISHER, Anette. **Fundamentos do Design de Moda: construção do vestuário/** Anette Fisher; tradução Camila Bisol Brum Scher. - Porto Alegre: Bookman, 2010

HORIUCHI, Kazuko. **Origami em calendário**. Curitiba: Champagnat, 1995.

KAUVAUTI, Lilian Sayuri; SOUZA, Patricia. **A Moulage como Instrumento de Aplicação dos Princípios de Origami ao Produto de Moda**. Estudos em Design, v.14, p. 77-95. Rio de Janeiro, 2007.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de Semiótica Aplicados ao Design**. 2 ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

SABRÁ, Flávio (org). **Modelagem: Tecnologia em Produção do Vestuário**. Senai. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SALTZMAN, Andréa. **El cuerpo diseñado: sobre la forma em el proyecto de la vestimenta**. Buenos Aires: Paidós, 2004.

SHIMABUKURO, Cinthia. As 1001 utilidades do origami. **Made in japan**, São Paulo, v. 34, p. 10-16, jul. 2000.

SILVEIRA, Icléia. **Moulage – ferramenta para o design do vestuário**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 1º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA EM DESIGN, P&D DESIGN, 5., Brasília. **Anais...** Brasília, 2002. p. 1-6.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de design de moda**. Tradução Joana Figueiredo, Diana Aflado. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Meu colega em uma cadeira de rodas: proposta metodológica para aferir a significação de produtos assistivos por crianças

Liliane Basso, Gustavo Cossio e Luiza Feijó

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

lilianebasso@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

**Meu colega em uma cadeira de rodas:
proposta metodológica para aferir a significação de produtos assistivos por crianças**

Liliane Basso
Designer; Mestranda em Design; Bolsista CAPES;
Programa de Pós-graduação em Design – PGDesign
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS
E-mail: lilianebasso@gmail.com

Gustavo Cossio
Designer; Mestrando em Design; Bolsista CAPES;
Programa de Pós-graduação em Design – PGDesign
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS
E-mail: dsgcossio@gmail.com

Luiza Feijó
Psicóloga; Mestranda em Psicologia; Bolsista CAPES;
Programa de Pós-graduação em Psicologia – PPGP
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS
E-mail: lulufeijo@gmail.com

RESUMO

Com base em uma revisão de literatura, este artigo apresenta uma proposta metodológica para aferir a significação de produtos de tecnologia assistiva sob a perspectiva de crianças do ensino regular. A partir da análise da percepção de cadeiras de rodas por crianças não-deficientes, o objetivo geral da pesquisa é levantar requisitos de projeto para o desenvolvimento de produtos assistivos. A abordagem interdisciplinar entre design e psicologia singulariza a proposta, pois impulsiona novos modos de intervir e pensar a inclusão.

Palavras-chave: design social; psicologia do desenvolvimento; inclusão educacional; design e significação; tecnologia assistiva.

ABSTRACT

Based upon a literature review, this paper presents a methodologic approach in order to raise assistive technology products' significance under children's perspective. From the analysis of non-disabled children's perception on wheelchairs, the main objective of this research is to elicit design requirements for assistive products development. This interdisciplinary approach between the fields of design and psychology singles this proposal, as it drives fresh ways of intervening and debating inclusion.

Key-words: social design; developmental psychology; educational inclusion; design and significance; assistive technology.

INTRODUÇÃO

A inclusão de alunos com deficiência no ensino regular tem suscitado o debate entre profissionais das mais diversas áreas do conhecimento. Nesse sentido, as escolas inclusivas propõem um modo de se constituir o sistema educacional que considera as necessidades de todos os alunos. A inclusão causa uma mudança de perspectiva na educação, pois não se limita a ajudar somente os alunos que apresentam dificuldades na escola, mas apoia a todos: professores, alunos, familiares e pessoal administrativo, para que obtenham sucesso na corrente educativa geral (MANTOAN, 1997).

A implantação de grupos e escolas inclusivas demanda alterações tanto no que diz respeito à estrutura física dos ambientes quanto à mentalidade dos agentes. Cabe à sociedade e à escola eliminarem as barreiras arquitetônicas, programáticas, atitudinais e comunicacionais para que os alunos com deficiência tenham acesso total aos serviços, aos espaços e às informações necessários ao seu desenvolvimento social, educacional e pessoal (SASSAKI, 2006). A escola precisa ser capaz de atender às necessidades de seus alunos, sem restrições.

A tecnologia assistiva¹, dentro desse cenário, assume um papel importante, pois possibilita a inclusão plena dos alunos com deficiência no ensino regular. No entanto, os produtos assistivos disponíveis no mercado ainda são bastante limitados e não apresentam, em sua maioria, características atrativas do ponto de vista estético-formal². Sobre este fator, Gui Bonsiepe (1982) assevera:

o caráter obsoleto da maioria dos produtos para pessoas com deficiência disponíveis no mercado manifesta-se na falta de atenção às necessidades não só funcionais, mas, principalmente, psicológicas do usuário. Uma prótese ou uma cadeira de rodas não deveria ter o aspecto estigmatizante (BONSIEPE; YAMADA, 1982, p.11).

Desse modo, os autores corroboram que os fenômenos de comunicação concretizam-se por meio da linguagem verbal ou visual. Nesse aspecto, ao considerarem-se os objetos como portadores de mensagens, e que toda mensagem leva a um ou mais significados, pode-se adotar a existência de uma linguagem dos objetos. Em vista disso, a conotação está relacionada à significação subjetiva e refere-se aos fatores estéticos e simbólicos dos objetos, evidenciados por seus atributos formais que podem ser interpretados de diversas maneiras pelo sujeito (QUEIROZ; CARDOSO; GONTIJO, 2008).

¹ Tecnologia assistiva é compreendida tanto como um produto quanto como um serviço, estratégia ou prática que facilita e proporciona maior autonomia à pessoa com deficiência (COOK; RUSSEY, 1995).

² Por “modelos atrativos”, concebemos características estético-formais e simbólicas do produto.

A maneira como cada sujeito percebe determinado objeto depende de suas motivações e necessidades. Com efeito, no contexto em que a pesquisa é realizada, é possível inferir o significado acerca do objeto cadeira de rodas sob a ótica de dois sujeitos: para aquele com deficiência, a cadeira de rodas representa a possibilidade de andar, enquanto que, para crianças não-deficientes, pode representar a deficiência, conforme apontado em levantamento realizado por Vieira (2006).

Neste trabalho, é lançada a hipótese de que a aceitação e a apreciação do produto por parte dos colegas, poderiam estimular e incentivar o cadeirante ao uso do produto, bem como favorecer as relações interpessoais, contribuindo, assim, para um processo de inclusão. Portanto, optou-se por analisar e compreender a percepção por crianças não-deficientes, que possam vir a interagir com o cadeirante.

Nesse cenário, surge a proposta do estudo que visa a avaliar as relações humanas com o produto cadeira de rodas mediadas pelo contexto – de que modo são percebidos pelos demais alunos na escola e como podem interferir nas relações interpessoais. Através da observação e da compreensão dos significados que os produtos assistivos têm para as crianças não-deficientes, o objetivo geral é levantar requisitos de projeto para o desenvolvimento de produtos de tecnologia assistiva para crianças no ensino regular.

Vale ponderar que o presente estudo não visa *apenas* à leitura do objeto, mas busca identificar também aspectos subjetivos da relação usuário-produto. Para tanto, o aporte da psicologia fortalece a proposta. Nesse caso, a cooperação entre design e psicologia constitui um diferencial na pesquisa em tecnologia assistiva.

A CRIANÇA DEFICIENTE NO CONTEXTO ESCOLAR

A discussão a respeito da inclusão escolar está cada vez mais presente e traz consigo reflexões sobre novas políticas educacionais que devem estar alinhadas com os pensamentos que orientam para o acesso pleno e condições de equidade no sistema de ensino. Apesar disso, inúmeras são as barreiras que impedem que a política de inclusão torne-se realidade na prática escolar: “algumas são bastante significativas e têm sido exaustivamente apontadas na literatura, como, por exemplo, o despreparo dos professores, o número excessivo de alunos nas salas de aula e a precária (ou inexistente) acessibilidade física das escolas” (GLAT; FONTES; PLETSCHE, 2006, p. 5).

O desafio da educação é “assegurar um ensino de qualidade que beneficie os alunos com deficiência e superdotação, com a organização de escolas que promovam a participação e

a aprendizagem de todos” (MEC, 2006, p.9). Em outras palavras, o direito de participar nos espaços e nos processos comuns de ensino e aprendizagem realizados, está previsto na legislação, e é, inclusive, questão abordada pela Constituição Federal de 1988.

A escola é, para a criança, um ambiente de extrema importância por promover o seu crescimento nos planos linguístico, pessoal, emocional, cognitivo e social. Trata-se do lugar onde serão desenvolvidas as primeiras experimentações, que darão origem ao desenvolvimento integral e à formação de sua personalidade. Ao ingressar na escola, as crianças com deficiência são apresentadas a uma rede de significados e a uma gama de relações interpessoais diferentes da família, enfrentando o desafio de apropriar-se do mundo que se lhe descortina e, nele, conquistar espaço como sujeitos ativos e engajados na construção desse mesmo universo social (VALSINER, 1998).

De acordo com Souza & Batista (2008), as questões relacionadas à interação social tornam-se ainda mais importantes quando se tratam de crianças com deficiência. Por possuírem algumas limitações, como por exemplo, quanto às possibilidades de locomoção e exploração de objetos, algumas vezes, estes infantes são considerados incapazes de participar e contribuir nas atividades em grupo. Deste modo, as crianças são, muitas vezes, isoladas do contato com parceiros e têm as suas interações restritas.

Por seu turno, Reganhan & Braccialli (2001) acrescentam que, um fator importante para a modificação desta realidade, é a aquisição de instrumentos tão especiais quanto às necessidades dos alunos. Tais instrumentos favorecem a participação do aluno no processo de aprendizagem e nas atividades específicas. Aubert (2002) enfatiza que o uso de equipamentos assistivos não apenas contribui para promover o desenvolvimento sensorial e motor, como também para melhorar o desenvolvimento cognitivo, perceptivo, emocional e social da criança.

DELIMITAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

Conforme apontado por Tamm e Prellwitz (2001), existe pouca pesquisa em relação às atitudes de crianças frente às deficiências física e mental. Vieira (2006), por sua vez, defende a necessidade de mais estudos e intervenções sobre modos de facilitar a inclusão. Tamm e Prellwitz (2001) acrescentam que, a convivência com crianças com deficiência, contribui para uma visão positiva por parte dos jovens não-deficientes.

A escolha do tipo de deficiência (física e não mental), nessa pesquisa, é justificada por estudos retratados nos registros de Vieira (2006), que mostraram que as crianças reconhecem

e compreendem mais facilmente a deficiência física do que a mental, e que a deficiência mental só é percebida a partir dos oito anos (LEWIS, 1995; DIAMOND & KESINGER, 2002 *apud* VIEIRA, 2006). A seleção da faixa etária (sete a 10 anos) encontra respaldo no estudo de Nabors e Keyes (1997), que indicou que crianças até quatro anos têm uma idéia limitada quanto ao significado da deficiência física e da cadeira de rodas. Outros estudos apontam, ainda, que crianças nessa faixa etária reagem mais a aspectos físicos visíveis e à necessidade de equipamentos especiais por outras pessoas como, por exemplo, a cadeira de rodas (LEWIS, 1995; DIAMOND & KESINGER, 2002 *apud* VIEIRA, 2006).

A pesquisa está delimitada no estudo do produto pertencente ao ambiente escolar considerando-o mediador das relações interpessoais. O que se procura entender é se os produtos assistivos contribuem para a segregação do aluno deficiente ou não. Muitos dos recursos de tecnologia assistiva disponíveis, hoje, no mercado, e os objetos destinados à reabilitação, não possuem, em sua maioria, a intervenção do designer e, sobretudo, “reforçam a idéia de alijamento a que estão sujeitos os deficientes: seja na concepção, seja no desenvolvimento, seja na fabricação” (MALLIN, 2004, p. 31). A escolha da cadeira de rodas como opção de estudo é corroborada pela pesquisa de Pieter Desmet (2000):

A cadeira de rodas é um bom exemplo de produto que, em algum grau, tem um impacto emocional desagradável. Por alguma razão o impacto emocional, geralmente, não é levado em consideração no design/desenvolvimento destes produtos. Ao invés disso, eles são desenvolvidos com base em demandas relacionadas primordialmente à ergonomia (ex. o assento precisa ser ajustável a diferentes tamanhos de corpo), usabilidade (ex. a cadeira precisa ser dobrável para transporte), e tecnologias (ex. o desenho precisa respeitar as facilidades de produção do produtor) (DESMET; DIJKHUIS, 2000, p.1, tradução livre).

Ao analisar brevemente algumas opções de cadeiras de rodas infantis encontradas no mercado, verifica-se a inexistência de produtos atrativos.



Figura 1. Levantamento de modelos de cadeiras rodas disponíveis no mercado.

MÉTODO E PROCEDIMENTOS

O estudo deve apresentar uma abordagem exploratória focada na verificação, na compreensão e na interpretação da significação e da percepção do produto cadeira de rodas, do ponto de vista de crianças não-deficientes, dentro do contexto escolar. Como critério de seleção, optou-se por uma instituição cujo processo de inclusão ainda não está consolidado. A pesquisa será realizada nas dependências da Escola Municipal de Ensino Fundamental Chico Mendes, localizada na zona norte de Porto Alegre – RS.

O método utilizado é fundamentado nos estudos de Tamm e Prellwitz (2001) e Vieira (2006), e será testado em um estudo piloto, com a seguinte abordagem: primeiramente, será enviado um termo de consentimento livre e esclarecido para as famílias das crianças, a fim de que os pais autorizem a participação de seus filhos na pesquisa. As crianças, que estiverem autorizadas, serão chamadas individualmente para participar da atividade, que acontecerá em horário de aula, nas dependências da escola. O procedimento consistirá de três etapas:

- 1ª etapa: apresentação do pesquisador e breve explicação do procedimento, lembrando-se que a participação é voluntária. Exposição do estímulo para a criança e a conscientização acerca do tema. O estímulo utilizado será a fotografia de uma cadeira de rodas e a criança será questionada se a) conhece aquele objeto, b) identifica a sua função e c) conhece alguém que o utiliza.
- 2ª etapa: o pesquisador proporá que a criança desenhe como seria uma cadeira de rodas interessante de acordo com o seu gosto e a sua opinião. O desenho será utilizado apenas como estímulo projetivo, visto que crianças pequenas têm mais dificuldade em expressar seus pensamentos e sentimentos através de entrevista direta (TAMM; PRELLWITZ, 2001).
- 3ª etapa: concomitante à produção do desenho pela criança, o pesquisador irá realizar uma entrevista semi-estruturada com perguntas que explorem ideias e conceitos da criança a respeito da cadeira de rodas que ela estará desenhando.

Todo o procedimento será registrado através de um gravador, mediante explicação e autorização da criança, que estará ciente disto. A atividade não deverá ultrapassar o tempo de 20 minutos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da revisão de literatura, verifica-se a importância que os produtos de tecnologia assistiva assumem em situações nas quais as diferenças podem ser evidenciadas, também, pelo objeto. Na escola, convivendo com outros indivíduos, o usuário começa a perceber as diferenças do produto desenvolvido especialmente para ele. Neste momento, outros fatores são agregados e ficam evidentes aspectos formais, estéticos e psicológicos, não percebidos antes. Sendo assim, entender a significação desses produtos e, conseqüentemente, o impacto que eles têm para o usuário, e sobretudo, para aqueles que interagem com a criança com deficiência torna-se relevante especialmente para o desenvolvimento de novos produtos e para oportunizar aos alunos da escola básica, envolvidos no processo de inclusão, uma reflexão a respeito das diferenças.

Entretanto, os pesquisadores estão cientes de que existem inúmeras condicionantes que podem contribuir ou não para a inclusão e a ambientação dos alunos com deficiência em turmas do ensino regular. Ainda assim, para a realização da atividade, vale enfatizar a importância de uma equipe interdisciplinar que, através de uma prática colaborativa, poderá compartilhar conhecimentos e experiências.

Por fim, pondera-se que a proposta metodológica, proveniente da fundamentação teórica apresentada neste texto, antecede o estudo piloto a ser realizado na Escola Municipal de Ensino Fundamental Chico Mendes. Por tratar-se da fase inicial da pesquisa, a atividade contará com um número restrito de participantes. Além disso, é provável que o método a ser empregado para aferir a significação de produtos assistivos seja ajustado para a sua posterior aplicação em maior escala.

REFERÊNCIAS

BONSIEPE, G.; YAMADA, T. **Desenho industrial para pessoas deficientes**. Brasília: CNPq, 1982. 96 p.

COOK, A.; RUSSEY, S. **Assistive Technology: Principle and Practice**, Mosby – Year Book, Missouri, USA, 1995.

DESMET, P.; DIJKHUIS, E. A Wheelchair can be Fun: A Case of Emotion-driven Design. Proceedings of the **2003 International conference on Designing pleasurable products and interfaces**; Pittsburgh. New York: ACM, 2003. p. 22-27.

Direito à educação: subsídios para a gestão dos sistemas educacionais : orientações gerais e marcos legais / Organização: Ricardo Lovatto Blattes . – 2. ed . – Brasília: MEC, SEESP, 2006. 343 p. Disponível em <<http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/direitoaeducacao.pdf>> Acesso em: 03 dez. 2010.

GLAT, R.; FONTES R. S.; PLETSCHE, M. D.; Uma breve reflexão sobre o papel da Educação Especial frente ao processo de inclusão de pessoas com necessidades educacionais especiais em rede regular de ensino. **Cadernos de Educação 6: Inclusão Social Desafios de uma Educação Cidadã**. Rio de Janeiro: Unigranrio, 2006, p. 5.

MALLIN, S. S. V. **Uma metodologia de design aplicada ao desenvolvimento de tecnologia assistiva para portadores de paralisia cerebral**. Curitiba: Editora da UFPR, 2004.

MANTOAN, M. T. E. A inclusão escolar de deficientes mentais: contribuições para o debate. In: MANTOAN, M. T. E. **Ser ou estar, eis a questão: explicando o déficit intelectual**. Rio de Janeiro: WVA, 1997, p. 137 -154.

NABORS, L.; KEYES, L. Brief Report: Preschoolers' Social Preferences for Interacting with Peers with Physical Differences1. **Journal of Pediatric Psychology**, Vol. 22. No. 1, 1997, pp. 113-122.

QUEIROZ, S. G.; CARDOSO, C. L.; GONTIJO, L. A. A linguagem do produto na relação emocional entre usuários e objetos. In: **Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design – P&D Design**. São Paulo: Senac, 2008.

REGANHAN, W. G; BRACCIALLI, L. M. **Inclusão de aluno com deficiência no ensino regular**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação de Pedagogia) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2001.

SASSAKI, R. K. **Inclusão: construindo uma sociedade para todos**. 7ª Ed. Rio de Janeiro: WVA, 2006.

SOUZA, C. M. L.; BATISTA, C. G. Interação entre Crianças com Necessidades Especiais em Contexto Lúdico: Possibilidades de Desenvolvimento. **Psicologia: reflexão e crítica**, Vol. 23, nº 3, 2008, p. 383-391.

TAMM, M.; PRELLWITZ, M. 'If I had a friend in a wheelchair': children's thoughts on disabilities. **Child: Care, Health and Development**. Vol. 27. nº 3. 2001, pp. 223-240.

VALSINER, J. **The guided mind**. A sociogenetic approach to personality. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1998.

VIEIRA, C. M. **Programa informativo sobre eficiência mental e inclusão: efeitos nas atitudes e concepções de crianças não deficientes**. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação em Educação Especial) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2006.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Foucault como instrumento de pensamento em design

Lúcia Bergamaschi Costa Weymar

UFPEL

luciaweymar@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Foucault como instrumento de pensamento em design

Weymar, Lúcia Bergamaschi Costa
Doutora em Comunicação Social (PUCRS)
Professora da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)
luciaweymar@gmail.com

Resumo

Para além de qualquer revisão bibliográfica sobre design, este texto objetiva apresentar a filosofia de Foucault como instrumento de pensamento em design a fim de contribuir para sua problematização no campo das humanidades.

Abstract

In addition to any review on design, this text aims to present the Foucault's philosophy as an instrument of thought in design to contribute to its questionings in the field of humanities.

Palavras-Chave

Pensamento em design. Relevância do design. Escrita de si. Foucault.

Pesquisadores das ciências sociais aplicadas e das humanidades em muitos momentos são questionados acerca da importância, do valor, enfim, da relevância sociocultural de suas pesquisas. Por outro lado, a parte dura das ciências é bem menos exigida já que o paradigma iluminista trouxe inúmeros benefícios e poucos se arvoram a contestar seus malogros. Realmente, existem no design e na comunicação – nosso campo de estudo e nossas áreas de atuação – muitos projetos que não contribuem em nada para melhorar as sociedades. Projetos sem consistência. Um projeto de conhecimento não deve ser formulado para agradar meia dúzia de intelectuais entediados. Tampouco deve ser formulado pelo oportunismo da unanimidade, o que o colocará em situação datada em pouco tempo. Sendo assim, perguntamo-nos: Assuntos que não estão na agenda interessam a quem? A falta de senso de oportunidade científico não seria ela própria um malogro social? Em um momento histórico em que as novas e velhas mídias estão amplamente fortalecidas pelos poderosos recursos da tecnologia informática e seus estudiosos debruçados sobre as transformações sofridas, porque procurar *indícios de autoria nas marcas da comunicação gráfica*, por exemplo?

A questão acima se refere ao problema de pesquisa que originou a tese “Design entre aspas: *indícios de autoria nas marcas da comunicação gráfica*” (WEYMAR, 2010). Ao invés de tentar responder esta questão ou apresentar os resultados daquela pesquisa estamos aqui para justificar a relevância de sua execução relembrando Foucault em “O retorno da moral” quando declara que “(...) há momentos na vida em que a questão de saber se é possível pensar de forma diferente da que se pensa e perceber de forma diferente da que se vê é indispensável para continuar a ver ou a refletir” (2004b, p. 197).

Na grande área da comunicação, Maldonado critica muitos projetos de conhecimento que contextualizam sem problematizar; e Martín-Barbero defende que o comunicador assuma tanto a dimensão intelectual da profissão quanto a dimensão produtiva.

Problematizar em termos metodológicos significa construir um problema de investigação mediante operações de reflexão e sistematização teórica; definição de táticas e estratégicas de pesquisa; fixação de objetivos (teóricos, operativos, gerais e específicos); justificação da relevância da execução do projeto e montagem dos elementos e relações da problemática (conjunto de problemas inter-relacionados) (MALDONADO, 2006, p. 275).

E isso é o que constitui a tarefa básica do intelectual: lutar contra o assédio do imediatismo e o fetiche da atualidade, pondo o contexto histórico a uma distância crítica que lhe permita compreender, e fazer compreender aos demais, o sentido e o valor das transformações que estamos vivendo (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 214).

Pela reflexão, exercitamos a construção dos problemas de investigação científica em busca desta dimensão intelectual. As leituras nos levam a novas perguntas e, então, a novos problemas que muitas vezes nem estavam nos textos lidos. Uma pergunta deve ter um sentido, uma orientação que a coloque sob uma determinada perspectiva. Destaca-se, desse modo, a importância da pergunta enquanto *abertura* que não fixa as respostas; ao contrário, o perguntar consiste em “deixar a descoberto a questionabilidade do que se pergunta” (HERMANN, 2008). Segundo a autora, é claro que esta abertura tem limites nos próprios pressupostos da pergunta sendo próprio, dessa, a dualidade entre abertura e limitação. Nesta dialética, nesta conversação entre perguntas e respostas, acontece o encontro, a interação e o diálogo entre leitor e texto. Acontece a *estética do gesto* entre autor, texto e leitor (AGAMBEN, 2007). Abrindo novas perguntas em relação a nós enquanto leitores e autores de textos acadêmicos – ou aos designers enquanto autores de marcas, por exemplo –

começamos a encontrar as respostas mais plausíveis, ou as mais razoáveis, dentro dos limites definidos por seus textos em relação à relevância de nossos problemas de investigação.

Para focalizar o tema da citada tese o confrontamos com as reflexões acerca de atualidade e tempo presente, ética e estilo propostas por Foucault. Como acabamos de afirmar, não esperamos respostas definitivas. O que tem feito sentido no momento é a perguntação. Foucault tem sido mais um instrumento de pensamento do que uma fonte para as respostas de nossos problemas de pesquisa e por isto participa da escrita subrepticiamente. Entretanto, neste momento de apontar a relevância das pesquisas sobre design no campo das humanidades, parece fundamental lembrar a importância de Foucault e sua teorização sobre a escrita de si. E, então, gostaríamos de *ensaiar* um modo de retomá-los.

Em “A escrita de si”, publicado como capítulo do livro *O que é um autor?* (1992, p. 129-160), Foucault entende a escrita como forma da experiência moderna, não somente problema estético; e sugere autoria de si mesmo, arte de conduta que deve fazer coincidir aquilo que faz com aquilo que diz: o autor de si próprio seria o homem autêntico. Já em “O uso dos prazeres e as técnicas de si” Foucault (2004b) entende o ensaio como um corpo vivo da filosofia, “como experiência transformadora de si mesmo e não como apropriação simplificadora de outrem” (2004b, p. 197). Então, o exercício científico que buscamos – que indiscutivelmente também é um exercício filosófico haja vista a área de conhecimento em que nos encontramos – é o exercício de colocar *a nossa razão* em questão, e os diferentes modos de racionalidade que ela possa, porventura, assumir. Não pretendemos colocar em questão a razão de Foucault ou de quem quer que seja. Talvez, para colocar a nossa razão em questão, precisemos deixar de lado o que já sabíamos; desprender-nos, como o autor sugere em “O cuidado com a verdade” quando afirma que a ética de um intelectual “é ser capaz permanentemente de se desprender de si mesmo” (FOUCAULT, 1984a, p. 81).

Esta atividade filosófica, este trabalho crítico sobre o próprio pensamento, pode modificá-lo. E isso assusta, sobretudo porque chega um momento na vida em que fazer exatamente o que se gosta, ir aos mesmos lugares, saborear os mesmos pratos, encontrar as mesmas pessoas ou fazer os mesmos designs garante uma segurança que, em nosso caso, tem aprazido tanto quanto as sensações que o novidadeiro nos trazia há vinte anos. Contudo, fazer uma pesquisa é enfrentar o estranho, é um exercício de ascese, e não é possível procurar a solução na solução dos outros. É preciso construir a própria solução, pensar algo que não seja mais o que

se pensava antes. Não porque aquilo estava errado, mas porque já não serve mais para compreender nossos novos problemas. Para Foucault, modificar o pensamento dos outros e o próprio pensamento é a razão de ser do intelectual (1984a, p. 82): é papel do intelectual “reinterpretar as evidências e os postulados, sacudir os hábitos, as maneiras de fazer e de pensar” (1984a, p. 83).

Muitas análises têm se mostrado dogmáticas porque a razão aí operada é dogmática. Queremos nos libertar desse modo de racionalidade e pensar o design autoral, nosso tema de pesquisa, de outro modo. Por isso, a partir de agora trazemos à discussão os estudos de Kant acerca da *Aufklärung* e a abordagem que sobre eles Foucault realiza. Apresentamos um tema à primeira vista tão distante do nosso, no sentido de tentar enxergar, pela pesquisa – esse exercício científico e filosófico – os limites daquela racionalidade e, através de um pensar mais corpóreo propomos a compreensão dos diferentes estilos sem postulá-los como moderno ou pós-moderno, estruturalista ou pós-estruturalista, por exemplo. Para Foucault não há determinismos, há condições de possibilidade. Isso são rótulos que pouco importam já que o que realmente importa é que haja uma continuidade do pensamento. Sendo assim, interessa menos a origem do design gráfico – onde começa e onde se determina sua história – e, sim, compreender a história da atualidade, a história do presente do design (do nosso presente). Evidentemente, é preciso contingenciar o saber se se pretende um dizer verdadeiro neste relato.

Toda pesquisa pertence a uma época, é um exercício filosófico do pensamento de uma época. Em um viés diferente do de Maffesoli (1988) que defende que é o presente que merece atenção, Foucault alerta que, apesar de que o momento que se viva seja interessante, é preciso ter a modéstia de dizer que não é o momento fundamental. E exige em seu ensaio “Estruturalismo e Pós-estruturalismo” que nos perguntemos o que é a atualidade, como tentaremos responder nas próximas linhas (FOUCAULT, 2000b, p. 324). Assim, este dizer verdadeiro é provisório porque é do tempo presente, da atualidade, fruto da nossa vontade de potência que assume posições frente ao mundo. O exercício filosófico, tal como o estilo, “(...) aparece como um elemento mais ou menos revelador das significações de uma época ou, ao contrário, como a lei geral que fixava a forma que cada época devia assumir” (FOUCAULT, 2000b, p. 355).

Kant afirma que temos que usar nossa própria voz e se renega com os outros que dizem tudo o que você tem que dizer. Esclarecimento [<Aufklärung>] é a saída do homem de sua menoridade, da qual ele próprio é culpado. A menoridade é a incapacidade de fazer uso de seu entendimento sem a direção de outro indivíduo. O homem é o próprio culpado dessa menoridade se a causa dela não se encontra na falta de entendimento, mas na falta de decisão e coragem de servir-se de si mesmo sem a direção de outrem. *Sapere aude!* Ter coragem de fazer uso de teu próprio entendimento, tal é o lema do esclarecimento [<Aufklärung>] (KANT, 1974, p. 63).

Posteriormente, em “O que é o iluminismo?” (1984b, p. 103-112) Foucault retoma essa definição reafirmando que o esclarecimento é a passagem da humanidade para seu estado de maioridade. Então, deflagra-se uma hipótese *ad hoc* nesta investigação: a de que apenas pela autoria (pela construção do estilo) podemos projetar peças gráficas que, ao “fazer crescer”, deixem a “menoridade” (não esqueçamos que, etimologicamente, autor é aquele que faz crescer). Contudo, usar a própria voz em design não corresponde a usar a própria voz em outras atividades que não compartilham autorias e que por isso podem afirmar: *eu me governo!* Autoria em design não significa independência do designer. Ela está associada à capacidade crítica que o designer tem de, sabendo que seu design não é emancipado, se perguntar quais suas reais possibilidades. Por isso, tradicionalmente, o design sempre será governado. Em geral, design nasce para ser preso, para existir num campo restrito. Mas ele se realiza dentro desta finitude? Acreditamos que sim. Talvez ele só se liberte e atinja a maioridade quando posto no campo da comunicação. Ou quando – em suas interlocuções – o designer prestador de serviços se sirva do outro e passa a servir a si mesmo. Ou quando, ao se autoexpressar de modo singular, desvia-se da menoridade. Já a menoridade do designer talvez esteja naquele designer sem voz pessoal que intenciona a neutralidade dos objetos enquanto decisão esvaziada de produção de sentido o que acaba por gerar o não comprometimento dos seus objetos enquanto mediação qualitativa em um mundo globalizado. Ou naquele designer que não se contagia com o que faz, com os signos que produz, com as relações que estabelece, com a possível diferença faria nos imaginários individuais e coletivos. A menoridade do design talvez esteja naquele design homogêneo, fruto da cópia ou de um tipo de representação pasteurizada que não perdura, que resta demasiado restrito em seu espaço e excessivamente datado em seu tempo, comunicando do mesmo modo restrito e datado.

O modo de organizar a nossa conduta pode obedecer antes a um estilo do que a uma regra. Acontece que a regulação da conduta individual pressupõe a regulação da conduta coletiva. E aí entra a relação com o Outro. No passado os gregos não pensavam assim, queriam que o estilo se estendesse a todos, como a moral. Somente no cristianismo o estilo de vida religioso e a moral, por exemplo, se encontram e aí há uma consistência, pois a prática religiosa consegue chegar a um estilo comum. Na modernidade da primeira metade do século XX percebemos, na universalização das soluções gráficas, uma nova tentativa de encontrar um estilo comum no que se refere ao design. O que também interessa é como tornar a questão do estilo novamente uma questão central, sob o ponto de vista do talento individual. Estilização da relação consigo mesmo, estilo de conduta, estilização da relação com os outros são temas, segundo Foucault em “O retorno da moral” (2004b, p. 253-254), recorrentes desde os gregos. São perenes e, então, são atuais, o que talvez responda a pergunta sobre o que seja a atualidade.

Práticas pedagógicas em relação ao ensino de design na área das humanidades; reflexões acerca da indissociabilidade entre sujeito e objeto; cogitações acerca da autoria no design e leituras de discursos proferidos de modo filosófico sobre o campo parecem não ter lugar na agenda atual que sugere que estão fora de debate – logo, sem interesse – questões como as que não se referem às novas tecnologias, por exemplo. Estes temas nos perseguem, não para andar na contracorrente, mas porque acreditamos nestas instâncias. Daí o conflito: como pensar a atualidade daquele problema de pesquisa citado se parece que a corrente principal já não se interessa? Sim, porque a discussão sobre autoria – mais especificamente autoria em design editorial – foi forte nos anos 1990 nos Estados Unidos. Contudo, foi uma discussão datada e localizada. Há pouco nos perguntamos a quem interessam assuntos que não estão na agenda atual. Não estaríamos, ao contrário do conselho de Baudelaire, menosprezando o presente? Na contramão, não estaríamos flanando?

Nossa resposta é não, porque temos por certo que as questões que nos assolam não menosprezam o presente nem nos colocam numa situação de *flaneur*. Há toda esta potência do novo, contudo o que nos movimenta é aquilo que perdura e que resta hoje como eternidade. Existem designs de quarenta anos atrás que são contemporâneos de si mesmos e que, nem por isso, deixam de ser atuais. Uma das razões é que foram projetados por designers que investiram na construção de seu estilo e que hoje são considerados autorais, daí que aquele presente não cessa jamais. Talvez tenham atingido a maioria alegada por Kant.

Além disso, temos por certo o que Foucault sugere quando anuncia em “A vida, a experiência e a ciência” que a modernidade em Baudelaire consiste no confronto entre o real e “(...) a prática de uma liberdade que simultaneamente respeita o real e o viola” (2000a, p. 344).

Desviando-nos destes projetos que parecem globais e atuais – no sentido da novidade – e insistindo em um tema que vai ao encontro de uma ontologia de nós mesmos, passamos a perceber nossa pesquisa como “(...) uma atitude, um *êthos*, uma via filosófica em que a crítica do que somos é simultaneamente análise histórica dos limites que nos são colocados e prova de sua ultrapassagem possível”, como afirmou Foucault (2000b, p. 351). A modernidade está impondo a tarefa de nos elaborar, de nos reinventar. Se como ensinou Foucault “é preciso fazer a análise de nós mesmos como seres historicamente determinados, até certo ponto, pela *Aufklärung*” (2000a, p. 345), sentimos a importância de nos ilustrar e problematizar o que vem sendo atual. E o que está sendo atual é a percepção de que os atos que circunscrevem este tempo e que perfazem o recorte histórico de nossos objetos de estudo estão impregnados de vestígios do sujeito – entendido em sua relação com o Outro, o que acaba por gerar a partilha de autoria – nos objetos culturais que produz e que, por sua vez, produzem sentido. (O *esclarecimento* pelo entendimento do Outro e pela compreensão da relação com o Outro leva à maioria e então, à comunicação). Acreditamos que estes assuntos interessam a muitos e, na medida em que pesquisamos a autoria enquanto compartilhada, libertamos esta pesquisa da questão autoral tradicional.

Experiência para Foucault é a “correlação, em uma cultura, entre campos de saber, tipos de normatividade e formas de subjetividade” (FOUCAULT, 2004b, p. 193). A nossa experiência diz que a autoria não tem estatuto epistemológico e não é um campo definido. Temos assim, *a priori*, um objeto polêmico. As perguntas de algumas de nossas pesquisas gerarão mais dúvidas do que respostas – incitarão com certeza o nariz torcido dos positivistas de plantão – porém, talvez atinjam algum contingente de leitores que se interessa por este assunto e que vem, efetivamente, procurando dar um sentido estético a suas existências.

Assim como Maffesoli, Foucault ou como Nietzsche, muitos se perguntam por que a arte está somente relacionada aos objetos: “Porque a vida de cada pessoa não poderia se tornar uma obra de arte?” (FOUCAULT, 1984c, p. 50). Relacionamos esta questão com a construção da autoria pela alteridade, com o Outro que nos faz diferentes, singulares. Uma existência singular em design seria o fazer-se singular através *do e pelo* Outro, deixando indícios desta

singularidade. Para Foucault, a ligação que temos conosco é que se liga a nossa atividade criativa, e não o oposto. Não é porque inventamos objetos que inventamos a nós mesmos. Então, a ligação que os designers têm consigo é o que os liga a sua atividade e sugerimos que esta relação consigo implica sempre as interlocuções com as outras pessoas na nossa atualidade. Nietzsche mostra a austeridade necessária para levar a vida como obra de arte e, juntamente com Foucault (1984c, p. 50), apregoa que deveríamos criar nossa vida dando a ela estilo – e não moral – através de uma longa prática e trabalho diário. Além da relação consigo mesmo, relembremos Flusser (2007) quando nos diz que os designs são mediações entre os homens e não meros objetos.

Em outros momentos de nossa trajetória já havíamos percebido a importância de determinadas rupturas a fim de produzirmos singularidades ou, neste caso, design autoral. Na medida em que constatamos a importância de estudar as interlocuções realizadas no processo criativo para produzirmos efetivamente singularidades e então comunicação, nós fortificamos a noção do que seria o material a ser trabalhado pela ética, a substância ética a qual se refere Foucault (1984c, p. 51-73). O modo como nos construímos enquanto designers pode ser uma escolha. O tipo de racionalidade que ligamos à ética pode ser uma escolha. O modo de racionalidade para produzir e analisar objetos de design pode ser uma escolha. As escolhas pessoais diárias fariam parte deste material a ser trabalhado pela ética, tanto estéticas quanto políticas. E isso acarretaria mudanças nestas escolhas coletivas, na melhoria da cultura visual e na possibilidade de um cotidiano repleto de design responsável – aquele que não obstrui e que contribui para a comunicação entre os homens – conforme já ensinou Flusser.

Assim, reiteramos e justificamos a relevância da execução de pesquisas sobre design e autoria, design e subjetividade, design e humanidades, por que: (1) As questões pertinentes a estes temas são questões atuais e (2) Não têm merecido o espaço que julgamos relevante na bibliografia sobre design.

Bibliografia

AGAMBEN, Giorgio. O autor como gesto. In: _____. **Profanações**. São Paulo: Boitempo, 2007.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. O cuidado com a verdade. In: _____. **O Dossier**: últimas entrevistas. Rio de Janeiro: Taurus, 1984a. p. 74-85.

_____. O que é o iluminismo? In: _____. **O Dossier**: Últimas entrevistas. Rio de Janeiro: Taurus, 1984b. p. 103-112.

_____. Sobre a genealogia da ética: uma visão do trabalho em andamento. In: **O Dossier**: Últimas entrevistas. Rio de Janeiro: Taurus, 1984c. p. 41-73.

_____. **O que é um autor**. Lisboa: Vega, 1992.

_____. A vida, a experiência e a ciência. In: _____. **Arqueologia das Ciências e História dos Sistemas de Pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Editora, 2000a. p. 352-366 (Ditos e Escritos, II).

_____. Estruturalismo e Pós-estruturalismo. In: **Arqueologia das Ciências e História dos Sistemas de Pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Editora, 2000b. p. 307-334 (Ditos e Escritos, II).

_____. O retorno da moral. In: _____. **Ética, Sexualidade, Política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004b. p. 252-263 (Ditos e escritos, V).

HERMANN, Nadja. **Leitura e escrita no campo filosófico-educacional**. Texto digitado, Porto Alegre: PUCRS, 2008.

KANT, Immanuel. **Textos seletos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1974.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**: compêndio de Sociologia Compreensiva. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MALDONADO, Alberto Efendy. Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas e saberes. In: Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 271-294.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

WEYMAR, Lúcia Bergamaschi Costa. **Design entre aspas**: indícios de autoria nas marcas da comunicação gráfica. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade dos Meios de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2010.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Diálogos entre o Design e a Arte Conceitual de Sol LeWitt

Luis Vasconcelos, Gentil Porto Filho, Felipe Calado, Fábio Campos e André Neves

Universidade Federal de Pernambuco

lalv4401@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Diálogos entre o Design e a Arte Conceitual de Sol LeWitt

Dialogues between Design and Sol LeWitt's Conceptual Art

Vasconcelos, Luis; Mestrando; Universidade Federal de Pernambuco
lalv4401@gmail.com

Porto Filho, Gentil; PhD; Universidade Federal de Pernambuco
gentilp@uol.com.br

Calado, Felipe; Mestrando; Universidade Federal de Pernambuco
felipemcosouza@gmail.com

Campos, Fábio; PhD; Universidade Federal de Pernambuco
fc2005@gmail.com

Neves, André; PhD; Universidade Federal de Pernambuco
andremneves@gmail.com

Resumo

Este artigo discute a Arte Conceitual a partir de conceitos do Design com o objetivo de estabelecer semelhanças e diferenças quanto aos métodos de cada um dos campos. Inicialmente o trabalho apresenta o Design como processo, para em seguida abordar a Arte Conceitual a partir de vários autores e da obra do artista norte-americano Sol LeWitt. Por fim, o trabalho realiza uma análise comparativa dos temas apresentados, propondo a sistematização dos principais resultados do estudo.

Palavras Chave: Design; Arte Conceitual; Sol LeWitt.

Abstract

This paper discusses Conceptual Art through the perspective of Design, aiming to establish correlations between them and highlight their main differences, especially as regards to the method in both fields. To achieve this goal, the Design is initially discussed as a process and then the Conceptual Art presented according to different authors, eventually coming to the North American artist Sol LeWitt. Finally, it is performed a comparative analysis for the theme proposed and the main results obtained are systematized.

Keywords: Design; Conceptual Art and Sol LeWitt.

1. INTRODUÇÃO

A discussão sobre o que define e distingue a Arte do Design é antiga e controversa. Apesar do senso comum admitir que os termos são essencialmente diferentes, nem sempre se verifica com clareza os limites de cada um [O'NOLAN 2009]. As diferenças mais notáveis podem se apresentar não apenas no âmbito da aparência ou do propósito, mas igualmente quanto ao público envolvido, aos critérios de julgamento e aos processos de concepção [BRADY 1998].

No caso da chamada Arte Conceitual dos anos sessenta, especialmente tal como foi descrita pelo artista norte-americano Sol LeWitt, é, no entanto, possível observar semelhanças com certos processos de Design, sistematizados em modelos elaborados na mesma época do movimento artístico [JONES 1992].

Sendo assim, faz-se necessário realizar uma análise mais minuciosa dos procedimentos de LeWitt com o objetivo não só de identificar as principais ideias da Arte Conceitual, mas de possibilitar uma confrontação com os métodos do Design. Nesse caso, a leitura da obra teórica do artista direciona-se principalmente para os processos de concepção nela apresentados.

Além desta Introdução, o presente artigo é composto de quatro seções. Na primeira apresenta-se conceitos de Design, explorando sobretudo questões metodológicas. Na segunda discute-se a Arte Conceitual através de sua história, enfatizando a própria obra de Sol LeWitt. Na seção seguinte realiza-se uma análise comparativa dos dois temas anteriores para, finalmente, apontar, na última seção, as principais conclusões da pesquisa realizada.

2. PROCESSOS DE DESIGN

No dicionário Oxford afirma-se que o termo Design foi utilizado pela primeira vez no século XVI e admite-se diversas acepções. Na primeira delas o Design corresponde a um plano ou a um esquema a ser realizado. A segunda definição apresenta o Design como o projeto preliminar de uma obra de arte. Por fim, define-se o Design como um objeto das artes aplicadas ou que possui utilidade para a execução de uma determinada tarefa [BÜRDEK 2005].

Morris Asimow (1968) coloca o Design como a progressão do abstrato para o concreto, constituindo um processo iterativo de desenvolvimento de problemas. A sua aplicação industrial, por sua vez, é uma atividade cujo propósito é direcionado ao preenchimento e satisfação das necessidades humanas, especialmente aquelas relacionadas a fatores tecnológicos ou culturais.

Bernd Löbach (2001) argumenta que o Design pode ser descrito como uma ideia, plano ou projeto para a solução de um problema e que o ato de Design consiste em dar corpo e transmitir tal ideia. Para tornar perceptível a solução do problema em questão é fundamental a elaboração de modelos, esboços e amostras. O processo de Design é, em resumo, apresentado como um processo configurativo.

No âmbito da indústria, o autor acrescenta que o Design consiste genericamente numa atividade que transforma ideias em produtos fabricáveis, caracterizando-se como um processo de comunicação designer-empresário-objeto com vistas a satisfazer as necessidades de um determinado público.

De acordo com Bernhard Bürdek (2005), o Design é um processo criativo que, entretanto, não pode ocorrer em um ambiente sem informações prévias. Cada resultado obtido emerge por meio de um processo de desenvolvimento que tem seu andamento determinado por decisões e condições definidas por um amplo contexto socioeconômico.

Christopher Alexander (1964) define o processo de Design como o ato de inventar estruturas ou objetos reais que apresentam novas ordens físicas, formais e organizacionais derivadas de determinadas funções. O autor ainda comenta que, embora o problema de Design possua requerimentos que devem ser bem definidos, as relações e interações entre tais requerimentos fazem do Design sempre uma atividade complexa.

A partir dessas considerações, torna-se patente que o Design consiste em uma atividade criativa que costuma submeter a intuição aos métodos de planejamento e de tomada de decisões e que, forçosamente, se volta para a satisfação de determinadas necessidades de um público específico.

Um tratamento mais detalhado do Design requer uma discussão específica sobre certas metodologias que veem contribuindo para aperfeiçoar a comunicabilidade de tais procedimentos e técnicas. A metodologia do Design contribui ativamente, assim, para o aprendizado sistemático e lógico neste campo [BÜRDEK 2005].

A figura 1 traz um esquema visual que ilustra um modelo metodológico para o Design, no qual as etapas são representadas por caixas de texto e o movimento entre elas é indicado por setas.

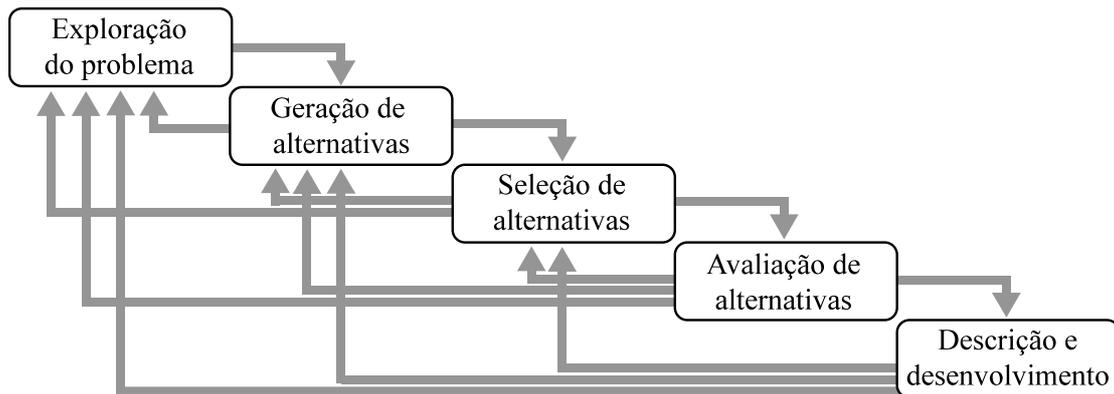


Figura 1: esquema genérico de modelo metodológico de Design

De acordo com Nigel Cross, a Metodologia de Design é caracterizada pelo estudo de procedimentos e princípios que têm como objetivo aprimorar a prática do Design e apresentar uma orientação voltada ao processo [CROSS 1993 apud KROES 2002].

Para Gustavo Bomfim (1995), os métodos de Design devem ser considerados apenas como instrumentos auxiliares de trabalho, que não necessariamente conferem garantia de sucesso. O resultado de determinado projeto depende da capacidade criativa e técnica daqueles que o desenvolvem, de modo que os métodos oferecem apenas um suporte lógico ao desenvolvimento do produto.

Segundo Norbert Roozenburg (1996), a Metodologia de Design oferece ao designer maiores conhecimentos sobre o processo de concepção através de modelos que estruturam o pensamento e a ação no projetar. O estudo sistemático dos métodos de Design também apresentam terminologias e regras que podem instruir objetivamente o projetista em dadas situações [ROOZENBURG & EEKELS 1998].

Embora não forneça garantias de êxito, a Metodologia de Design valoriza explicitamente o caráter lógico do processo de desenvolvimento de produtos, ao se utilizar da descrição e estruturação de métodos e técnicas para guiar o projetista.

3. ARTE CONCEITUAL

Há pelo menos duas interpretações para o Conceitualismo na Arte. A primeira delas, com um sentido mais restrito, diz respeito a um movimento artístico que esteve ativo entre meados da década de sessenta e o início dos anos setenta. A segunda interpretação se refere a princípios e práticas questionadores, surgidos nessa mesma época, que acabaram por expandir o campo da arte e definir os rumos do cenário contemporâneo [HICKERSON 2004].

Haworth (1997) argumenta que naqueles anos havia uma busca por métodos mais objetivos de concepção em reação à pura subjetividade do artista ou à simples mimetização de dados exteriores à Arte. Difunde-se e consolida-se desde então a noção do artista como pensador e formulador de conceitos no lugar de uma imagem tradicionalmente atrelada à figura do artesão [HAWORTH 1997].

Segundo os "conceitualistas", até mesmo as tendências abstracionistas apresentavam vestígios de uma arte ocidental "ilusionista"; ou seja, fundamentavam-se na representação de elementos alheios à linguagem intrínseca da arte [BATCHELOR 1999]. Ao aplicar pigmentos na superfície plana da tela, a arte abstrata inevitavelmente estabelecia diferenças perceptivas de profundidade espacial e criava a "ilusão" de espaços tridimensionais, comprometendo, dessa maneira, a sua pretensa autonomia e auto-referencialidade.

Para a Arte Conceitual, em contraste, as qualidades formais da obra tornam-se irrelevantes, na medida em que contribuem apenas para o entendimento dos conceitos propostos pelo artista [HICKERSON 2004]. Sol LeWitt, artista norte-americano que cunhou o termo "arte conceitual" em artigo publicado em 1967, explicita essa mudança de direção assumida pela arte na década de sessenta. Segundo LeWitt (1967), o objeto artístico constitui apenas uma etapa de um processo intelectual que não necessariamente deve chegar ao fim; consiste na materialização do conceito de partida do processo criativo, servindo apenas como testemunho de uma "exploração temática" proposta em um determinado momento [PORTO FILHO 2009].

De acordo com o artista, a abordagem conceitual torna supérflua a execução do objeto. Mesmo que irrealizada materialmente e seca emocionalmente, a ideia pode se constituir na própria obra, desde que seja mentalmente interessante para o espectador. No entanto, tais artifícios lógicos podem ser explorados de modos muito diversos, surgindo tanto para camuflar a intenção real do artista como até para gerar uma situação paradoxal, em que se cria no espectador a falsa impressão de um claro entendimento da obra. De todo modo, fica evidente que o plano inicial do trabalho deve ser mantido durante todo o processo, com vistas a minimizar a subjetividade do artista [LEWITT 1967, 1969].

O método de LeWitt consiste basicamente, assim, em seguir um determinado plano que deve orientar toda a execução de obras como a ilustrada na figura 2. Embora cada projeto se mostre distinto de outros, em todos eles o artista seleciona formas básicas e determina regras para orientar a execução ou "a solução do problema" [LEWITT 1967].

Mesmo sabendo que o uso de tais procedimentos tem como razão principal a eliminação de arbitrariedades subjetivas, a expressão "solução de problemas" torna-se no

mínimo discutível, uma vez que o ponto de partida do método de LeWitt é sempre baseado numa intuição, e não na identificação de um problema a ser solucionado. Apesar de apresentar este tipo de inconsistência quando confrontadas com a Metodologia de Design, as propostas de LeWitt tornaram-se fundamentais para a compreensão da Arte Conceitual daquele período.



Figura 2: Sol LeWitt, **Cubo Aberto Incompleto 6/13**, 1974.

4. ANÁLISE

É possível compreender o Design e a Arte não apenas como substantivos, mas também como processo ativo. De maneira geral, a Arte ainda é vista como o produto acabado do trabalho de um determinado artista. Na Arte Conceitual, entretanto, os passos intermediários – rascunhos, anotações, desenhos, modelos, estudos, pensamentos e conversas – são frequentemente considerados mais importantes que o resultado final [LEWITT 1967]. O processo, nesse caso, torna-se a própria obra de Arte. Já no campo do Design, é precisamente o processo de concepção de soluções, e não o produto final, que usualmente se considera como Design.

Enquanto na Arte uma mesma obra tende a ser assimilada de diferentes maneiras, no Design tende-se a gerar um sentido único para o público envolvido. A Arte, seja ela conceitual ou não, pode ser, portanto, interpretada ou sentida, ao passo que o Design deve ser compreendido.

Embora almeje evitar a subjetividade do processo criativo e interpretativo, o método sugerido e aplicado por LeWitt é subjetivo por si só, justamente porque o artista não se propõe

a detalhar com rigor lógico um processo fundado na intuição. Já nos modelos metodológicos do Design, pretende-se, ao contrário, explicitar do modo mais claro e estruturado possível um processo de concepção que deveria ser decomposto em etapas e passos de maneira hierárquica. Todas estas etapas são montadas em função da primeira delas, depois que algum problema é identificado, contextualizado e explorado.

Visando clarificar alguns dos principais tópicos apresentados por ambos os campos de estudo, a tabela 1 esquematiza certas oposições entre o Design e a Arte Conceitual proposta por LeWitt.

Tabela1: principais diferenças observadas entre o Design e a Arte Conceitual

Design	Arte Conceitual
Obrigatoriamente há um propósito, é utilitário	Não há propósito, não é utilitário
Parte de um problema a ser resolvido	Parte de um conceito ou ideia
O artefato final é avaliado	A ideia, como obra, é avaliada
As ideias são desenvolvidas através de técnicas	Ideias são geradas por intuição
É recomendável que explore emoções	Deve ser emocionalmente seco
A execução é de caráter central	A execução é um assunto perfunctório
O método de Design envolvido é composto por diversas etapas distintas que seguem uma ordem lógica	O método de criação envolvido se resume a ter uma ideia a partir de um conceito e finalizá-la com a menor quantidade de etapas possíveis até sua conclusão
Iteração e feedbacks ocorrem durante o processo	Devem-se evitar ao máximo alterações durante o processo
A forma final é relevante, seja por sua adequação à função ou por aspectos de apelo visual. Valorização da estética	As formas não devem chamar atenção. Devem ser simples e básicas. Boa aparência formal não é importante

5. CONCLUSÕES

Embora normalmente trabalhem com composições visuais e se utilizem de conhecimentos comuns, a Arte e o Design contrastam especialmente quanto à motivação e ao processo de concepção dos objetos. Enquanto a primeira está mais relacionada a artefatos

estéticos, concebidos segundo processos intuitivos, o segundo diz respeito a artefatos de uso, projetados segundo certas regras metodológicas.

Assim, os principais aspectos de diferenciação entre o Design e a Arte Conceitual se situam nos âmbitos da motivação inicial, do uso de técnicas lógicas e iterações durante a concepção dos produtos, e da utilidade e estrutura formal do resultado final.

O Design foi bastante influenciado pelo movimento de aproximação das ciências sociais com as ciências naturais, que visava aperfeiçoar e formalizar estruturas e princípios lógicos. Em relação à Metodologia do Design, tal movimento contribuiu particularmente, desde os anos sessenta, para a transformação de uma parte da “caixa preta” em modelos visíveis e comunicáveis.

Já no campo da Arte, os métodos de concepção não parecem ter sido suficientemente explorados, seja pelas grandes dificuldades impostas por processos intuitivos ou pela simples ausência de aplicabilidade do pensamento sistemático em terreno de criação livre. Apesar da Arte Conceitual de Sol LeWitt colocar em primeiro plano as relações entre concepção, produção e recepção do trabalho artístico, a Metodologia na Arte ainda se apresenta como uma questão a ser amplamente investigada, com grandes possibilidades de gerar um impacto significativo para o campo do Design.

REFERÊNCIAS

ALEXANDER, C. **Notes on the Synthesis of Form**. Cambridge: Harvard University Press, 1964.

ASIMOW, M. **Introdução ao Projeto de engenharia**. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1968.

BATCHELOR, D. **Minimalismo**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1999.

BOMFIM, G. **Metodologia para desenvolvimento de projetos**. João Pessoa: University Press/UFPB, 1995.

BRADY, M. **Art and Design: What's the Big Difference?** In: Critique Magazine, 1998. (http://www.unc.edu/~jbrady/Essays/Art_Design.html) Acesso em 10 dez. 2010.

BÜRDEK, B. **Design: history, theory, and practice of product design**, 1st English ed. Boston, MA: Birkhauser-Publishers for Architecture, 2005.

HAWORTH, J. **Beyond reason: pre-reflexive thought and creativity in art**. Leonardo, Vol. 30, No. 2, 1997.

HICKERSON, C. **Three Essays on Concept in Art.** In: Architectural Association School of Architecture, London, 2004. (<http://crhickerson.com/media/crhickerson-theory-concept.pdf>) Acesso em: 06 dez. 2010.

JONES, J. **Design Methods.** 2nd ed. Indianapolis: Willey, 1992.

KROES, P. (2002). **Design Methodology and the nature of technical artefacts.** Design Studies. vol. 23(3) pp. 287-302.

LEWITT, S. **Paragraphs on Conceptual Art.** Artforum, Vol. 5, No. 10, 1967.

LEWITT, S. **Sentences on Conceptual Art.** In: Art & Language, Vol. 1, No. 1, 1969.

LÖBACH, B. **Design Industrial: Bases para configuração dos produtos industriais.** Freddy Van Camp Translation. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2001.

O'NOLAN, J. **The Difference Between Art and Design.** In: webdesigner depot, 2009. Acesso em 20 nov. 2009.

PORTO FILHO, G. **Arte como teoria da arte: o paradigma linguístico na arte norte-americana dos anos sessenta.** In: 18º Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, 2009, Salvador. Transversalidades nas artes visuais - Anais do Encontro Nacional da ANPAP. Salvador : EDUFBA, 2009.

ROOZENBURG, N.; EEKELS, J. **Product Design: Fundamentals and Methods.** 2nd ed. Chichester: Willey, 1998.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Considerações sobre palavras e práticas vigentes no campo da Moda e sua relação com o design têxtil e de vestuário

Luisa Helena Silva Meirelles e Alberto Cipiniuk

PUC-Rio

luisa883@hotmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Luisa Helena Silva Meirelles - PUC - Rio

Alberto Cipiniuk - PUC - Rio

Considerações sobre palavras e práticas vigentes no campo da moda e sua relação com o design têxtil e de vestuário

Resumo

Neste artigo pretendemos discutir algumas questões apresentadas na dissertação de mestrado em design, do programa de pós-graduação da PUC – Rio, na linha de pesquisa Design: Comunicação, Cultura e Artes, sobre as relações existentes no campo da moda, através das interações entre o campo institucional e o trabalho informal - desempenhado por costureiras - a partir do estudo de caso realizado na favela Rio das Pedras, situada no bairro de Jacarepaguá, na cidade do Rio de Janeiro.

Nos baseamos em Bourdieu e sua teoria sobre o mercado dos bens simbólicos, a fim de explicar o campo da moda e apontar de que maneira algumas palavras vigentes no campo institucional se afastam das práticas objetivas desempenhadas na construção de produtos têxteis e de vestuário.

Palavras-chave: Moda; Design; Vestuário

Abstract

This article aims to discuss some issues presented in Master's thesis in design, the graduate program at PUC- Rio, in the search line Design: Communication, Culture and Arts on the links in the field of fashion, through the interaction between the institutional and informal work – played by seamstresses – from the study conducted at the Rio das Pedras community, located in the neighborhood of Jacarepaguá, in the city of Rio de Janeiro.

We were based on Bourdieu and his theory on the market for symbolic goods in order to explain the field of fashion and show how some existing words in the institutional practices depart from the objective performed in the construction of textiles and clothing.

Keywords: Fashion; Design; Clothing

O campo da Moda

O termo campo da moda é importante do ponto de vista metodológico, e não deve ser confundido com “sistema de moda”.¹ Campo é um espaço simbólico onde as ações acontecem. Se há uma comparação com algo físico, assemelha-se ao campo magnético quanto às forças que operam e incidem sobre ele. O campo é composto pelos agentes sociais que nele operam, portanto, existem agentes que produzem, agentes que recebem e outros responsáveis pela consagração ou legitimação das mercadorias simbólicas, assim como das relações que estes estabelecem entre si.

O sentido da moda pode ser entendido a partir da vivência e das representações que orientam as relações que os consumidores, criadores e formadores de opinião têm com o vestuário. Esta relação tem significado e funciona como instrumento de mediação entre o usuário e o sentido que este imprime em suas ações². Não consiste numa mera renovação de artigos do vestuário, mas implica também na modificação dos juízos e dos gostos dos indivíduos.

O campo da moda caracteriza-se pela distribuição desigual entre os diferentes agentes sociais nele envolvidos, como os criadores que agenciam seus nomes, as marcas consagradas que possuem equipes de estilistas/designers³ para projetar seus artigos, as grandes indústrias que se ocupam da fabricação, os pequenos empresários e comerciantes e os trabalhadores informais. Existem também as instituições sociais que divulgam, consagram e legitimam tais agentes e seus respectivos produtos que dependem da posição que cada um ocupa na estrutura do campo.⁴

Os produtos de moda são duais, isto é, são mercadorias concretas e possuem significações ou sentidos abstratos, e neste sentido podemos considerá-los

¹ Fazemos uma distinção entre o termo “sistema de moda” em Lipovetsky e o termo “campo da moda”. O segundo termo nos parece mais apropriado e tem sua origem na noção de campo de Pierre Bourdieu.

² BERGAMO, Alexandre. *A experiência do status: roupa e moda na trama social*. São Paulo: UNESP, 2007, p.28.

³ Para melhor entendimento ver CHRISTO, Deborah Chagas. Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções da arte, do design e da moda. In: PIRES, D.B. *Design de Moda: Olhares Diversos*. Estação Letras e Cores: São Paulo, 2008.

⁴ BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre: Zouk, 2006, p. 115.

como “*realidades de dupla face*”⁵, que estabelecem uma relação diretamente proporcional entre a consagração cultural e a consagração econômica.

A autonomização do campo da moda

Na Europa a autonomia do criador de moda foi conquistada através de lutas e embates dentro do próprio campo, que culminaram com a abolição das corporações em 1791, logo depois da Revolução Francesa ou da queda do *Ancien Régime*, já que durante esse período os alfaiates e costureiros eram personagens anônimos ligados ao ofício da costura, proibidos de estocar, vender ou fabricar trajas com antecedência.

O movimento de reivindicação pela elevação social dos profissionais ligados à moda havia sido inaugurado nos séculos XV e XVI com os pintores, escultores e arquitetos, que buscaram para suas profissões o estatuto de artes liberais, diferente dos ofícios mecânicos ou artesanais.⁶ As condições históricas existentes nos séculos XVIII e XIX, dentre elas o ideal igualitário vigente na era moderna, favoreceram essa promoção social.

Charles Frederic Worth revolucionou a corte francesa em 1858, com diversas inovações, pois foi o primeiro a ter a ideia de apresentar seus modelos vestidos em jovens semelhantes às suas clientes, além de defender que seu trabalho não consistia em apenas executar, mas em criar os modelos, anteriormente determinados pelas clientes.⁷ Worth foi o primeiro costureiro aceito no círculo fechado da aristocracia e da grande burguesia. Podemos dizer que ele rompeu com a lógica da subordinação entre o costureiro ou a costureira e o cliente, para consagrar a autonomia do modelista, criador dos modelos.⁸

Até então o talento artístico conferido ao realizador dos artigos de moda caracterizava-se por adornar os vestidos, não os inovava nas linhas e na modelagem. Este não foi um fenômeno isolado, pois ocorria movimento semelhante em outras práticas sociais, como na literatura, com o romantismo, que procurava representar

⁵ BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo. Perspectiva, 2005, p.102.

⁶ LIPOVESTKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, São Paulo: Companhia das Letras, 1989, p.86.

⁷ GRUMBACH, Didier. *Histórias da moda*. São Paulo: Cosac Naify, 2009, p.18.

⁸ LIPOVESTSKY, 1989, *op. cit.*, p.79-80.

as práticas sociais associadas à cultura como uma forma de vida ou de trabalho superior.

Apesar das razões apontadas por Bourdieu como motivadoras da constituição do campo de produção erudita em relação à arte ou à literatura não serem as mesmas que em relação à moda, podemos dizer que ao romper com a subordinação ao cliente, o criador autônomo tem o poder para legislar nas questões de gosto, se coloca, de certa forma, na mesma posição do artista quanto à defasagem temporal entre a oferta e a demanda, já que a partir desse momento, com a revolução que Worth fez na moda, as criações passaram a ser desenvolvidas antes da demanda, e aí residiria um dos motivos que poderiam justificar a aproximação entre o ofício da costura e a produção erudita, abandonando definitivamente o sistema artesanal⁹ de produção.

A autonomia de um campo de bens simbólicos se faz na medida em que for maior a liberdade de seus agentes em legislar segundo seus critérios próprios. Isto é, a partir da constituição de um corpo de profissionais que procurem levar em conta as regras firmadas pela própria tradição, buscando liberar seus produtos de toda e qualquer dependência social.¹⁰

Um dos aspectos fundamentais para a consolidação de um campo de produção erudita são as instituições de ensino como instâncias de legitimação e consagração, pois o sistema de ensino delimita o que merece e o que não merece ser transmitido.¹¹

O campo de design de moda no Brasil tem-se constituído academicamente a partir da criação de cursos de extensão, técnicos e de graduação e pós-graduação, em razão da necessidade em formar profissionais com conhecimento acadêmico, já que as práticas estão relativamente consolidadas, ou seja, a produção de materiais têxteis e de vestuário já está disseminada e boa parte da população está comprometida com essas atividades.¹²

⁹ O termo sistema artesanal exemplifica a relação em que o produtor independente (artesão) coloca as suas obras diretamente no mercado sem a necessidade de intermediários e de certa forma este produtor detém o controle de todas as etapas; diferente da produção pós artesanal em que começam a se estabelecer relações tipicamente capitalistas. WILLIANS, Raymond. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2008, p.44.

¹⁰ BOURDIEU, 2005, *op. cit.* p.101.

¹¹ BOURDIEU, 2005, *op. cit.* p.118.

¹² O setor têxtil e de confecção emprega 1,7 milhão de pessoas, das quais 75% são mulheres, sendo o segundo maior empregador da indústria de transformação, segundo o site da ABIT, disponível em www.texbrasil.com.br

Desde meados dos anos 2000 os cursos de graduação em moda seguem as diretrizes dos cursos de design, com o objetivo de tornar mais eficientes e produtivas as empresas dos setores para prepará-las a concorrer com o exterior.¹³

Estrutura e funcionamento do campo da moda

Podemos classificar como integrantes do campo da moda institucional, culta ou erudita: os estilistas consagrados que agenciam suas próprias empresas, e, em geral, têm seus nomes como marca; as marcas consagradas nacionais e internacionais; e os produtores da alta-costura.

O sistema de produção e circulação de bens simbólicos constitui-se a partir das relações objetivas e dos interesses em jogo, definidos pelas posições que os diferentes agentes cumprem no campo, a partir das tarefas de produzir, reproduzir e difundir esses bens.¹⁴ Desta forma, os agentes que atuam no campo da moda institucional articulam-se concebendo e desenvolvendo os produtos têxteis e de vestuário para o mercado institucional, posicionando-se de forma homóloga ao campo de produção erudita, considerando suas relações e suas tomadas de posição, enquanto que o campo da moda popular, composto pelas marcas populares e também pela produção informal, que por vezes é comercializada diretamente pelo artesão/costureira, assemelha-se a da indústria cultural.

O campo de produção erudita se estabelece como um campo que produz apenas para os produtores, na medida em que rompe com o público de não produtores; para nossa análise no campo da moda institucional, este aspecto se apresenta pela tentativa de colocar o criador como a figura central e em estabelecer que o que não está diretamente ligado à figura dele é um mero reflexo deste.¹⁵

Bergamo afirma que:

Toda e qualquer imagem, acerca da moda é imediatamente vinculada à imagem dos criadores e a uma consequente personalização da atividade de criação seja estritamente pessoal e sem referências outras que não as do próprio criador.¹⁶

¹³ PIRES, Dorotéia Baduy. *A história dos cursos de design de moda no Brasil*. Artigo publicado: Revista Nexos. Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda/ Universidade Anhembi Morumbi. Ano VI nº 9, 2002.

¹⁴ BOURDIEU, 2005, *op.cit.* p.105.

¹⁵ BERGAMO, 2007, *op. cit.* p.32

¹⁶ BERGAMO, 2007, *op.cit.* p. 32.

Para demonstrar seu argumento cita uma declaração de Herchcovitch publicada no jornal Folha de São Paulo (25/02/1994) em que este se mostra preso apenas às suas convicções pessoais e de moda como referências.

Temos como exemplo dois enunciados vigentes no campo que buscam aproximar a atividade criativa do campo da moda institucional com a arte. Como é o caso de Gilson Martins que ao explanar sobre seu caminho profissional declara: “*Não acho importante ficar preso a padrões e a planejamentos excessivamente rígidos. [...] A alma do artista fala mais alto*”.¹⁷

E relata:

Nessa época, Rosa Magalhães, minha ex- professora na Escola de Belas-Artes da UFRJ indicou-me para fazer uma exposição no Centro Cultural da Caixa Econômica Federal, no Shopping da Gávea. Eles me convidaram e realizei minha primeira exposição de bolsas-escultura. Pela primeira vez o nome de Gilson Martins foi mencionado. Ali nasceu o *designer* das bolsas-escultura, das bolsas esquisitas, que ficam em pé, que tem pernas, molas, das bolsas- arte. [...] As peças foram, inclusive, enviadas ao Museu do Louvre, em Paris.¹⁸

Ou ainda como Ronaldo Fraga, na entrevista de Cristina Ramalho para o caderno Outlook do jornal Brasil Econômico (01/04/2010), intitulada “Nossa já fui longe demais”, em que a jornalista afirmava: “*a gente vê sua moda e entende que ela é arte, não só roupa*”, e Ronaldo Fraga assegurava que: “*A moda é só suporte. Sempre foi isso para mim. As pessoas que mais admiro na moda têm essa mesma relação com ela, de que a roupa é detalhe, o que importa é a arte, as relações que ela faz*”.¹⁹

Além dos trechos de entrevistas citados acima, apontamos, também, depoimentos que desprezam o conhecimento de técnicas necessárias para a construção de roupas, como é o caso da modelagem, na matéria publicada no caderno ELA do jornal O Globo (09/10/2010) sobre o lançamento da grife própria de Bel Niemeyer, filha de Lenny Niemeyer²⁰, em que a designer declara achar desnecessário ter conhecimento em modelagem, pois afirma que “tem a ideia e manda executar”.

É curioso observar que os exemplos acima, além de desconsiderarem a importância do conhecimento técnico e projetual, como fatores relevantes para o desenvolvimento de um produto têxtil e de vestuário, não descrevem os aspectos

¹⁷ MARTINS, Gilson. *Gilson Martins*: depoimento a Gláucia Centeno. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 2004, p.11.

¹⁸ CENTENO, *op.cit.* p.12

¹⁹ NOVAES, Carolina Isabel. Bel, a míni. *O Globo*, Rio de Janeiro, 09 out. 2010. Caderno ELA.

²⁰ Empresária e estilista consagrada no setor de moda praia.

objetivos e práticos, que implicam na atuação do profissional que desenvolve esses produtos.

Isto leva a crer que em alguns casos tais palavras e termos servem como estratégia para aumentar o capital simbólico e, conseqüentemente, o capital financeiro dos agentes do campo erudito, já que os nomes citados acima são de profissionais que também atuam como empresários no campo da moda, e desta forma estão sujeitos às implicações inerentes à atividade e ao mercado, já que apesar do enunciado vigente, sabemos que na prática objetiva esses produtos precisam ser comercializados para que o ciclo da renovação constante se realmente.

A rotina profissional do designer têxtil e de vestuário, seja ele empresário ou não, é pautada por prazos, planilhas de custo, planilhas de venda, contato com fornecedores, análise de desempenho de produtos das coleções anteriores, disponibilidade do fornecedor em atender às solicitações em quantidades materiais, cores e etc. Além disso, o designer precisa ter conhecimento sobre forma, processos criativos e meios produtivos como: materiais, aviamentos, processos de fabricação e beneficiamentos e, ainda, conhecer seu usuário, para que possa com isso minimizar os riscos quanto ao desempenho comercial do produto.

Christo²¹ aponta que existe ainda uma dificuldade por parte dos criadores de produtos têxteis e de vestuário, que atuam no campo erudito em aceitar essa relação, pois conforme dito acima, eles se colocam em um patamar supostamente mais elevado, quando tentam aproximar-se da arte como uma atividade livre e descomprometida com o mercado, posições que reforçam a visão do designer como o criador de formas, totalmente desligado do processo produtivo. Contudo, sabemos que, historicamente, foram razões de ordem econômica que implicaram na separação entre a parte conceitual e material do trabalho, já que ao empregar um único designer e diversos trabalhadores não qualificados no processo de elaboração do produto, o empregador estaria reduzindo custos.²²

Apesar das palavras que se empregam para associar a moda e seus criadores a artistas, podemos observar que atualmente são fábricas de Bangladesh, Índia e China que alimentam os mercados ocidentais com peças do vestuário, empregan-

²¹ CHRISTO, Deborah Chagas. *Reflexões sobre Epistemologia do Design enfocando o Design de Moda*. Artigo apresentado no VI Colóquio de Moda, São Paulo, 2010, p.7.

²² DENIS, Rafael Cardoso. *As origens históricas do designer: algumas considerações iniciais*. 1996, p.64.

do iniciantes em geral mulheres e até crianças.²³ E, da mesma forma, temos trabalhadores informais, muitas vezes moradores de espaços periféricos urbanos, como as costureiras da favela Rio das Pedras, entrevistadas para a nossa pesquisa de mestrado, que são parte integrante do campo institucional da moda, mas que atuam na invisibilidade dentro cadeia produtiva.

Ao analisar as entrevistas realizadas com um grupo de sete costureiras, moradoras da referida favela, pudemos observar que existe uma dicotomia entre a compreensão dos aspectos que elas entendem como importantes para a construção de um objeto de design têxtil e de vestuário. Para essas mulheres é extremamente importante possuir conhecimento técnico construtivo dos produtos, além de considerarem importante também, saber desenhar, capacitação que nenhuma delas afirmou possuir.

No entanto, por mais que a moda se caracterize como um fenômeno com alta carga simbólica - já que através das roupas e dos adornos pessoais o indivíduo se expressa e se posiciona diante da sociedade - existe o aspecto material e concreto dos produtos de moda, pois o código conceitual de diferenças se expressa através do código material de diferenças.

Não pretendemos ser relativistas, tampouco etnocêntricos, mas é importante considerar que o hiato existente entre as diferentes concepções pode se revelar como um aspecto sintomático sobre questões nevrálgicas no âmbito do design têxtil e de vestuário. A questão que trazemos é como equacionar de um lado profissionais institucionais que omitem a prática objetiva de sua atividade; alunos em formação nos cursos de graduação em design de moda, que em geral desprezam o conhecimento técnico necessário para pensar projetualmente o desenvolvimento dos produtos, e, de outro, costureiras, modelistas, pilotistas, entre tantos outros profissionais que atuam nessa cadeia produtiva.

Cabe aqui uma última questão sobre em que medida a reprodução sem reflexão das palavras empregadas e vigentes no campo institucional, não contribuem para reforçar e aumentar o fosso existente entre os diferentes agentes que nele atuam.

²³ SUDJIC, Deyan. *A linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Ed. Intrínseca, 2010, p.149.

Referências Bibliográficas

BERGAMO, Alexandre. *A experiência do status: roupa e moda na trama social*. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Ed. Perspectiva: 2005.

_____. *A Produção da Crença*. Contribuição para uma economia dos bens simbólicos. RS: Ed. Zouk, 2006.

CHRISTO, Deborah Chagas. Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções da arte, do design e da moda. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org.) *Design de Moda: olhares diversos*. São Paulo. Estação das Letras e Cores, 2008.

_____. *Reflexões sobre Epistemologia do Design enfocando o Design de Moda*. In: VI Colóquio de Moda, 2010, São Paulo. Anais do VI Colóquio de Moda. Universidade Anhembi Morumbi.

DENIS, Rafael Cardoso. As origens históricas do designer: algumas considerações iniciais. In: *Estudos em Design*, vol. IV, nº2, Rio de Janeiro, AEnD – Br, 1996,p.59-72.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Aurélio Século XXI*. O dicionário da língua Portuguesa: Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GRUMBACH, Didier. *Histórias da moda*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

HOUAISS. Minidicionário Houaiss da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

MARTINS, Gilson. *Gilson Martins: depoimento a Gláucia Centeno*. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 2004.

NOVAES, Carolina Isabel. Bel, a míni. *O Globo*, Rio de Janeiro, 09 out. 2010. Caderno ELA.

PIRES, Dorotéia Baduy. *A história dos cursos de design de moda no Brasil*. Artigo publicado: Revista Nexos. Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi. Ano VI nº 9, 2002. Disponível em:

www.design.org.br/artigos_cientificos/db_historia_escola_design_moda_1_pdf.

Acesso em 05 abr. 2011

RAMALHO, Cristina. Nossa já fui longe demais. *Brasil Econômico*, São Paulo, 01 abr. 2010. Caderno Outlook.

SUDJIC, Deyan. *A linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

WILLIANS, Raymond. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

**A fabricação dos objetos entre as palavras e as coisas: a
mutação dos formatos analógicos, antes mais sensíveis,
para os formatos digitais, agora mais inteligíveis**

Maria Eliana Facciolla Paiva

Universidade de São Paulo

mefpaiva@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

A fabricação dos objetos entre as palavras e as coisas: a mutação metodológica dos formatos analógicos, antes mais sensíveis, para os formatos digitais, agora mais inteligíveis

Maria Eliana Facciolla Paiva¹

Resumo

Na era informacional transmutam novos códigos visuais determinados por ações objetivas mediadas pelos fluxos de informação, cuja expressão formal das mensagens se coloca de maneira mais interpretativa para a ordem dos objetos. É dentro no campo ambientado pela tecnologia multimídia da comunicação, junto aos automatismos digitais, que as matrizes virtuais do design contruídas e mediadas por computador serão continuamente orientadas para a sua compreensão de maneira mais inteligível e menos sensível. Isso desde seu projeto original que envolve a escrita, serialização e os modelos de representação.

Palavras-chave: matriz; palavra; imagem; design; projeto.

Abstract

In the times of information science new visual codes transmute due to objective actions mediated by the flows of information, the messages' formal expression of which is more interpretative for the order of the objects. It is within the field set by the multimedia technology of communication, together with the digital automatisms, that computer-aided virtual matrixes of design will be continuously oriented towards a more intelligible and less sensitive understanding, since the development of their original project, which involves writing, serialization and models or representation.

Key words: matrix; word; image; design; project.

As matrizes moderna e pós-moderna do século XX: do verbal ao visual

No campo de busca da identidade hegemônica e universal dos projetos que se produziu na primeira metade século XX, o resultado conjunto das matrizes da escrita e da imagem iniciava a experiência através da solução dos problemas. Levantados e resolvidos de acordo com os estudos formais do desenho e identificados através do ensino da arte.

O design da matriz e sua ordem estrutural e visual foram, então, entendidos na razão lógica e direta da anterior versatilidade técnica dos meios construtivos à disposição dos meios encarregados de fornecer o instrumental e o material. No entanto, é nessa primeira fase industrial que fatores constitutivos das ações projetivas para o design insistem em enfatizar as relações construtivas do sensível. Isso para que, tanto o investimento teórico, como o

¹ Pesquisadora das Teorias da Imagem e Design. Formação doutoral D.E.A. (*Diplôme d'Études Approfondies*) em Estéticas, Tecnologias e Criação Artísticas pela Universidade de Paris 8. Doutora em Ciências da Comunicação, pela USP. Pós-doutora, pela Escola de Comunicação da UFRJ. E-mail: mefpaiva@gmail.com.

engajamento na discussão em torno do resultado dos objetos a serem produzidos, venham a ser feitas na relação direta dos formatos conhecidos. Pois eles evoluem em consonância com as crenças no progresso industrial, junto ao reconhecimento de marcas artísticas e sociais difundidas pela modernidade.

Da mesma maneira, a teoria da imagem começa a se afirmar por meio da produção material disponível como a gravura, a ilustração e depois da fotografia, em uma mesma perspectiva contextual de expressão que demanda *a priori* a sensibilidade de reconhecimento do observador e igual envolvimento de quem produz. O espaço restrito entre teoria e prática de composição dos formatos através dos meios técnicos disponíveis justificava, com mais sabor, a permanência dos apelos dos sentidos e da percepção, em espaços comuns, ao aliar estética e ética do fazer.

A realidade projetual dos objetos do design demora a se manifestar formalmente por meio da simples representação da imagem. Esta realidade não era de imediata decifrada, já que a interferência da qualidade de expressão verbal era valorizada ao limite. Os objetos imprimiam a necessidade da utilização de algum código textual e solidário e imediatamente decifrável em seu contexto. Por isso o começo do entendimento, criação e adoção de códigos visuais de informação dos projetos e normatização industrial das matrizes gráficas dos objetos, demandou um acordo contemporâneo com a crescente evolução dos métodos de reprodução da imagem. Foi nesse momento que a comunicação visual do século passado passou a investir em um aporte e pesquisa cada vez mais independente do código verbal, que antes era o primeiro a ordenar os sentidos do objeto.

Mas é nessa época pré-moderna e moderna que “o tempo passa a ter um sentido lógico e evolutivo”². No entanto é “o cientista fala pela natureza e pelos fatos, uma vez que ele detém o mecanismo de interpretação que o sujeito comum não possui”. O cidadão comum estabelece uma identidade pública, quase que empática e afetiva em relação aos discursos correspondente expressos nos objetos de comunicação. Cujo poder no dizer e na fala da mensagem é direito do criador, desse representante que se responsabiliza por determinar o conjunto exato de compreensão verbal dos formatos visuais do desenvolvimento dos projetos em design. Pode-se entender que para ele existe sempre o pensamento ambivalente entre o materialista e o espiritualista. Mas a identificação se faz através a ciência na qual se engaja a ordem de uma teoria formal, protegida pela razão do progresso e do industrialismo, porém, “movida pelos sentimentos, intuição, imaginação”.

² Rudinei Kopp, *Design gráfico cambiante*. Teresópolis: 2AB, 2009, 3ª Ed., pp. 27-28. (Igual para todas as citações entre aspas que seguem nos dois parágrafos).

“Há uma modernidade cuja pretensão era constituir sistemas de elementos puros, eliminar tudo o que fosse híbrido”. Nessa entanto, na maneira aparentemente contraditória da rapidez das inovações: “todas as tentativas de criar conjuntos de elementos puros, decifráveis, geraram, na verdade, a proliferação de elementos híbridos”. É sabido que o homem moderno criou uma imagem de si mesmo e esta imagem é ideologicamente divulgada como universal e pública. Se ela é falsa ou verdadeira é um assunto a ser discutido pelos próprios meios de divulgação. No entanto, o que a modernidade pretendeu foi tentar formalizar um status teórico para a prática do “projeto hegemônico”, em contato com o meio que exigia este rumo de pensamento.

O começo do século XX é um período de acontecimentos intensos. Sua agitação cultural, social, política e econômica deram condições para a eclosão de momentos determinantes para as décadas posteriores. (KOPP, 2009, p.29)

Nesse aspecto e, sob o usufruto da reflexão histórica e comparativa das pesquisas, a interferência da maioria dos movimentos emancipava a criação em favor da técnica que “é elevada à instância máxima do desenvolvimento humano” (KOOP, 2009, p. 28). Com a reprodução serial dos objetos se dá numa perspectiva primeira de estudo da determinação e identidade dos espaços para o estudo do projeto e arte e, depois, do design e da arquitetura.

Enfim, entende-se que foi a partir do domínio dos processos maquínicos e industriais, desenvolvidos e normatizados pelas instituições e escolas de design implementadas especialmente, que as imagens projetivas começam a compor de mais a mais a partir de uma relação investigativa com a arte cujos processos já eram então conhecidos. Especialmente, quando se trata da necessária e exigida renovação dos critérios, a formatação matricial dos objetos por parte da indústria, em franca expansão, se legitima com a necessária discussão representativa dos discursos expressos formalmente nas coisas.

De maneira mais objetiva o processo, no século passado, da prática formativa das matrizes gráfico-visuais desenvolve através da palavra gráfica projetada pela composição dos tipos. Estudada e composta por meio da tipologia de maneira mecânica, a significativa difusão de objetos se aproxima, como no raciocínio anterior, aos formatos cujas soluções deviam formalizar um aporte de conteúdo mais linguístico. Ou seja, se as significações expressas no conjunto da matriz uniam texto e imagem de forma colaborativa, o projeto visual seguia desenhando o conteúdo formal do objeto de design, estético e funcional, investindo primeiro através do entendimento das palavras, que depois poderiam ser contextualizadas através das ilustrações de imagens.

Contando com a leitura imediata da imagem de acordo com a visibilidade das palavras, o problema agora se coloca é que o uso cada vez mais freqüente e extensivo da imagem, com descoberta do valor e expressão informativa, que aos poucos, soma-se ao aspecto de desagregação do sentido verbal.

Assim é que o controle dos formatos do design, aparentemente inseridos numa ordem lingüística, se transforma. Conforme a multiplicidade de inserção dos componentes signícos puramente visuais. Portanto, na medida em que se avança na evolução das técnicas de reprodução, a ampliação, aplicação e constância da qualificação informativa da imagem se intensificam. Ao mesmo tempo em que se desenvolve o aspecto teórico e conceitual de que o uso da imagem é componente compreensível, porém ilustrativo e engajado junto à aplicação verbal na matriz, tanto na composição mecânica como na serialização dos projetos.

Pode-se considerar como *design* uma atividade própria da humanidade. Uma época que quer se autoconhecer e autodeterminar. Se, como Foucault (1999) observou, o 'homem' foi inventado na modernidade, o *design* é da mesma forma criado, definido, colocado sob controle, inserido em algum tipo de ordem, separado da atividade cotidiana, amparado por disciplinas científicas, compreendido como função importante no setor industrial e, mais adiante, elevado, principalmente em nível discursivo, à condição de ferramenta para alcançar uma sociedade mais igualitária e humana, através do desenvolvimento de produtos e edificações acessíveis a todos os cidadãos (um verdadeiro projeto iluminista ou moderno, no sentido "heróico da palavra). (KOPP, 2009, p. 40)

Agora os textos podem ser imagens que estampam e realizam de maneira diferente a formatação matricial dos projetos informativos, por meio de formulações e evolução das técnicas de composição tipográficas e utilização das técnicas reprodutivas da imagem. No entanto, ainda é o estudo tipológico e visual do texto que exerce a influência verbal e descritiva para leitura das matrizes dos objetos, colocando a agregação de um novo valor formal das imagens dos textos como contextos de satisfatória expressão do sensível. Como já escrevemos, foi uma época na qual público atuava em conjunto com os valores inscritos no estudo dos objetos, em uma correspondência que se dava, necessariamente, através das sensibilidades e identificações mais diretas, que envolvia basicamente o reconhecimento daquilo que verbal e visualmente estava sendo transmitido.

O designer, por sua vez, ao buscar dar significado às coisas por meio de seus signos verbais e visuais se depara com a máxima de Aristóteles segundo o qual a nossa percepção de mundo está em relação com os quais: "nossos sentimentos e afeições são retratos das coisas". (CONSOLO, 2009, p. 17).

Por fim, temos que o aspecto sensível de realização dos formatos, neste momento, é uma referência importante para que as codificações visuais se tornassem, aos poucos, mais adequadas na utilização dos materiais e novidades industriais. Porém, é sempre na relação de aproximação daquilo que os formatos conhecidos descreviam para o objeto, é que se buscava a compreensão, exigindo a participação dos sentimentos que levam ao exame da percepção, a admissão da aprendizagem, a identificação e legitimação.

As novas ferramentas tecnológicas e algumas interpretações teóricas

Híbrido ou puro, o sistema de produção do design, cuja ação projetiva aprendeu atuar através do pensamento sensível para a criação, temporalidade e finalidade do projeto remete, para o seu conjunto formal em uma sociedade que aceita, de maneira quase coletiva, o objeto para o seu consumo. Ainda no jeito moderno, sem responder diretamente às individualidades de certa forma impossíveis de serem colocadas e difundidas através do design dos formatos ainda diretamente ligados às práticas seriais da industrialização.

Como já descrito anteriormente, o design tem o papel de gerar códigos culturais e os símbolos que fazem parte do registro histórico ao longo do tempo. Só a diagramação de um livro ou documento faria esse papel? Ou é necessário que o designer entenda a articulação e faça, de certa forma, a edição de fatos e entenda o impacto no imaginário das pessoas. Como se processa a memória? Cabe a ele a reunião e edição de conteúdos históricos? Creio que, ao determinar hierarquias de leituras e ordenar informações, ou quando selecionamos imagens, estamos trabalhando com o repertório simbólico de uma época. Lembramos das coisas que nos emocionaram de alguma maneira. Para trabalhar com esse universo, é necessário ter liberdade de conhecer outros repertórios com “olhos de criança” – como um antropólogo ou arqueólogo frente ao seu objeto raríssimo. Aqui resvalamos com a história das pessoas, suas emoções e afetos. (CONSOLO, 2009, p. 23)

Depois da fase da modernidade técnica e funcional dos projetos no meio do século XX, concebendo e acrescentando os resultados das expressões formais que envolvem a sensibilidade, as matrizes projetivas do design foram depois elaboradas dentro da competência construtiva e do instrumental tecnológico desenvolvido e disponível. De maneira fragmentada, a etapa seqüente da pós-modernidade passa a interpretar os modelos dentro da lógica objetiva junto à disposição dos resultados compositivos minimizando as grandes narrativas.

A pós-modernidade que se segue começa a abolir certas fronteiras da criatividade até então colocadas pela noção de universalidade humana. O questionamento que rompe com a modernidade, amplia e quantifica a formulação de códigos e mesmo os transforma. Depois do período de guerras e regimes totalitários, a exigência da auto-expressão e o experimentalismo

libertário no uso das formas e cores ampliam a qualidade projetual para novos horizontes na produção dos objetos do design. Especialmente porque a sociedade começava a mostrar e exigir a visibilidade da sua complexidade interna, sua partição e ampliação em grupos específicos e atuantes na sociedade da informação que se formava e, que definiriam narrativas mais próprias e específicas.

No rastro do desenvolvimento tecnológico e evolução da informática a globalização se dá por meio de fragmentações que se utilizam do acréscimo de técnicas que valorizavam a expressão de crenças, etnias, relações afetivas e relatos, cujas grandes narrativas antes ignoravam. Os projetos devem, a partir de agora, se colocar em função das distinções hierárquicas dos vários nichos culturais e tipos de situações sociais. Separando a soma dos estilos, misturando códigos, desunificando valores ditos antes universais, descentralizando a produção nos meios, o pós-modernismo reivindica as etapas de interpretação e a mudança dos formatos sensíveis para os inteligíveis.

Somente quando a tecnologia da informática se torna definitivamente o instrumento essencial de produção, suplantando as técnicas de reprodução mecânicas e industriais, até então conhecidas, que os formatos começam insistentemente a se opor ao conhecimento imediato, sensível e intuitivo do objeto. Mas se é ainda a evolução técnica, agora tecnológica, que amplia as possibilidades instrumentais, na verdade será a realidade de alcance das escolhas dos diversos modelos que ajudam a tornar o método de produção e recepção concreta das matrizes mais interpretativo e menos sensível. Qualquer indivíduo pode ter acesso a todas as etapas de produção, aos materiais, às modificações que podem ser arquitetadas, aos projetos que se tornam de mais a mais fruto de escolhas pessoais.

Portanto a espetacular mudança de métodos de criação e fabricação dos objetos se vale da inclusão necessária de interpretação para o consumo. Os formatos começam a transmutar para a renovação que torna o objeto, necessariamente, mais inteligível e ligado diretamente à compreensão de que aquilo passa pelo estudo e é antecipado pelo projeto de design. No entanto, entre palavras e coisas, ações e projetos, ainda é preciso exercer uma ordem para validar os objetos junto aos processos matriciais de apresentação e informação dos elementos que ganham uma flexibilidade diferente:

A Revolução Industrial que alcançou a indústria para o centro da economia mundial, criando toda uma estética e modo de ver o mundo, ocupa agora um plano secundário. A revolução a que assistimos a partir da metade do século XX foi a da informação e do entretenimento. O trânsito de signos passou a ser mais emblemático dessa era do que o trânsito de automóveis ou locomotivas carregadas de trigo ou carvão. Assim como o setor agrícola perdeu relevância a partir do século XIX, e a burguesia ascendeu como classe dominante no âmbito econômico e

político (mais adiante no campo cultural), hoje sabemos, como antecipou Daniel Bell em 1973, que a sociedade está calcada na tecnologia, na informação e na informática. (KOPP, 2009, pp. 36-37)

O formato potencial e informativo das diversas modelagens visuais, que vem sendo desenhadas com o objetivo de desenvolver uma ampla cultura visual do projeto com o acesso aberto e irrestrito, se preocupa por antecipação com a geração de imagem.

Assim, fazendo um salto de um século, o que temos agora é que os aspectos atuais de representação desenvolvidos nos meios digitais e sustentando a validação criativa e produtiva do inteligível em detrimento do sensível. No entanto, o que mais vale conservar como ordem de pensamento é o entendimento evolução dos formatos que investe na propriedade metodológica interpretada pelo próprio objeto, do que sua simples representação geral e dispositiva anteriormente dispersa em volumes amorfos e idênticos dos formatos fornecidos pelas mídias.

As ferramentas tecnológicas de agora constroem a escrita e a imagem da escrita, por exemplo, ainda por meio de interpretações locais e ambientais dos sistemas tecnológicos, cuja objetividade é individual do designer e referencial para o consumidor. Não mais preocupados com o fácil entendimento dos projetos, os objetos de design excluem as diversas práticas que se resolviam em inúmeras etapas práticas e experimentais de construção técnica e industrial dos objetos, que dificultavam a incorporação interpretativa de particularidades e peculiaridades individuais. É então a partir da renovação tecnológica dos meios produtivos que a atualidade dos projetos se utiliza do envolvimento de uma lógica mais inteligível própria e de métodos pessoais dos autores ou designer, e dos meios os quais dispõem. A ação informativa é idealizada através do acesso aos programas informáticos que facilitam o design dos objetos, cujas novas ferramentas queimam etapas e estão à disposição de todos para facilitação de resultados.

Uma das questões que se coloca é se a normatização dos projetos revistos na sua maneira direcional da cultura compõe os sentidos do uso e reuso da solução dos problemas levantados pelos projetos em design. Se antes estes eram colocados para testar a sensibilidade e empatia do público, devem agora estar compreensíveis e dentro da lógica de significação determinada agora pelos sistemas inteligíveis da comunicação.

Ou seja, o que mais se discute é se podemos ainda falar em *representação da realidade* da imagem, sendo que a realidade tecnológica e audiovisual começa a se antecipar à problemática de solução temática que envolve a construção formal deste ou daquele objeto. Objeto este que deixou de incorporar a preocupação anterior com a compreensão estética de

massa ou o projeto midiático do público consumidor, para agora se dirigir diretamente para os anseios e desejos do sujeito individual. Sujeito este que desenvolve sua própria interpretação e exige um objeto específico e constitutivo de acordo com seus próprios gostos e valores.

O espírito dos tempos para as palavras e as coisas, do sensível ao inteligível

Neste momento comprova-se, de novo, a mudança do que podemos chamar de representação do sensível da realidade pública para a simulação inteligível e individual dada pela imagem virtual, ligada aos automatismos e às possibilidades infinitas de composição e recomposição informática dos modelos dos objetos comunicativos do design. É dessa maneira que o conceito de *representação da realidade* vai sofrer sucessivas alterações frente às novas ferramentas e junto à inovação de operações metodológicas dos projetos que tendem ampliar as possibilidades de mutações culturais infinitas do projeto original. Por meio do projeto que envolve soluções e métodos do design que estabelecem uma relação mais científica, construir e desconstruir objetos são uma normalidade reconhecida dos projetos, que não acarreta no prejuízo de confundir as orientações sensíveis com as ordenações interpretativas. Cada caso se torna de fato um caso, e as palavras se soltam das coisas sensíveis para definitivamente se tornarem objetos interpretativos.

Cecília Consolo, citando a colocação de Mirja Kalviainen, professora e pesquisadora da *Kuopio Academy of Design*, da Finlândia:

“A forma não mais segue a função. A forma segue o significado – considerando que o processo de design deve incorporar uma compreensão, além dos aspectos cognitivos, também o “como” as coisas são percebidas. (CONSOLO, 2009, p. 20).

As diversas metodologias surgem e ressurgem, envolvendo certa atemporalidade para ajudar a definir o resultado dos formatos representativos de acordo com as diversas redes pelos quais transita o objeto comunicativo com base no seu próprio *Zeitgeist*, argumentando que o momento histórico ascende para uma defesa intelectual interpretativa e individual. E quando esses aspectos interpretativos de agora quase que recuperam uma cronologia romântica, própria e espiritual. O que antes não era possível por não ser permitido confundir a necessária idealização social da militância coletiva e sensível da criação universal e coletiva, agora tem o poder de se tornar referência ao significar a necessidade de individualizar a compreensão dirigida e interpretada.

O que queremos dizer é que, com a possível equivalência das materialidades, operando em uma mesma dimensão de tempo e de espaço, o que entra em crise são as referências. A representação em si é, muitas vezes, tomada como o próprio objeto. Com isso, tomamos a representação pelo objeto representado, fazendo com

que haja um efeito de real que pareça suplantar a realidade imediata. (REYES, 2004, p. 390)

Na sequência, o histórico dos processos relacionais entre as várias linguagens processuais da informática de ação projetiva nas redes de informação apresenta aspectos de composição visual da imagem, presentes no cotidiano do consumidor, que resultam da fabricação técnica e tecnológica que se associam à previsão das evoluções materiais dos dispositivos. O que vai exigir sempre a mediação mais objetiva, mas que não evita o “confronto entre expressão e representação” (FERRARA, 2002, p. 53).

Dessa maneira conclui-se que o (re)processamento dos resultados da cultura histórica sedimentada na evolução compositiva da funcionalidade real e experimental da representação visual objetos, está cada vez mais longe da estrutura da representação verbal. Se antes a solução do design da escrita e da imagem nos objetos formava uma aliança ilimitada de colaboração criativa para a construção das matrizes dos meios de comunicação, agora todo o projeto se aproxima do campo, também, colaborativo da engenharia e da inteligência artificial.

Entende-se, então, que uma maneira de conhecimento determinado qualifica uma forma visual e definida do objeto e que, substancialmente, indica uma imagem própria colocada para o projeto concretizado com determinações no argumento de ser mais bem integrado aos anseios pessoais e assim compreendido pelo público pré-determinado. Como uma simples extensão da lógica do *engineering design* quanto às dimensões culturais, simbólicas, estéticas, sociais, éticas, retóricas, hermenêuticas, e outras que são constitutivas para todo o ato do design, e o aporte fotográfico por exemplo.

Podemos dizer que, agora, se trata de uma *lógica* [teoria e prática] plural, dentro de uma paleta individual de seus próprios elementos desenvolvidos no projeto voltado para um único indivíduo, o que antes era prioritariamente pensado e executado para as massas de consumidores. Por causa também da dificuldade de transmissão gráfica e digital das palavras e imagens que antes demandavam recursos demorados e dispendiosos.

Dessa maneira pode-se caracterizar, agora, que o corpus opinativo e sistematizado que envolve o projeto e a prática no design, faz tudo congrega na direção de formulações de uma teoria considerada forte. Sem que se perca a direção metodológica, que envolve o ato de construir objetos visuais, a liberdade criadora se vale de novos instrumentos atados aos métodos pessoais e interpretativos do autor ou designer. Que se esmera na inteligibilidade do resultado facilitado pela instrumentalização digital e se valendo do legado cumulativo da cultura do sensível.

Quer dizer que a teoria agora não determina somente a prática, mas ela se transmuta e ordena os processos da comunicação através dos objetos que exalam princípios interdisciplinares ou transdisciplinares. Princípios estes que não são somente normativos ou prescritivos, nem se reduzem a uma metodologia generalizada e imposta pela sensibilidade de uso e qualidade dos meios na fabricação. Porém, se mantém sob um registro descritivo das formas compreensíveis e já interpretadas pela inteligibilidade dos projetos pessoais.

Referências

- ARANTES, Priscila Arantes. **@rte e mídia: perspectivas da estética digital**. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- BELLUZO DE CAMPOS, Gisela, “Arte, design e linguagem visual”. Em **Faces do design: ensaios sobre arte, cultura visual, design gráfico e novas mídias**, pp. 65-79. Mônica Moura (org.). São Paulo: Edições Rosari, 2009.
- CONSOLO, Cecília. “A trajetória simbólica e cultural: uma reflexão sobre a linguagem do design”. Em **Anatomia do design: uma análise de design gráfico brasileiro**, Capítulo 1, pp. 16-25. Cecília Consolo (org.). São Paulo: Blücher, 2009.
- FERRARA, Lucrecia d’Alessio. **Design em espaços**. São Paulo: Edições Rosari, 2002. Coleção TextosDesign.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. Trad. Raquel Abi-Sâmara, São Paulo: Cosac Naify, 2007, org. Rafael Cardoso.
- KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009
- MOLES, Abraham. **Teoria da informação e percepção estética**. Trad. Helena Parente Cunha. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/EdUnB, 1978.
- MITCHELL, William. “Replacing place”, pp. 113-128. Em Peter Lunenfeld (ed.). **The digital dialectic. New essays on new media**. Cambridge: Mit Press, 1999.
- MITCHELL, William. **Iconology: image, text, ideology**. Chicago: The University of Chicago Press, 1986.
- OGIEN, Ruwen. “La place du design dans la conception ‘juridique’ de l’art”, pp. 175-180. Em **Le design: essais sur des théories e des pratiques**, Brigitte Flamand (org). Paris: Editions de l’institut français de la mode, 2006.
- PAIVA, M. Eliana F. **Cultura da imagem e geração da imagem: arte, design e fotografia**. Trabalho de Pós-Doutorado, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010. (No prelo).
- COUCHOT, Edmond. **La technologie dans l’art: de la photographie à la réalité virtuelle**. Nimes: Éditions Jaqueline Chambon, 1998.
- COUCHOT, Edmond. *Da representação à simulação: evolução das técnicas e das artes da figuração*. Em **Imagem e máquina: a era das tecnologias do virtual**, pp. 37-48. André Parente (org.). Trad. Rogério Luz. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

Páginas Web

- Priscila Arantes, **Estéticas tecnológicas: da forma ao fluxo**. Disponível em <http://www.arte.unb.br/6art/textos/priscila.pdf> Acesso 9 de fevereiro 2011.
- Paulo Belo Reyes, **A noção de representação nos processos digitais**. VIII Congresso Ibero-Americano de Gráfica Digital SIGRADI-2004-Unisinos Disponível em http://cumincades.scix.net/data/works/att/sigradi2004_390.content.pdf Acesso 28 fevereiro 2011.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

**Para além do objeto existe um som: por uma escuta do
design**

Maria Lucília Borges

PUC/SP

luciliaborges@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Para além do objeto existe um som: por uma escuta do *design*

M. Lucília Borges¹

Resumo: Com o avanço da ciência e tecnologia, as ferramentas de *design* adquiriram potencialidades de máquina, e a máquina tornou-se não apenas “ferramenta” de produção de *objetos* como passou a ser, ela mesma, o *objeto*. O projeto do *design* migrou da materialidade do papel e do objeto palpável para a “imaterialidade” dos bits e bytes, do fixo para o fluxo, do programado para o *acontecimento*, sempre em processo. O som, matéria-prima da música, invadiu o território do *design* borrando as fronteiras entre som, imagem, visível, invisível. Desta forma, este artigo propõe apontar a *potência projetiva* do *design*, a qual vai além da produção de objetos de consumo, indo ao encontro do som e da “produção” de afectos.

Palavras-Chave: objeto; projeto; afecto; potência; escuta.

Abstract: *With the advancement of science and technology, design tools acquired potentialities of machine, and the machine has become not only "tool" to produce such objects as well as has become, itself the object. The project of design has migrated from the materiality of paper and tangible object to the "immateriality" of bits and bytes, from fixed to the flux, from programmed for the event, always in process. The sound, the raw material of music, invaded the territory of design "blurring" the boundaries between sound, image, visible, invisible. Thus, this paper proposes to point out the projective potency of design, which goes beyond the production of consumer objects, going to meet the sound and the "production" of affects.*

Keywords: *object; project; affect; potency; listen.*

Introdução

Se um dia foi possível tocar os objetos de *design*, com o avanço da ciência e das novas tecnologias é o próprio tocar que se expande para além das mãos, indo ao alcance dos olhos e ouvidos: olhos e ouvidos que tateiam. Mas não só, o próprio corpo torna-se um grande olho, um grande ouvido, como se recuperasse a potencialidade do ver e do escutar sem que para isso tenha que usar os sentidos apropriados para tal (os olhos para ver e ouvidos para escutar). Os objetos dão ao olho que os olha “uma função que já não é óptica mas háptica. É uma animalidade que não se pode ver sem tocá-la com o espírito, sem que o espírito se torne um dedo, inclusive através do olho.” (DELEUZE e GUATTARI, 1997: 205)

As mudanças provocadas pelos avanços da ciência e da tecnologia resultaram em uma nova apreensão do tempo e do espaço bem como em novas e poderosas “ferramentas” de projeto. “Começamos de fato a separar o conceito *objeto* do conceito *matéria*, e a projetar objetos de uso imateriais, como programas de computador e redes de comunicação” (FLUSSER, 2007: 197).

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP. <http://lattes.cnpq.br/0039779933104797>

O *design*, antes “chave óptica necessária à compreensão das artes do século XX” (como pretendia Walter Gropius), apropria-se, paulatinamente, de matérias “imateriais” como o som para produzir (e produzir-se) objetos cada vez mais moventes, que se manifestam no tempo, não no espaço. Ao se apropriar dessas novas tecnologias como suporte ou “ferramenta” de produção, o *design* passa a contar com novas possibilidades além da visão, e a operar em um *espaço liso*,

“um espaço de afectos, mais que de propriedades. É uma percepção háptica, mais do que óptica. (...) Nele a percepção é feita de sintomas e avaliações mais do que de medidas e propriedades. Por isso, o que ocupa o espaço liso são as intensidades, os ventos e ruídos, as forças e as qualidades tácteis e sonoras, como no deserto, na estepe ou no gelo.” (DELEUZE e GUATTARI, 1997: 185)

o *espaço do olho que escuta*², um espaço onde o *design* encontra a *música*, numa relação que envolve todos os sentidos, o que faz com que o próprio conceito de *design* amplie suas extensões para além da visão, da “forma que segue uma função”, da reprodução.

Do projeto à balística: por um *design* afectivo

Para além do objeto existe um som, o que pressupõe uma escuta, que vai além das fronteiras do ouvido, alcançando o corpo, como extensão ilimitada da pele. O que implica em uma noção de *design* que retorna à sua condição potencial, antes da publicidade e do marketing apropriarem-se do seu conceito: o *projeto*. *Design=project*, ainda que na prática os “projéteis” pareçam apontar para o passado.

Design, no sentido em que estamos tratando aqui, não se confunde com o “objeto” no qual se “encarna”. Ele se atualiza no objeto (uma imagem, por exemplo), mesmo que este objeto não tenha uma “forma” palpável (um som, por exemplo³), mas conserva uma parte que não se deixa atualizar. Há sempre uma reserva, uma potência que não se realiza, que não se manifesta, seja num objeto ou num sujeito, mas que conserva sempre uma potência de realização. É um virtual.

Como virtual, sua potência pode tanto manter-se na abstração de um conceito como se atualizar em uma “forma” ou “matéria”. Assim, o *design* liberta-se do objeto para se tornar um conceito: *design=projétil*, conceito que não diz mais um produto mas o *acontecimento*⁴.

² Essa idéia do “*espaço do olho que escuta*” foi lançada pelo compositor François Bayle (BAYLE, 1993) a partir do conceito de música acusmática, denominação atual de música eletroacústica, a qual tem sido preferida por grande parte dos compositores pelo modo de apresentação em concertos sem apoio da visualidade.

³ Aqui referimo-nos ao *design sonoro* ou *soundesign*.

⁴ Sobre o conceito de *acontecimento* ver Gilles Deleuze e Félix Guattari em *O que é a filosofia?*, Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

Ao ser lançado, o projétil descreve uma trajetória em parábola, cuja variação de velocidade (velocidade inicial decresce até atingir um valor mínimo no topo da trajetória, e aumenta quando desce até atingir o alvo) é devida à força gravitacional que atua verticalmente para baixo, produzindo uma aceleração nesta direção.

A *balística*, ciência que estuda o movimento de corpos lançados ao ar livre, geralmente relacionado ao disparo de projéteis por uma arma de fogo, considera três aspectos do movimento do projétil disparado por uma arma: o momento do disparo até o instante em que o projétil abandona a arma (*balística interior*); o que ocorre a partir do instante em que o projétil abandona a arma e o instante em que este atinge o alvo (*balística exterior*); e o que ocorre no momento do impacto do projétil com o alvo (*balística terminal*)⁵.

No nosso caso, o projétil não é disparado por uma arma de fogo, é o próprio conceito que se lança ou é lançado, como uma *arma de disparar afectos*. “Os afectos são projéteis tanto quanto as armas” (DELEUZE e GUATTARI, 1997: 79), morre-se de amor ou de dor, ainda que o corpo continue vagando, “vivo” em sua biologia.

Se as armas de fogo matam ou ferem, o *design=projétil* afeta com seus múltiplos afectos, o que não é necessariamente bom (“o bom nunca está garantido” – DELEUZE, 1992: 46), pois o conceito sozinho não se basta, ele só existe enquanto conceito nas relações ou encontros que produz (bons ou maus encontros, diria Espinosa), nos afectos que dispara (que tanto podem aumentar quanto diminuir nossa potência de agir, como a alegria e a tristeza). Escolhe-se matar de amor ou de dor. *Design* é uma questão de escolha.

Assim como na balística, há aqui três aspectos a serem considerados: o *objétil*, objeto de onde sai o “disparo”, os *afectos* que ele dispara; a *projeção*, trajetória do *projétil*, o meio (*entre*), a *velocidade*; o *superjétil*, o “alvo” que o *projétil* encontra ou atravessa, ou seja, o sujeito, que pode também ser uma arma (*devir-arma do sujeito*). Que os afectos são disparados não há dúvidas, mas sua chegada é incerta, porque não há um “alvo” predeterminado, os “disparos” podem vir de qualquer direção para qualquer direção.

Não, não estamos falando de “público-alvo”, o preferido dos marqueteiros. Falamos de um sujeito (*um* que é *vários*) que pode ou não ser afetado por um *projétil* em particular ou pode ser apenas atravessado por ele sem se deixar abater, um *devir-sujeito da arma* que encontra um *devir-arma do sujeito*. Aqui o alvo não é o fim, mas o meio de onde brotam as sensações. E o meio justifica o fim, que não é a morte do sujeito mas “a liberação de um

⁵ Cf. <http://www.algosobre.com.br/fisica/balistica-e-lancamento-de-projetil.html>

acontecimento puro” (DELEUZE e PARNET, 1998: 162). O que nos interessa do “alvo” é a porção de sensação que é disparada no sujeito através dos afectos.

Diferentemente do *design* associado ao consumo, aqui não se define o sujeito para o qual a obra se destina porque a obra nasce mais de uma necessidade daquele que a cria do que de uma necessidade ligada ao consumo. Consume-se *design* como arte, sendo ele parte dela, como se consome a música, não uma música qualquer, mas uma música cuja potência dispara afectos que não são os zunidos de uma “arma de brinquedo”, mas os estilhaços de uma “arma de fogo” que nos abraçam, nos penetram, nos cortam, e, por fim, nos suspendem (e transcendem) como numa nova santa ressurreição. Um desejo de amor e de morte, que não é o contrário da vida mas a supõe, um morrer que mantém sempre uma potência (e uma vontade) de vida (uma vontade de potência, diria Nietzsche).

Consumir adquire aqui um outro significado que não é o de “gastar; corroer até a destruição; destruir; enfraquecer, abater; desgostar, mortificar”⁶. Consume-se sim, mas à maneira dos poetas, dos homens livres, que extraem dos afectos tristes qualquer coisa de alegria e fazem desse acontecimento puro, “por menor que seja, a coisa mais delicada do mundo”, ao invés de “fazer um drama ou de fazer uma história” (Ibid.: 80). Consumir-se de amor não é o mesmo que corroer-se até a destruição, gastar-se, mortificar-se, mas extrair desse amor uma potência de amar que não é a “vontade abjeta de ser amado, uma vontade absurda de amar qualquer um, qualquer coisa, mas extrair o puro acontecimento que nos une àqueles que amamos, e que não nos esperam mais do que nós a eles, já que só o acontecimento nos espera” (Ibid.). Consumir *design* como quem consome-se de amor.

“Os afectos atravessam o corpo como flechas, são armas de guerra”, dizem Deleuze e Guattari (1997: 18), e o fazem porque até mesmo os corpos (vivos ou não vivos) são *armas*, “máquinas de guerra”. “Deita-se, dorme, levanta-se, passeia, come, escreve, engole, respira, como uma máquina (...)” (ARTAUD, 2007: 70). Máquinas de pensar, de amar, de morrer, de criar... “Uma máquina-órgão para uma máquina-energia, sempre fluxos e cortes” (DELEUZE e GUATTARI, 1976:15). Máquinas que produzem máquinas que se acoplam a máquinas. Máquinas de produção, produção de desejo, mais do que de necessidade.

Por que armas e não ferramentas? Porque às armas acrescenta-se a velocidade da projeção, no nosso caso, dos afectos (nossos *projéteis*), ao passo que as ferramentas fixam-se num ponto de gravidade e supõem sentimentos, não afectos. Segundo Deleuze e Guattari, as armas têm uma relação intrínseca com a velocidade: “a arma inventa a velocidade, ou a

⁶ FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda (1989). *Minidicionário Aurélio*. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira

descoberta da velocidade inventa a arma (daí o caráter projetivo das armas)” (DELEUZE e GUATTARI, 1997: 73).

Não estamos falando de armas projetivas no sentido estrito da palavra, o computador, por exemplo, é uma arma, tanto para o bem quanto para o mal (“tudo depende do uso e da prudência, sistemáticos” - DELEUZE, 1992: 46), assim como o discurso é também uma arma, seja expresso através da fala (acoplada à boca, máquina de comer, máquina de falar, máquina de beijar...), ou da escrita (acoplada aos dedos, acoplados à mão, máquina de escrever, máquina de tocar, o *to play* e o *to touch*...). A potência de projeção de uma *arma-palavra* alcança uma velocidade que os números não são capazes de contar, nem mesmo a balística é capaz de analisar. Possui uma potência de destruição tanto quanto a de uma arma de fogo, com a diferença de que a morte ou a ferida, neste caso, é metafórica, mas apenas no domínio do discurso. Mata-se uma relação com meia dúzia de palavras, fere-se o outro ferindo-se a si mesmo com apenas uma palavra, assim como constroem-se relações, produzem-se encontros, curam-se feridas através das palavras. Afectos sombrios rondam as *armas-afectos* tanto quanto estão presentes nas armas de fogo.

Uma arma é capaz de deslocar sentimentos e provocar uma descarga tão rápida de emoções, que arranca os sentimentos “à interioridade de um ‘sujeito’ para serem violentamente projetados num meio de pura exterioridade que lhes comunica uma velocidade inverossímil, uma força de catapulta”, que faz do amor ou do ódio não mais sentimentos em absoluto, mas afectos (DELEUZE e GUATTARI, 1997: 18). As ferramentas, ao contrário, fixam os sentimentos em sua gravidade não permitindo às emoções o salto, ou o permite de forma resistente, retardada, deslocada de sua potência produtiva e, por que não, evolutiva.

As ferramentas produzem necessidade, ao passo que as armas liberam desejos. Uma desperta emoções enquanto a outra dispara sensações. As armas desejam o céu, as ferramentas têm necessidade do chão, embora possam agir como arma desde que tenham a potência de projeção.

O que estamos querendo dizer com isso é que *design* vai além da produção de objetos (produtos) de consumo, se for possível falar em consumo que seja o consumo de uma *potência de produção de desejo* que não é a falta como também não é o contrário dela. “O desejo concerne às velocidades e lentidões entre partículas (longitude), os afectos, intensidades e ‘hecceidades’ sob graus de potência (latitude)” (DELEUZE e PARNET, 1998: 111). Não há algo a ser preenchido porque já se está pleno de potência de produção, à espera apenas de um “disparo”, de um evento, ou melhor, de um *acontecimento* que a faça aflorar das profundezas da terra.

Design pressupõe máquina, produção, processo. “Não há mais nem homem nem natureza, mas apenas o *processo* que produz um no outro e acopla as máquinas.” (DELEUZE e GUATTARI, 1976: 16; grifo nosso). Como potência de produção de desejo (não necessidade), *design* vai além do desenho enquanto traço, no sentido corrente da palavra *desenho*. Desenha sim, mas à maneira dos cartógrafos, que dão “língua aos afetos que pedem passagem” (ROLNIK, 1987: 2).

Seus objetos disparam afectos que desenharam uma cartografia invisível, como aquela que se desenha em Cloé, *cidade invisível* de Italo Calvino, ou a que desenhamos o tempo todo com nossas trocas de olhares, “como se fossem linhas que ligam uma figura à outra e desenham flechas, estrelas, triângulos, até esgotar num instante todas as combinações possíveis (...)” (CALVINO, 1990: 51). Afectos que se tocam, se chocam, se misturam, porque são feitos de energia, energias lineares, energias planas, como diria Paul Klee (2001: 43), energias temporais mais do que espaciais, porque os projecteis (afectos) estão sempre no futuro, na porção de sensação que se conserva, como pura reserva de um porvir.

Do objeto ao *objéctil*: por um *design projectivo*

É com a tecnologia que a velocidade ganha força e visibilidade no processo de produção e com ela arrasta os objetos que já não são puramente produtos mas *objécteis*, os objetos tecnológicos de Bernard Cache (Cf. DELEUZE, 1991: 38).

“Como mostra Bernard Cache, trata-se de uma concepção muito moderna do objeto tecnológico: ele nem mesmo remete ao início da era industrial, quando a idéia de padrão ainda mantinha uma feição de essência e impunha uma lei de constância (“o objeto produzido pelas massas e para as massas”), mas remete, isso sim, a nossa situação atual, quando a flutuação da norma substitui a permanência de uma lei, quando o objeto ocupa lugar em um contínuo de variação, quando a produtiva, a máquina que funciona por controle numérico, substitui a prensa.” (DELEUZE, 1991: 38)

É com a música que os objetos ganham vibração, frequência ativa, movimento no processo de *autoprodução*. A música, ou antes, o som, invade o universo do *design*, à medida em que, com as máquinas, a velocidade se acrescenta ao deslocamento. O silêncio dos objetos de outrora ganha movimento e frequências altas nos objetos tecnológicos. Desdobra-se nas variações de frequências produzidas pelos *projecteis*.

Quando a velocidade se introduz na produção, as ferramentas aos poucos são substituídas pelas armas, ou tomam partido de seus mecanismos projetivos para funcionar como armas potenciais. Não atingem, entretanto, o caráter essencialmente projetivo das armas, uma vez que são, por natureza, *introjetivas* (Cf. DELEUZE e GUATTARI, 1997: 73).

O objeto, antes vinculado ao produto, cataliza a potência do *projétil* (potência que preexiste no conceito *design*), o qual desloca a potência espacial do objeto para uma potência temporal. A gravidade é então substituída pela velocidade que a toma apenas como força de aceleração. O produto torna-se objeto enquanto o objeto torna-se *objétil*⁷.

Enquanto os objetos vão se modificando, as máquinas vão atualizando potências. Muitas produções artísticas, em *design* ou em música, resultantes do processo dessas máquinas são pautadas na criação de outras máquinas que permitem a *atualização de afectos*, como os softwares *Processing*⁸, *Keyworx*⁹ e *reactIVision*¹⁰, pra citar apenas alguns. A máquina tornou-se não apenas “ferramenta” de produção de *objetos* como passou a ser, ela mesma, o *objeto*. Como numa sequência de dobras que se dobram que se desdobram, as máquinas e seus protocolos servem à criação de outras máquinas que atualizam virtualidades sonoras, visuais, táteis e tornam possível a realização de sonhos como os que sonhava Paul Klee (tornar visíveis forças invisíveis, como o som).

“Pelo seu novo estatuto, o objeto é reportado não mais a um molde espacial, isto é, a uma relação forma-matéria, mas a uma modulação temporal que implica tanto a inserção da matéria em uma variação contínua como um desenvolvimento contínuo da forma” (DELEUZE, 1991: 38)

Neste novo estatuto do objeto tecnológico, não é mais a forma que molda a matéria (como a mesa que impõe uma forma à madeira) mas o fluxo que modula as relações que se desenham entre uma e outra. Não uma forma fixa que molda uma matéria constante, homogênea, e define um objeto, mas uma matéria movimento, variável, que se transmuta em fluxo e transborda afectos por todos os lados. “Mais que uma forma capaz de impor propriedades à matéria, vai-se na direção de traços materiais de expressão que constituem afectos.” (DELEUZE e GUATTARI, 1997: 90)

Mesmo entre a matéria *madeira* e a forma *mesa* há um fluxo que os atravessa, o qual o artesão segue, o que não implica necessariamente em deslocamento (em função do fluxo), mas seguir a cartografia impressa nas fibras da madeira e não apenas imprimir uma forma na madeira (Cf. *Ibid.*: 90-91). Domar a *matéria-fluxo* ao invés de “formar” a *matéria-fixa*.

⁷ Tomando emprestado aqui termo usado pelo filósofo Gilles DELEUZE em *A dobra: Leibniz e o Barroco*, p. 38, provavelmente inspirado pelo filósofo Alfred North Whitehead.

⁸ *Processing* é uma linguagem de programação baseada na linguagem de programação *Java* que tem sido muito utilizada por artistas visuais, porque simplificou a programação ao esconder a complexidade da programação *Java*, permitindo aos artistas a criação de softwares com mais facilidade do que com outras “ferramentas”. Este software é muito utilizado pelos artistas Marius Watz, Golan Levin e Zachary Lieberman. Cf. < <http://processing.org/> >

⁹ Cf. < <http://www.keyworx.org/> >

¹⁰ Software desenvolvido por pesquisadores da Universidade Pompeu Fabra (Barcelona) para o projeto *Reactable*, novo instrumento eletroacústico com mesa de interface tangível. Cf. < <http://reactable.iaa.upf.edu/?software> >

O que está em jogo é a tecnologia que permite *tornar visíveis* (ou audíveis) forças que não são visíveis como o som, por exemplo, como sonhava Paul Klee (para quem “a arte não reproduz o visível, mas torna visível” - KLEE, 2001: 43), o que Golan Levin e Zachary Lieberman tornaram “real” em obras como *Messa di Voce* e *Hidden Worlds of Noise and Voice*¹¹, nas quais literalmente tornam visível a força da voz. O objeto já não se define por uma forma essencial (o som tornado visível na tela estática de Klee), já que a forma não molda o objeto, que é antes *modulável* que moldável¹², mas por modulações contínuas e perpetuamente variáveis (através de algoritmos que controlam a tela movimento de Levin e Lieberman), pois lida com *moldes temporais contínuos* e não mais com *moldes espaciais definitivos*.

“É uma concepção não só temporal mas qualitativa do objeto, visto que os sons, as cores, são flexíveis e tomados na modulação. É um objeto maneirista e não mais essencialista: *torna-se acontecimento*.” (DELEUZE, 1991: 39; grifo nosso)

Diferentemente da madeira, que se atualiza na forma de mesa, as imagens e os sons algorítmicos não possuem matéria, seu material é o *número*, combinações de operações numéricas, que vão além da materialidade. Se o som é a matéria-prima da música, a forma é o *design* da música, não mais sons concretos como os de Pierre Schaeffer¹³ ou os artificialmente produzidos como os de Karlheinz Stockhausen¹⁴, mas sons por trás dos quais se escondem números (como as imagens fractais de Mandelbrot), cujas combinações produzem músicas, cujo compositor primeiro é a máquina por trás da máquina (como os softwares *Pure Data* e *MaxMSP*), que contém todas as músicas possíveis nas *n* combinações algorítmicas que torna possível.

“Antigamente, o que estava em causa era a ordenação formal do mundo aparente da matéria, mas agora o que importa é tornar aparente um mundo altamente codificado em números, um mundo de formas que se multiplicam incontrolavelmente.” (FLUSSER, 2007: 31)

O modelo *hylé-morphé*, matéria-forma, fixa, dura, constante, perde lugar para o *phylum maquínico*, “materialidade natural ou artificial e os dois ao mesmo tempo” (como em *Move 36* de Eduardo Kac¹⁵), “matéria em movimento, em fluxo, em variação, como portadora

¹¹ Sobre *Hidden Worlds of noise and voice* e *Messa di Voce*. Cf. Golan Levin e Zachary Lieberman, *In-Situ Speech Visualization in Real-Time: Interactive Installation and Performance*. Available in: <http://www.tmemo.org/messa/>

¹² “Moldar é modular de maneira definitiva; modular é moldar de maneira contínua e perpetuamente variável.” (DELEUZE, 1991: 38)

¹³ Música concreta, criada a partir da manipulação de sons naturais gravados e transformados a partir de processos de alteração de rotação, superposição de sons ou fragmentos sonoros, etc.

¹⁴ Música eletrônica, cujos materiais de base eram sons produzidos artificialmente em estúdio, e sintetizados a partir de frequências puras.

¹⁵ Cf. < <http://www.ekac.org/move36.html> >

de singularidades e traços de expressão” (DELEUZE e GUATTARI, 1997: 91). A matéria-fixa impõe a gravidade ao passo que a matéria-fluxo invoca a velocidade, o salto, a viagem, ainda que sejam viagens no mesmo lugar, como as viagens de Gilles Deleuze.

Não só a matéria é virtual como também a forma é virtual, não porque agora é investida de um conteúdo “digital”, mas porque ganha força, intensidade, duração e velocidade, elementos que não determinam os limites de um objeto (como as bordas do quadro ou do papel), ao contrário, borra as bordas, quebra os limites. A matéria, como objeto da percepção, implica forçosamente numa forma, da qual necessita para ser definida, ainda que esta forma seja um sonho ou um pensamento.

Ao ganhar velocidade a forma, investida de uma matéria que não é mais fixa mas fluxo, transmuta-se e torna-se também fluxo (como os sonhos ou o pensamento), que pode ou não realizar os quadros de possibilidades. A matéria-fluxo potencializa a virtualidade do material, ao mesmo tempo em que potencializa a criação de relações, que nem sempre se concretizam, porque são virtuais. “Tudo está então, em relação com forças, tudo é força.” (DELEUZE, 2007: 65)

Conclusão

A partir de matérias fluxos, as formas já não são formas, mas *forças* e os objetos já não são objetos, mas *objéctes* que arrastam (“projetam”) a matéria. *Projéctes* que se lançam em direção a um futuro sem forma e trazem de lá forças que não distinguem o continente do conteúdo (ou conteúdo da expressão, como dizem Deleuze e Guattari), os quais tornam-se ambos materiais de uma mesma matéria. Matéria e forma se misturam. “E o que era uma questão de formas (os termos a partir dos quais dá-se um devir) torna-se de súbito questão de velocidade (relação).” (PELBART, 2004: 111)

Assim, seguindo os rastros do *projeto*, o *design* deixou de representar uma marca, um produto, para se apresentar enquanto *qualidade* que subsiste entre o real e o imaginário, o visível e o invisível, o sonoro e o não-sonoro, sem passado nem presente mas *e(ntr)e* um e outro. Passou a ser uma potência de produção e não mais reprodução.

Referências Bibliográficas

ARTAUD, Antonin (2007). **Eu, Atonin Artaud**. Lisboa: Assírio e Alvin. Tradução: Aníbal Fernandes.

BAYLE, François (1993). **Musique acusmatique. Proposition...positions**. Paris: Ed.

Buchet/Chastel, 1993.

CALVINO, Ítalo (1990). **As cidades invisíveis**. Le città invisibili. São Paulo: Cia das Letras. Tradução: Diogo Mainardi.

DELEUZE, Gilles (1991). **A dobra: Leibniz e o Barroco**. Le pli: Leibniz et le Baroque. Campinas, SP: Papyrus Editora. Tradução: Luiz B. L. Orlandi.

_____ (1992). **Conversações**. Pourparlers. Rio de Janeiro: Editora 34. Tradução: Peter Pál Pelbart.

_____ (2007). **Francis Bacon: Lógica da Sensação**. Francis Bacon: Logique de la sensation. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. Tradução: Roberto Machado et al.

DELEUZE, Gilles e PARNET, Claire (1992). **Diálogos**. Dialogues. São Paulo: Editora Escuta. Tradução: Eloisa Araújo Ribeiro.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix (1997). **Mil Platôs. Capitalismo e Esquizofrenia. v.5**. Mille plateaux. Rio de Janeiro: Editora 34. Tradução: Peter P. Pelbart e Janice Caiafa.

_____ (1992). **O que é a filosofia?** Qu'est-ce que la philosophie? Rio de Janeiro: Editora 34. Tradução: Bento Prado Jr. e Alberto Alonso Muñoz.

_____ (1976). **O Anti-Édipo: Capitalismo e Esquizofrenia**. L'Anti-Oedipe. Rio de Janeiro: Imago. Tradução: Georges Lamazière.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda (1989). **Minidicionário Aurélio**. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira

FLUSSER, Vilém (2007). **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo, Cosac Naif.

GROPIUS, Walter (1972). **Bauhaus: Novarquitetura**. São Paulo: Perspectiva. Tradução: J. Guinsbrug e Ingrid Dormien.

KLEE, Paul (2001). **Sobre a arte moderna e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. Tradução: Kunst-Lehre.

PELBART, Peter Pál (2004). **O tempo não-reconciliado**. São Paulo, Perspectiva.

ROLNIK, Suely (1989). **Cartografia sentimental, transformações contemporâneas do desejo**. São Paulo: Ed. Estação Liberdade.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Desenho e Escrita: Pesquisa e projeto poético

Maria Luiza Saboia Saddi

UERJ

mlsaddi@yahoo.com.br

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

DESENHO E ESCRITA: PESQUISA E PROJETO POÉTICO

Maria Luiza Saboia Saddi

RESUMO

O artigo aborda uma pesquisa sobre relações entre desenho e escrita, realizada através de trabalhos em arte que associam as duas linguagens, de estudos sobre as linguagens: verbal e visual e sobre as relações entre visibilidade e discurso, entendendo o projeto poético, ao mesmo tempo, como pesquisa e processo de criação de linguagem e de conhecimento.

PALAVRAS CHAVE: Desenho e escrita; Linguagens verbal e visual; Visibilidade e discurso; Linguagem e conhecimento.

ABSTRACT

This article approaches a research about the relations between drawing e writing, made through works on art which joined both languages, through studies on visual and verbal languages and about the relations between the visibility and the speech, understanding the artistic project, at same time, as research and creation process of language and knowledge.

KEYWORDS: Drawing and writing; Verbal and Visual Languages; The visibility and the speech; Language and knowledge.

APRESENTAÇÃO

“Desenho e Escrita” se constitui o objeto desta pesquisa cujo objetivo principal é investigar a relação entre as duas linguagens apesar de suas especificidades e estabelecer relações entre elas em trabalhos em arte e a partir da convicção da possibilidade da inter-relação entre linguagens e saberes.

As concepções e métodos adotados na pesquisa são as mesmas da nossa produção de arte e foram se construindo na medida em que essa se desenvolvia. Serão abordados adiante de forma detalhada, com o objetivo de tornar claros os vínculos entre eles e a pesquisa.

Vemos o trabalho em arte como um projeto poético que se desenvolve temporalmente, com caráter investigativo, processual e inventivo, independente das categorias e dos estilos artísticos consagrados. Concebemos o desenho como um processo de fazer artístico que tem este mesmo caráter, independente da categoria Desenho. Desse modo, procuramos desenvolver um método também processual e investigativo a partir de experiências práticas seja de materiais e de formas, acompanhadas de estudos teóricos que, por sua vez, envolvem abordagens acerca de questões levantadas pela prática artística. Os resultados não se assemelham ao desenho representativo nem abstrato, mas resultam em configurações gráficas.

Acreditamos que essas concepções aliadas a este método podem se desenvolver como uma atividade poética e reflexiva e constituir uma dialética fecunda entre o fazer e o pensar arte, tratadas como duas faces do mesmo trabalho.

O processo desta pesquisa desenvolveu-se em diversos momentos no tempo e durante vários anos, ocorrendo tanto em nosso trabalho individual, como também coletivo.

Na nossa prática como artista plástica concentramo-nos em vários momentos na investigação das relações entre desenho e escrita, em experiências com meios artísticos e estudos teóricos que se remetiam uns aos outros, operando dentro da nossa concepção e métodos de produção em arte. O mesmo objeto assim como a concepção e método de trabalho em arte, foram também desenvolvidos em um grupo de pesquisa.

Atualmente estes trabalhos foram analisados gerando o presente texto em que agrupamos os momentos que constituíram o processo da pesquisa, sob a denominação de experiências.

EXPERIÊNCIAS DO PROCESSO DA PESQUISA

Consideramos como processos integrantes desta pesquisa as experiências realizadas na investigação das relações entre desenho e escrita. Como dissemos acima, estas experiências se desenvolveram em nosso trabalho individual e em um grupo de pesquisa em arte. Foram intituladas de: Riscos e Rabiscos, À Mão e à Régua e Visível e Dizível, das quais faremos abaixo uma síntese.

Riscos e Rabiscos – trata-se de uma via do nosso trabalho em arte, em que investigávamos marcas do material que os nossos gestos imprimiam na superfície do papel. Nossos estudos abordaram o desenho, como em Rhoda Kellogg. (1975) e Howard Gardner (1997), a relação entre mão e matéria em Gaston Bachelard (1989) e a percepção de imagens sem referência ao verbal, em José Gil (1996). Alguns trabalhos participaram de exposições: “Desenhos”, Galeria Debret, Paris, 1985, “Rupturas e Construções”, Cândido Portinari. UERJ, 1997.

À Mão e à Régua se refere a um percurso de nosso trabalho em arte no qual estabelecíamos relação entre o traço, sem nome e o código que o classifica. Os estudos em Coseriu (1980) contribuíram com as questões levantadas. Exposição “Sala de Aula e Paisagens”. (EAV RJ, 1979); de coletivas de “Livro de Artista” (Centro Cultural São Paulo, 1985; Núcleo de Arte Contemporânea, João Pessoa e Galeria Cândido Mendes, RJ, 1987).

Visível e Dizível designa a experiência em que em que investigamos a relação entre estes dois dispositivos, e que se desenvolveu em três momentos:

O primeiro momento aconteceu em nosso trabalho individual pela realização de configurações gráficas e verbais em sequências de páginas de cadernos e pelos estudos sobre o duplo pensamento em Morin ¹ e o agenciamento visível e dizível em Foucault (1977).

O segundo momento refere-se à pesquisa acadêmica do mesmo nome, desenvolvida com alunos da graduação no Instituto de Arte da UERJ. Esta relação foi investigada em processos pessoais dos participantes resultando em trabalhos diferenciados.

O terceiro momento, em que elaboramos um ensaio sobre a mesma temática, visível e dizível, para a seção Portfolio da revista Concinnitas no. 7 do Programa de Pós – graduação em arte do mesmo instituto.

PESQUISA, PROJETO POÉTICO E PROCESSO CRIATIVO.

Ao encerrar a abordagem das experiências do processo da pesquisa, finalizaremos o artigo refletindo sobre a especificidade de cada uma, no sentido de apontar suas diferenças e como, a nosso ver, se constituíram em uma mesma pesquisa. Nessa parte consideraremos a reciprocidade e identificação entre o projeto de pesquisa e o projeto poético. Refletiremos sobre a hipótese de que ambos podem ser vistos tanto como investigações como processo de criação e, como tal, acontecerem em devir e se constituírem como criação de práticas de visível e de enunciados, capazes de produção de linguagem e de conhecimento.

1 - DESENHO E ESCRITA

A inter-relação tanto nas linguagens como nos saberes vem acontecendo desde a modernidade e é enfatizada na contemporaneidade. Os saberes, cujas descobertas ficavam antes restritas a seus respectivos campos, encontram pontos de contato e operam relações entre si. Além do que as descobertas científicas trazem contribuições para as ciências humanas e para a filosofia.² Refletindo sobre as mudanças no conhecimento atual, vemos que:

“Alguns livros (que abordam as descobertas científicas) exprimem mais do que outros, ao mesmo tempo em que precipitam as mudanças de ponto de vista e as viradas de perspectivas que ocorrem na história do pensamento – aquilo que Foucault chamou de mutações do saber e que Kuhn chama de mudanças de paradigmas” (Atlan, 1992).

De modo similar às mutações do saber, os campos da arte e da cultura vêm encontrando ressonâncias com descobertas da ciência.³ Em muitas das produções de arte contemporânea, encontra-se a associação “imagem e texto”. Essa tem sido uma das atitudes “mais instigantes e provocadoras (...) por colocar em jogo os limites do que se convencionou designar como regiões do visual e do verbal”. Basbaum (1995). “Projetos artísticos vêm sendo elaborados à luz de uma crescente visão interdisciplinar da cultura e do conhecimento”.⁴

Calabrese estudioso da cultura declara que encontra em tipos de produções artísticas e culturais, “as mais díspares”, visões similares às concepções da ciência e com o estado atual do conhecimento, o que tem lhe permitido criar novas categorias e valores para novas reflexões sobre a arte na contemporaneidade. Nesse contexto, uma pesquisa sobre relações entre desenho e escrita, encontra sua validade e se constitui como um projeto poético particular no âmbito geral da nossa produção artística e no contexto da arte de nosso tempo.⁵

2 - CONCEPÇÕES E MÉTODOS NA PRODUÇÃO DE ARTE.

Para discorrer sobre concepções e métodos em arte, é preciso também levar em consideração a singularidade dos indivíduos, de seus projetos poéticos e processos de criação, assim como o contexto em que realizam seus trabalhos. Muitos estudos têm sido feitos neste campo, apresentado aspectos importantes da criação em arte. Alguns procuram identificar a constituição do processo criativo, suas fases, etapas, e outros aspectos. Outros analisam os processos específicos de artistas e suas obras. Também depoimentos de alguns artistas sobre seus processos e resultados podem lançar alguma luz em suas intenções dificuldades, convicções e meios. Estes estudos, bastante diferenciados, se configuram conforme a concepção e interpretação do estudioso assim como os processos e poéticas específicos dos artistas que são abordados. Contribuem para a percepção de diferentes modos de processos de criação na produção em arte e para a ampliação do conhecimento, mas segundo os próprios autores não devem ser tomados como modelos.

Entre eles citamos autores como Almeida Salles, Deleuze, Ghiselijn, Vargas Llosa que analisam processos específicos de criação em arte e também Kneller, Ostrower, Witkin que abordam aspectos comuns aos processos de criação. Estes trabalhos constam das referências bibliográficas complementares neste artigo. Não nos alongaremos sobre esses estudos por não terem sido abordados diretamente na pesquisa atual.

Como foi apontado no início, no nosso trabalho pessoal, as concepções e métodos foram sendo construídos na medida em que se desenvolvia a nossa produção e estudos em arte. Além dos trabalhos em pintura, gravura, filmes, livros de artistas etc., destacamos o desenho como a linguagem de preferência em nossa prática. Concebemos o desenho, como um fazer, uma prática: o desenhar e o desenhando que pode acontecer através de práticas diferenciadas e apresentar resultados inesperados e não como uma categoria, o Desenho, com normas a serem obedecidas. Refletimos em uma pesquisa anterior que esse desenho é ao mesmo tempo fenômeno e conhecimento, matéria e metáfora, acaso e necessidade, o que, vai além do visível e do dizível, mostrando-se como vivível. (Saddi, Maria Luiza, “Desenho–acontecimento: atualização do vivível”, mestrado em Artes Plásticas. (texto e mostra de trabalhos). ECA-USP, 1987)

Quanto ao método, acreditamos que ele não é um meio estabelecido de antemão para alcançar um determinado objetivo, mas antes um percurso concernente ao objeto e ao objetivo da

pesquisa, em que é necessária a criação de meios e estratégias, como nos ensina Edgar Morin. (Teoria e Método, 1996). Dessa forma, há que experimentar e deixar emergir, intervir, investigar em direção de algo desejado, mas que do qual não se sabe como se desenvolverá e nem a forma que terá e que só irá surgindo à medida do fazer e do refletir. Registrando e coletando, refletindo, criando critérios, escolhendo aspectos, desenvolvendo alguns, rejeitando outros, se constitui em um processo não linear, mas ramificado e aberto, porém continuado.

Como estudo teórico, compreendemos as possíveis aproximações de abordagens de diversos autores que contribuem com as questões levantadas pela prática artística. Percebemos que este modo de trabalhar, efetua uma ligação entre o fazer e o pensar arte, como duas faces do mesmo trabalho.

Tentaremos descrever alguns pontos do nosso próprio processo em arte. O que mais nos interessa ao iniciar um trabalho é o que não fizemos e o que desconhecemos. A intenção de se envolver em uma busca, apresenta-se como uma impressão, um esboço, uma alusão, imprecisos. Seria como uma hipótese que propicia ações, mas não prevê um resultado definido. Os meios a serem utilizados para desenvolver uma pesquisa em arte não são previstos. Às vezes registros e esboços de ideias e impressões se juntam a uma descoberta de um material e sugere uma possibilidade de realização, o que exige experimentações que podem confirmá-la ou não. Entretanto diante da imprecisão, acreditamos que o começar a fazer, o iniciar, seja um esboço, uma frase, um rabisco, um material, uma forma, já será um “acontecimento-fonte”.

A partir daí, segue-se em geral a realização de uma série de experiências, que deixam marcas e registros na matéria com que se trabalha e na nossa mente e os resultados obtidos vão se encaminhando e configurando com mais clareza a nossa intenção, suas dificuldades, as necessidades, as mudanças, as escolhas entre o que se deve investir e o que se precisa rejeitar, desenvolvendo-se um processo investigativo, durante o qual são produzidos muitos trabalhos. Estes são desenvolvidos e organizados ou como um trabalho em séries ou em trabalhos únicos, sendo que estes últimos no nosso processo são os mais raros, o que acreditamos se deve ao caráter experimental, processual e investigativo do projeto poético.

Talvez possa contribuir para o entendimento de nossas concepções e métodos mostrar como eles foram adotados no trabalho docente, mesmo que este não faça parte desta pesquisa, mas pela possibilidade de se manterem em um contexto diferente.

A partir de uma proposta aberta, alusiva, que visa à realização de experiências básicas de caráter sensorio motor pelos participantes, de pesquisa de meios e materiais, que deixam marcas registros, os processos e resultados são seguidos de apreciações, no sentido de identificar as descobertas, os interesses e modos particulares de realizações, as perspectivas de desenvolvimento. O simples ato de fazer um simples rabisco, ou uma linha reta sobre uma superfície, ou listar verbetes e frases de origens diversas, ou esboçar uma forma imprecisa, ou imprimir um relevo encontrado - desde que este dado inicial não seja desqualificado e minimizado-, mas valorizado e assumido pelo sujeito (por mais que lhe pareça sem importância), pode provocar percepções e sentidos e ser visto como algo que merece ser experimentado, desenvolvido. Como as “soberbas coisas ínfimas” do poeta Manoel de Barros. Elas convencionalmente são ínfimas, por que são simples, não são valorizadas, passam despercebidas, mas na verdade são soberbas, esplêndidas, para quem aprende a ver, sentir, refletir. Assim por menor que pareça ser o resultado, este é considerado e registrado e tomado como ponto de partida do processo particular a ser desenvolvido.

Em resumo, a prática pode ser iniciada por qualquer ponto (uma ideia, uma impressão, um desejo.) que vão sendo experimentados em algum meio (desenho, impressão, textos, colagens), que provocam estudos e reflexões e que deixam registros visuais (os trabalhos).

Propomos atividades que incentivem atitudes de pesquisa assim nomeadas para mostrar seu caráter de acontecimento: observando, experimentando, selecionando, refletindo, configurando, o que em última instância são atividades perceptivas, afetivas, cognitivas, e que acontecem em articulações variadas ao longo dos processos. Nas apreciações conjuntas sobre processos e resultados, são apresentadas as percepções, desejos, problematizações, compreensões que vão sendo investigadas através de novas práticas e de estudos, suscitando outras propostas, ou “autopropostas” dos participantes que vão configurando os projetos pessoais. Para os estudos, adotamos as abordagens de artistas e de pensadores da arte e da filosofia em textos concernentes às questões surgidas nos processos. (“Produzindo desenhos: relações entre a produção e o ensino da arte o ensino produtor em arte”. (texto e vídeo). Doutorado. Semiótica: artes visuais. COS-PUCSP, 1997.)

Assim, acreditamos que se possa perceber que as concepções e métodos mencionados estão presentes tanto no nosso trabalho pessoal em arte como na nossa prática de ensino da arte.

Estas concepções e métodos foram também adotados em um grupo de pesquisa. Como na prática docente, havia o intento de garantir que, dentro dele, houvesse a manifestação artística de cada participante, desde que ele abordasse as relações entre desenho e escrita. Havia um ponto de partida através da realização de registros iniciais, ou de coleta de imagens verbais e visuais ou outro meio pelos participantes do grupo. A seguir a realização de experiências diferenciadas, apreciações e estudos conforme os procedimentos metodológicos. Desta forma os processos dos participantes se diferenciam contribuindo para a diversidade de enfoques e a reflexão mais ampla sobre as relações entre visual e verbal.

3 - AS EXPERIÊNCIAS DO PROCESSO DE PESQUISA.

Nomeamos de experiências as ações que envolvem percepções, impressões, experimentações e reflexões, afetos e ações do sujeito, e que se desenvolvem de forma processual contribuindo de modo vital para seu aprendizado e desenvolvimento.

As experiências do processo da pesquisa aconteceram no campo da arte e as agrupamos a partir das características encontradas nos trabalhos realizados como pelas questões por eles suscitadas. Escolhemos três experiências, como três momentos de pesquisa, por percebermos terem elas atuado como vertentes de uma pesquisa focada nas relações entre desenho e escrita, e desenvolvida através de vários anos.

Vemos estas experiências como pontos de uma cartografia o que permite a criação de ligações legítimas e significativas entre elas, motivo pelo qual resolvemos agrupá-las como sendo uma pesquisa única, mesmo tendo acontecido em situações e momentos diferentes.

Como explicamos acima, duas experiências “Riscos e Rabiscos”, “Á Mão e à Régua” foram realizadas no nosso trabalho individual como artista plástica e a última “Dizível e Visível”.se organiza em três momentos: o primeiro e o terceiro foram realizados na nossa prática artística e o segundo em um grupo de pesquisa.

Iremos agora nos deter sobre cada uma das experiências que constituíram o processo de pesquisa.

3.1 - RISCOS E RABISCOS

Traços a-significantes, simples marcas na folha branca do papel, frutos dos nossos gestos, dos movimentos da mão, aparecem e não se referem senão a si próprios. Lançados no papel, de forma aleatória, isolados, são eminentemente visuais. Nosso projeto poético pretende qualificar e valorizar o desenho como processo de experimentar, enfatizando as marcas deixadas no papel, como efeito do gesto e do material, valorizando o acaso e o inesperado, que se apresentam tal como configurações gráficas de caráter não representativo, porém sugestivo. Estes trabalhos nos remeteram a pesquisa de Rhoda Kellogg para quem os rabiscos, resultantes da interação “mão e visão” são a base para o desenvolvimento gráfico, tanto na produção de crianças como na de artistas e povos de diversas culturas.⁶

Encontramos apoio também em Howard Gardner, que, partindo de Piaget, concorda que a fase sensorial e motora é propiciadora da formação da noção de objeto e da simbolização, mesmo discordando que as etapas do conhecimento, teriam sua culminância na aquisição do pensamento lógico. Ao ressaltar a importância de outros tipos de pensamento, enfatiza o pensamento que opera com símbolos poéticos, como o da arte, que é um dos tipos de inteligência específica.⁷

Outro autor no campo da filosofia e da arte, do qual fizemos vários estudos, Bachelard, em muitas de suas obras refletiu sobre a relação fecunda entre a mão e a matéria, ou melhor, a ação da imaginação material, na obra de artistas e poetas.⁸ Estas abordagens encontram eco também em José Gil: “Alguma coisa de novo tem origem na ação de traçar, vindo sem dúvida dos materiais utilizados, mas também do corpo do desenhador”.⁹ Concebe que “a imagem-nua são imagens despojadas de uma significação verbal” e afirma que “todas as imagens disjuntadas de seus correspondentes verbais, contêm qualquer carga inconsciente de sentido”. Entretanto, “o sentido é percebido por um domínio da percepção artística, o das ‘pequenas percepções’, sensações ínfimas, imperceptíveis que acompanham a apreensão de uma forma artística”.

Estes autores nos auxiliaram a concluir que haverá sempre sentidos nas imagens mesmo que autorreferentes e destituídas de significado. “Estamos imersos num mundo de ‘imagens-nuas’, produtoras de ‘pequenas percepções’, que transportam informações muito mais ricas do que as imagens verbais”. Os títulos de trabalhos, Escritas, Trilhas e Rastros mostram que as

marcas em sequências permitem analogias com escritas, mesmo que ilegíveis e com trilhas, pegadas.

“A experiência primeira é a da imagem intensiva. Antes da percepção se estabilizar, se fixar à distância e se impor, o mundo da primeira infância organiza-se em torno de vagas sensoriais num turbilhão, imprevisíveis. (...) O artista volta incessantemente a esta massa primitiva. É o seu reservatório de experiências, de onde tira a força virgem das suas formas; ao mesmo tempo refaz um mundo mais ou mesmo moldado pela linguagem” GIL (1996).

Nossos trabalhos como “As Nuvens”, os “Riscos da Montanha” e os “Riscos da Paisagem” são realizados por movimentos da mão em diferentes direções; os rabiscos em vaivém, duplicados, em diagonais, se associam a outros riscos e traços, formando configurações o que promove relações visuais com a superfície do papel, deixando emergir espaços-formas quase imperceptíveis. São estes espaços, sugestões fluidas, indeterminadas que sugerem paisagens, montanhas, nuvens, mantendo-se, porém como riscos primordiais.

Assim, há grande afinidade com o que diz o filósofo:

“para que um desenho surja na ponta do lápis e se formem ao mesmo tempo espaços de um lado e de outro do traço em movimento, é preciso supor o que impregnou totalmente a página branca: a matéria imagem que vai permitir que linhas, pontos, sombras que nele se inscrevem, a plasticidade ou a liberdade da composição própria do artista”. GIL (1996)

3.2 - À MÃO E A RÉGUA

Através de duas palavras aqui tomadas em sentido metafórico, apontamos para a oposição entre o biológico (a mão) ao lógico (a régua). Nos trabalhos que realizamos vemos de um lado o primado do manual, e de outro lado, o verbal o qual comparece através de legendas normativas. Desse modo, a relação entre desenho e escrita se daria por oposição:

- Fluxogramas para Marcas - usamos suportes com divisões milimétricas, em que algumas vezes os traços são nelas como que aprisionados, em outras, as linhas das grades são rompidas por eles.
- Gráficos da Paisagem – são trabalhos em que tomamos as curvas sinuosas de gráficos como perfis de montanhas, imagens da natureza.
- Os Problemas – utilizamos formulações de exercícios de matemática, cujos raciocínios, chegam às soluções corretas. Porém as imagens por nós associadas a eles

são de situações concretas que mostram que a suposta solução racional havia provocado outros problemas.

- Cadernos de Lições - são cadernos que, à semelhança dos Problemas, usamos a formulação das lições escolares e as imagens que desenhamos as tratamos no sentido literal, ou criamos outros sentidos. Entre eles apontamos: “O Ar” e “Genética”.

Os Livros de Artista apesar de se tratar de um trabalho em uma categoria específica, também faziam confrontar significados verbais pela atribuição de sentidos visuais. Foram realizados por interferências que operamos em blocos de desenho. Entre eles destacamos a série “Bloco A4, Além das Normas Técnicas”, cadernos de desenho fabricados em vários formatos ¹⁰. Nesses blocos, a nossa estratégia foi a de intervir na própria estrutura da página através de recortes e sobreposições, substituindo a regra - ou a régua - reguladora, para um desenho “além das normas técnicas”.

Os trabalhos nos remeteram a estudos, entre os quais mencionamos o de Eduardo Coseriu, ao mostrar que a separação entre palavras e as coisas tem sido uma questão da tradição filosófica ocidental tratada por muitos filósofos; sendo assim, para ele, a questão da arbitrariedade do signo não seria uma proposição original de Saussure. ¹¹

O nosso encontro com o Foucault de *As Palavras e as Coisas* veio ampliar o entendimento da relação entre verbal e visual. Esta notável obra, desde seu título despertou nosso interesse e operou como que um “Fiat lux” para as indagações que o trabalho levantava. No prefácio, que autor se remete à suposta classificação chinesa citada por José Luís Borges como uma inspiração para a realização desta obra: uma classificação de animais que para o nosso pensamento atual “só provocaria o riso” porque ela nada classifica, já que cada um dos seus itens se refere a um animal diferente, singular e imaginário, sugerindo uma lista de infinitas multiplicidades.

Importantes são os capítulos em que o autor através do método arqueológico vai distinguindo o pensamento que predominou em alguns períodos do conhecimento no Ocidente. É preciso lembrar que Foucault questiona as identificações das épocas e períodos na forma tradicional, mas considera fundamental retornar aos estados antigos do saber para interrogar sua constituição e funcionamento epistemológicos e definir a região ou o solo epistemológico. Pela análise arqueológica, demonstra que práticas e discursos podem atestar o clima geral do

saber que prevalece em um período histórico e assim permite identificar qual a sua “*episteme*”.

Foucault mostra como a episteme designada como Representação procedia pela prática de fazer coincidir entre si, as coisas e as palavras, como se umas fossem marcas das outras, usando os tipos de similitude às características dos objetos do mundo empírico e as palavras que os designam, “fazendo coisas e palavras dobrarem-se sobre si mesmas”. Portanto os saberes e práticas operavam sob a orientação geral da semelhança, o que ocorre no sec. XVI, no Renascimento.¹²

Nesta nossa experiência uma característica dos trabalhos é que as imagens são eminentemente visuais e a escrita é tratada também como visualidade, relativizando o significado verbal, ou melhor, contestando o primado do verbal sobre o visual. Os trabalhos procedem pelo uso de analogias, pensamento que opera pela semelhança e pela representação. Confrontam com as ordens, as mensurações e as classificações. Acreditamos que esses trabalhos estabelecem rupturas entre nomenclaturas e fórmulas abstratas e modos subjetivos de entendimento.

3.3 - VÍZÍVEL E DIZÍVEL

Esta experiência se desenvolveu em três momentos: o primeiro e o terceiro em nosso trabalho individual e o segundo com um grupo de pesquisa.

No primeiro momento os nossos trabalhos foram realizados principalmente em pequenos blocos, o que permite, quando são folheados, a passagem de páginas em que se encontram traços – para outras onde se encontram legendas: perguntas, hipóteses que enviam a novos rabiscos, e que por sua vez se remetem a palavras, e estas a desenhos. Operam um deslizar de sentidos verbais e visuais. As confluências entre as linguagens nos encaminhou para novos estudos, ainda em Foucault. Em *Vigiar e Punir* a análise da estreita relação entre as práticas e discursos contribui para pensar esta relação além do nível estrito da linguagem.¹³ Pode-se ver que em muitas de suas obras, o autor evidencia como o agenciamento entre prática e discurso, concorre para a constituição dos saberes.¹⁴

No segundo momento, como assinalamos, no trabalho realizado no grupo de pesquisa, manteve-se o objeto da pesquisa assim com as concepções e métodos de trabalho. O grupo compreendia seis alunos de graduação em artes plásticas. As experiências iniciais consistiram em coletar imagens verbais e visuais das mais diversas origens, acompanhadas de apreciações

e leituras referentes às figuras de linguagem verbal, a articulação entre as linguagens, a integração de linguagens na contemporaneidade, assim como apreciação de reproduções de trabalhos de artistas. Foram feitos trabalhos com o material coletado, a partir do que, os participantes passaram a selecionar e escolher outros materiais e elementos correspondentes aos seus processos: fotos impressas, caligrafias de cartas, poemas visuais, desenhos e colagens e vídeo. Desta forma houve grande diversidade de enfoques e de produções. Os trabalhos foram apresentados em um evento e um relato foi registrado no Currículo Lattes.

No terceiro momento e como uma síntese da pesquisa desenvolvemos um ensaio para a seção “Portfolio” da revista *Concinnitas* nº7 da pós-graduação do Instituto de Artes da UERJ. Neste trabalho constam imagens selecionadas entre as experiências da pesquisa

(<http://www.concinnitas.uerj.br/resumos7/portfolio.pdf>).

4 - PESQUISA, PROJETO POÉTICO E PROCESSO DE CRIAÇÃO.

Considerando que as experiências aconteceram distantes umas das outras em termos temporais, pensamos ser inadequado estabelecer rupturas ou elos entre elas, o que uma cronologia talvez pudesse justificar. Observamos que apesar das mesmas concepções e métodos, do mesmo objeto e de igual objetivo da pesquisa, cada experiência envolveu aspectos específicos.

Em *Riscos e Rabiscos*, a nosso ver, os procedimentos operavam primordialmente através da visualidade e a linguagem verbal era operada em metáforas, deixando perceber nexos e sentidos entre elas. *À Mão e à Régua* efetua um confronto que privilegia a visualidade e se opõe ao primado do significado verbal. As imagens resultantes apresentam arabescos e confronto entre marcas gráficas manuais e grades e gráficos impressos.

Porém podemos encontrar um ponto em comum a estas duas experiências – o resultado em ambas é uma imagem “viso-verbal”- formada por duas linguagens em uma unidade. Entretanto chamamos a atenção para o fato de que esses trabalhos eram realizados em séries em que cada imagem remetia-se à seguinte, formando de certo modo, uma narrativa visual.¹⁵

As reflexões da experiência *Visível e Dizível* encontrou em Foucault um deslocamento ao pensar o desenho e a escrita dentro dos dispositivos visível e dizível, ou melhor, o visível e o enunciável, os quais mesmo sendo irreduzíveis um ao outro constituem práticas não discursivas de visibilidade e práticas discursivas de enunciados: um agenciamento que

constitui saberes. “Cada formação histórica vê e faz ver tudo que ela pode em funções de suas condições de visibilidade, como ela diz tudo o que pode dizer em função de suas condições de enunciado” sintetiza Deleuze.¹⁶

O grupo de pesquisa foi realizado anos depois dos trabalhos de nossa prática artística e manteve o mesmo nome, Visível e Dizível por abordar o mesmo objeto, os objetivos, as concepções e métodos da pesquisa, sendo parte integrante desta reflexão sobre a pesquisa.

As características de cada experiência que mesmo se realizados em tempos separados, ao serem finalizadas, não se perdem num vácuo, mas ainda se conectam, pela memória e aprendizado desenvolvidos e vividos em processos que, dinâmicos, se desdobram, se cruzam e se ramificam, fecundando novas experiências.

Consideramos ter havido reciprocidade entre projeto de pesquisa e projeto poético. Por um lado a pesquisa se constituiu por projetos poéticos e estes se caracterizaram como uma pesquisa. Assim, ambos podem ser vistos, como processos de criação e, como tal, se constituem como criação de práticas de visível e de enunciados, capazes de produção de linguagem e de conhecimento.

O processo de criação não é marcado por fronteiras. Não há possibilidade de delimitar o seu começo e o seu fim, delinear uma gênese estrita de seu desenvolvimento. As experiências realizadas em qualquer época se transformam: nunca serão repetições do mesmo, nem elas serão completa diferença. Um processo de criação se caracteriza por mudanças, acréscimos, desvios, rupturas. Apresenta-se muito mais como uma insistência.

Consideramos se há alguma constância nas experiências desta pesquisa seria a de um movimento dinâmico de continuidade e de ruptura; de ordenação lógica e de abertura poética. Tal observação pode indicar um movimento paradoxal e até caótico. Porém são estes movimentos que fecundam os processos criativos.

Desenho e escrita são linguagens autônomas, atuam em um limiar ambíguo e flutuante, e mais do que relações constituem-se em um agenciamento entre o visível e o dizível. Confluências ou fluxos; talvez turbilhões, nunca apreendidos totalmente. Entretanto, são potências de intervenção na linguagem e na produção de conhecimentos.

NOTAS

¹ - “Edgar Morin, “O Duplo Pensamento” In O Método III”. O Conhecimento do Conhecimento/1. Coleção Biblioteca Universitária, Europa América, 2ª. Ed. s/d.

² - Pensamos aqui nas pesquisas em diversas áreas do conhecimento que revolucionaram pressupostos científicos, pela instituição as noções de paradigma (Kuhn); de acaso na programação genética (Monod), de ordem-desordem e auto-organização (Atlan); de descontinuidade (Bachelard); de estrutura e dissipação (Prigogine), descobertas que vêm mudando a face do conhecimento contemporâneo e cuja reflexão religa ciência e filosofia.

³ - Omar Calabrese mostra como as novas descobertas da ciência têm repercussões em produções culturais. O autor denomina de neobarroco, uma atitude presente em muitos fenômenos culturais hoje, os tornando parentes uns dos outros e que, ao mesmo tempo os faz diferir de outros fenômenos da cultura de um passado recente. Aponta como certas teorias científicas de hoje (fractais, estruturas dissipativas, catástrofes, teorias do caos.) com certas formas de arte, da literatura, da filosofia e até do consumo cultural. “A Idade Neo barroca”, 1987.

⁴ - Ricardo Basbaum, Revista Gávea. 13. Set, 1985. PUC-RJ, p.373-395.

⁵ - Calabrese resume: são “formas em que assistimos à perda da integridade, da globalidade, da sistematização ordenada em troca da instabilidade, da polidimensionalidade, da mutabilidade”. Op.cit

⁶ - Os elementos básicos, irão se combinar, se agregar, se distinguir em configurações a partir de sua localização na superfície, e na troca com ela: “tijolos da construção gráfica”. Analysing Children’s art.

⁷ - Howard Gardner investiga as inter-relações entre esses dois campos (arte e desenvolvimento) e destacando como os sistemas no organismo: “fazer, perceber e sentir” se influenciam mutuamente e se integram com o sistema simbólico, para o que as noções de permanência do objeto são fundamentais, sem as quais os símbolos não poderiam ter nenhum referente. Destaca a importância da prática simbólica na constituição da inteligência entre as quais a verbal e a visual. Estruturas da Mente, a Teoria das Inteligências Múltiplas e A Arte e o Desenvolvimento Humano.

⁸ - Gaston Bachelard distingue duas imaginações: a imaginação formal e a imaginação material: que opera diretamente sobre a matéria com a qual trabalha o artista. O Ar e os Sonhos A Terra e os Devaneios da Vontade, A Terra e os Devaneios do Repouso, A Psicanálise do Fogo.

⁹ - José Gil afirma que “as imagens nuas revelam características insuspeitadas: arrastam consigo conteúdos não conscientes de sentido (...) que convêm distinguir do inconsciente freudiano” (...) são “produtoras de pequenas percepções, o que implica toda uma semiótica particular que não entra facilmente nas diferentes classificações conhecidas de signos (principalmente as de Pierce)”. A Imagem-nua e as Pequenas Percepções.

¹⁰ - Os Blocos de desenho são fabricados nos formatos A2, A4 e outros segundo as normas da ABNT. Trazem uma estrutura prévia com espaços delimitados por linhas retas nas margens, e rodapés com subdivisões, além da indisfarçável presença dos furos em que são encadernadas as folhas.

¹¹ - A concepção da arbitrariedade do signo poderia se resumir em que: “a linguagem verbal não tem uma relação natural com o mundo empírico, ela funciona como codificada ao nomear os objetos do mundo real com os quais não compartilha uma relação de natureza, mas totalmente arbitrária”.

¹² - Quando se opera uma ruptura nessa prática, no caso, em direção à Ordem, o objetivo maior é mensurar e ordenar no sentido de se alcançar um conhecimento que fosse uma *mathesis universalis* (conhecimento universal).

¹³ - Foucault analisa uma prática concreta, a arquitetura panóptica (construções que tem um corpo central e de onde os indivíduos são olhados, e regulados) e sua relação com o discurso disciplinar. Vigiar e Punir.

¹⁴ - Referimo-nos à História da Loucura e à História da Sexualidade em que Foucault mostra como os agenciamentos entre visível e discurso, próprio de cada formação histórica produz saber.

¹⁵ - Consideramos nestas duas experiências o “texto-imagem” como unidual, para usar o termo de Morin ao se referir a relação entre dois tipos de pensamento (lógico-racional e simbólico-mítico). “Os dois pensamentos que se combinam estreitamente nas civilizações arcaicas desenvolvem-se espantosamente na nossa civilização contemporânea”.

¹⁶ - “Les Strates ou formation Historiques, le visible et le enonçable: savoir” In Gilles Deleuze. Foucault. Paris Minuit, 1986.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ATLAN, Henri. Entre o Cristal e a Fumaça, ensaio sobre a organização do ser vivo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1992.
- BACHELARD, Gaston, A Água e os Sonhos, ensaio sobre a imaginação da matéria. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- _____ A Terra e os Devaneios da Vontade ensaio sobre a imaginação das forças. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- _____ A Terra e os Devaneios do Repouso, ensaio sobre as imagens da intimidade. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- _____ O Ar e os Sonhos, ensaio sobre a imaginação do movimento. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- _____ O Novo Espírito Científico. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro Ltda. Col. Biblioteca Tempo Universitário no. 16. 1968.
- COSERIU, Eugenio, Tradição e Novidade na Ciência da Linguagem. Coleção Linguagem no. 9. São Paulo: Presença /Editora da USP. 1980.
- DELEUZE, Foucault. Paris: Editions de Minuit, 1986.
- FOUCAULT, Michel, As Palavras e As Coisas. São Paulo: Martins Fontes. s.d.
- _____ História da Loucura. São Paulo, Perspectiva, 1978.
- _____ História da Sexualidade 1, a vontade de saber. Rio Janeiro: Edições Graal, 1985.
- _____ Vigiar e Punir, história da violência nas prisões. Petrópolis: Vozes, 1977.
- GARDNER, Howard, As Artes e o Desenvolvimento Humano. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.
- GIL, José. A Imagem Nua e as Pequenas Percepções. Estética e Metafenomenologia. Lisboa: Relógio d'Água, Editores, 1996.
- KELLOGG, Rhoda, Analyzing Children's Art. California: Mayfield Publisher Company, 1975.
- KUHN, Thomas S. A Estrutura das Revoluções Científicas. São Paulo: Perspectiva, 1987. 2ª. Ed.
- MONOD, Jacques. O Acaso e a Necessidade. Petrópolis, RJ: Vozes, 1971.
- MORIN, Edgar, O Método III. O Conhecimento do Conhecimento/1. 2ª Ed. Portugal: Publicações Europa América, s.d.
- _____ Ciência com Consciência. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES (PROCESSO DE CRIAÇÃO)

- ALMEIDA, Cecília S. Gesto Inacabado processo de criação artística. São Paulo: Annablume, 1998.
- DELEUZE, Gilles. Francis Bacon, Lógica da Sensação. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2007.
- GHISELIN, Brewster, org. The Creative Process. New York: New American Library Inc. s.d.
- KNELLER, George. Arte e Ciência da Criatividade. São Paulo: Ibrasa, 11ª. Ed.
- OSTROWER, Fayga. Criatividade e Processo de Criação. Petrópolis: Imago, 1978.
- VARGAS LHOSA, Mario. A Orgia Perpétua, Flaubert e Madame Bovary. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.
- WITKIN, Robert. The Intelligence of Feeling. London: Heinemann Educational Books, 1974.

*Maria Luiza Saboia Saddi - Professora adjunta aposentada pelo Instituto de Artes da UERJ Exposições coletivas e individuais no Brasil e exterior (1968-1997). Graduação em Educação. Publicações revista GAM-RJ; Artes Visuales, México; Franklin Furnace, N. York. Pós-graduação em Educação Artística (BENNETT-RJ) e Arte-Educação, ECA-USP. Mestrado em Artes Plásticas. ECA-USP. Doutorado em Semiótica (linguagens visuais). COS, PUC-SP. Professora adjunta do Instituto de Artes (até 2003, por ocasião da aposentadoria). Professora Visitante. ART-UERJ. (2003-2006). Autora do livro Maria das Neves. Rio de Janeiro: Editora 7 Letras, 2003. Autora do ensaio "Visível e Dizível". Portfolio. Revista Concinnitas n.7. Programa de Pós-graduação. Instituto de Arte. UERJ.

ANEXOS

IMAGENS DA PESQUISA

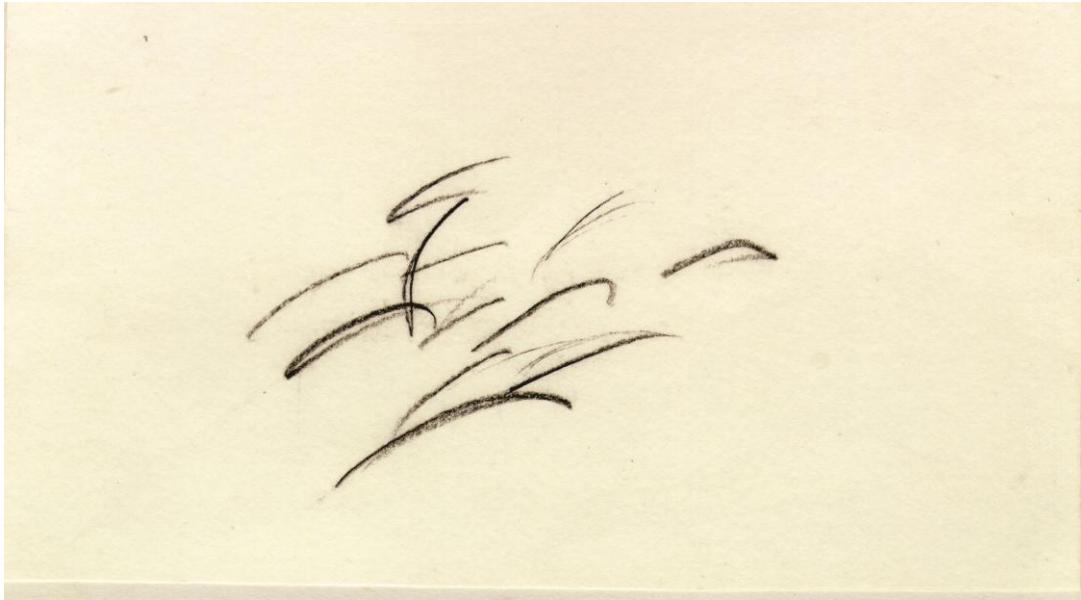


Figura 1: Riscos e Rabiscos 1 “Escritas” (mesmo que ilegíveis)



Figura 2: Riscos e Rabiscos 2: “Rabiscos Básicos” (tijolos da construção gráfica)



Figura 3: Riscos e Rabiscos 3 “Riscos” (traços a –significantes: marcas frutos dos gestos)

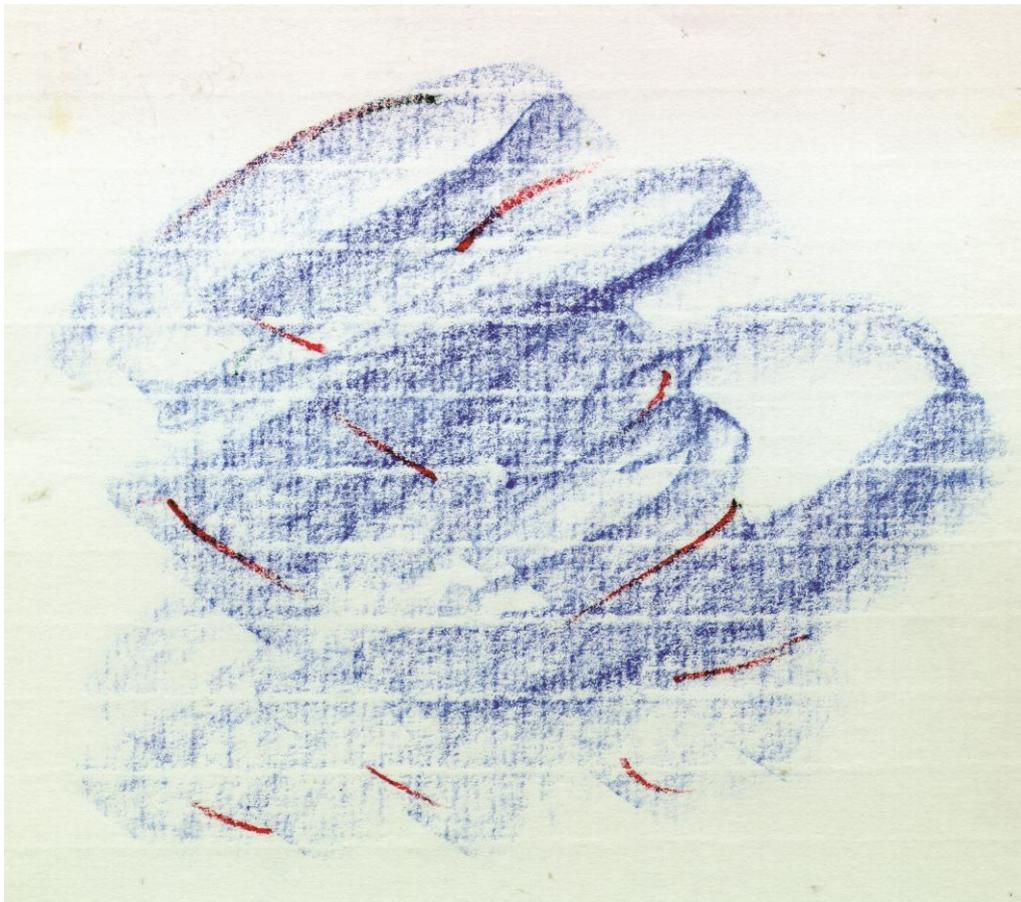


Figura 4: Riscos e Rabiscos 4: “Rastros “ (construção gráfica e analogia)



Figura 5: Riscos e Rabiscos 5 –:Trilhas (marcas do material a partir de ações dos gestos)

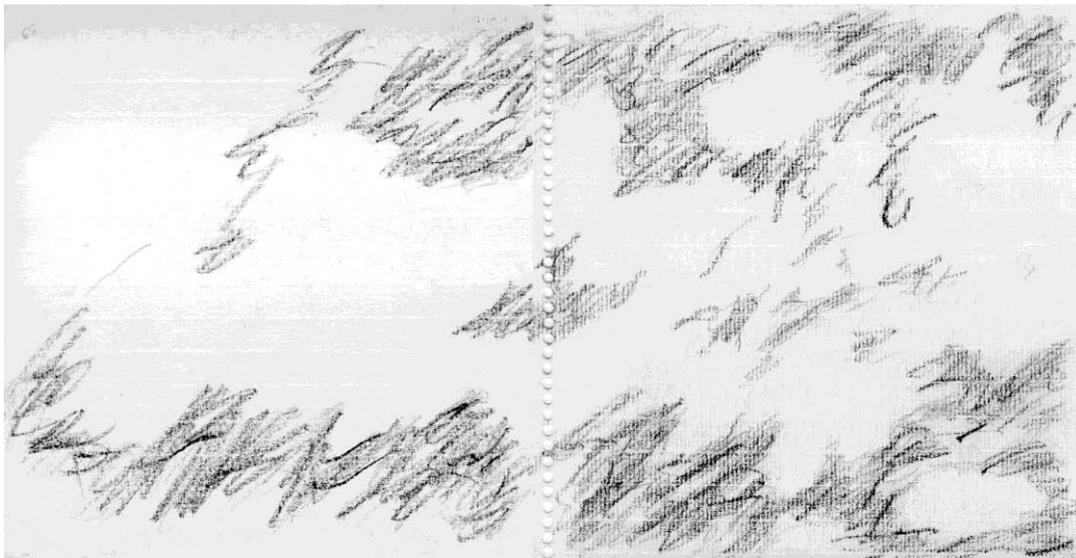


Figura 6: Riscos e Rabiscos 6 “Nuvens” (espaços entre os traços)

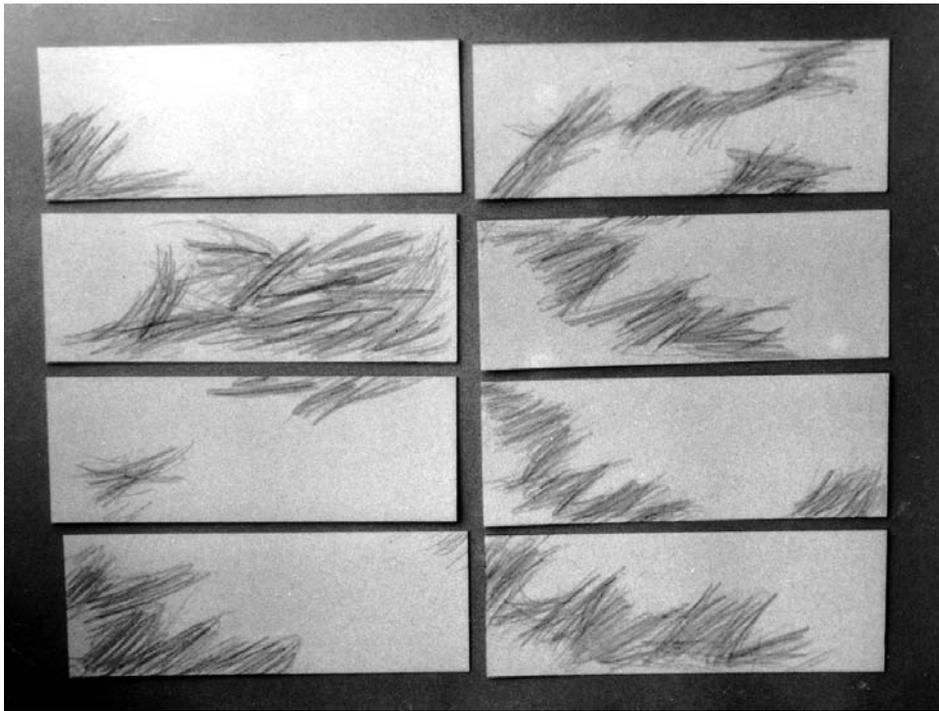


Figura 7: Riscos e Rabiscos 7 “Nuvens” (relações entre traços e a superfície do papel)

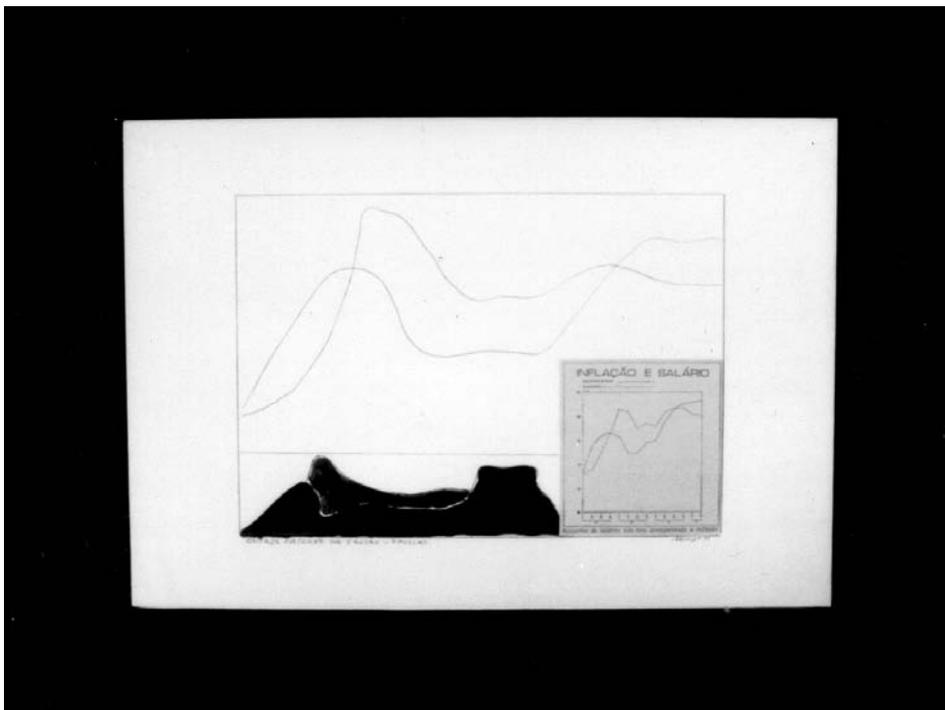


Figura 8. À Mão e à Régua 1: “Gráficos das Montanhas” (linhas sinuosas dos gráficos criam montanhas)

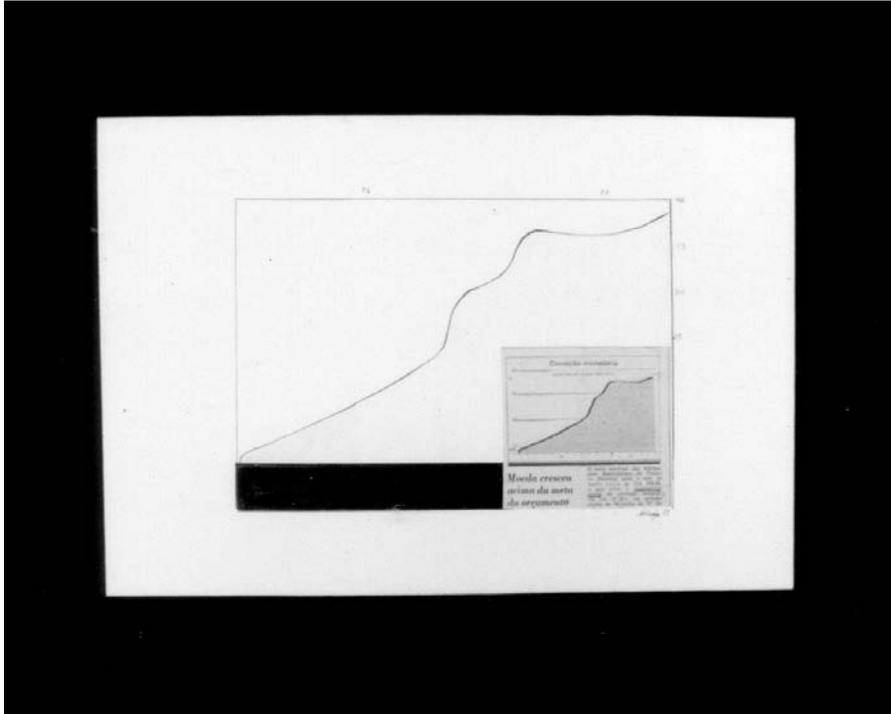


Figura 9: À Mão e À Régua 2 “Gráficos da Paisagem” (imagens da natureza nos gráficos)

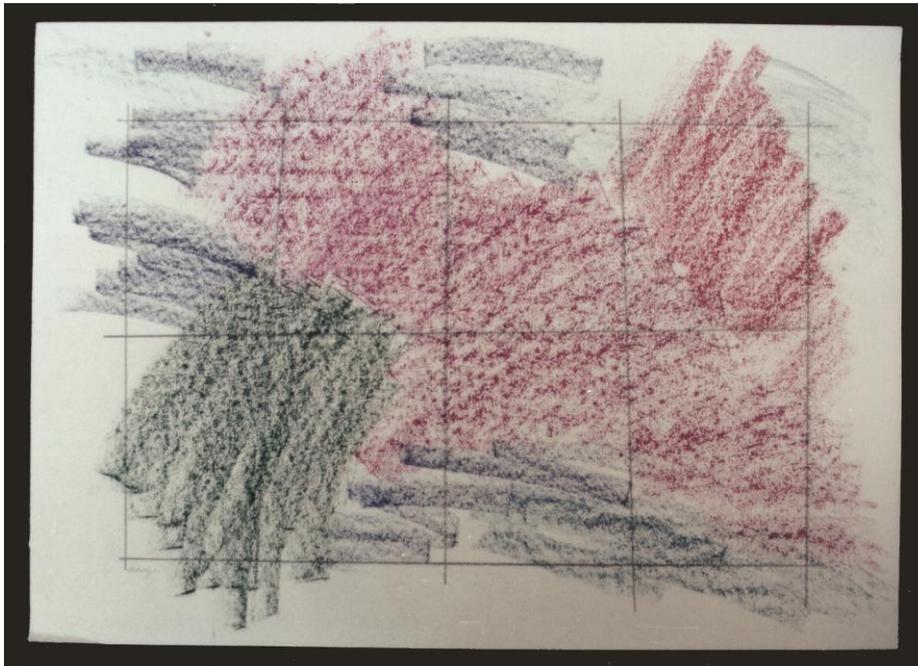


Figura 10: À Mão e À Régua 3 “Fluxograma para marcas”
(traços aprisionados e grades rompidas)

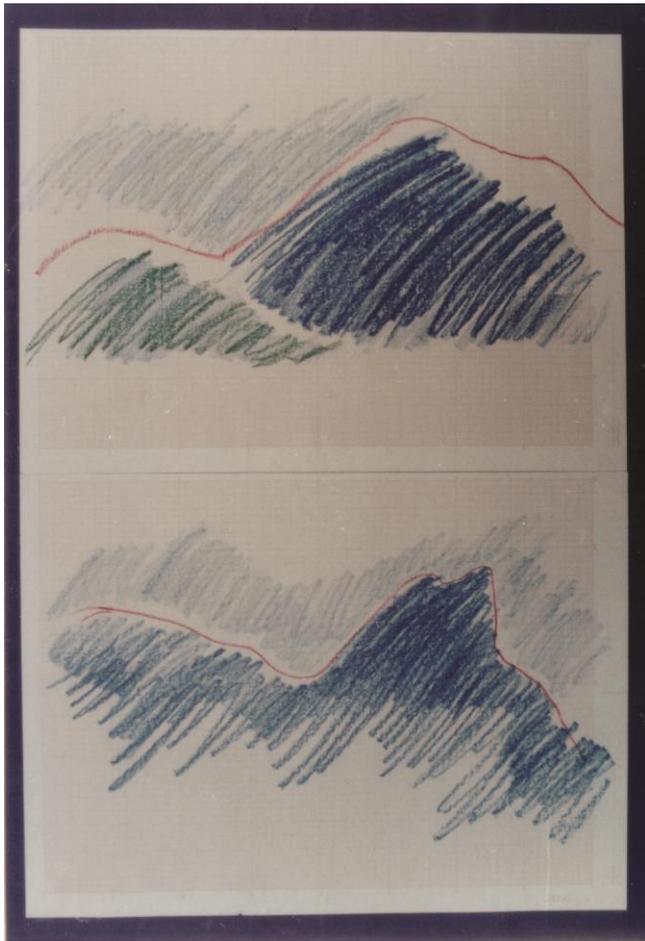


Figura 11: Riscos e Rabiscos 8 “ Riscos das Montanhas”



Figura 12: Riscos e Rabiscos 9: “ Riscos da Paisagem”



Figura 13: Riscos e Rabiscos 10: “Riscos da Paisagem”



Figura 14: À Mão e à Régua 4: “Cadernos de Lições e Cadernos de Problemas” na instalação Sala de Aula.

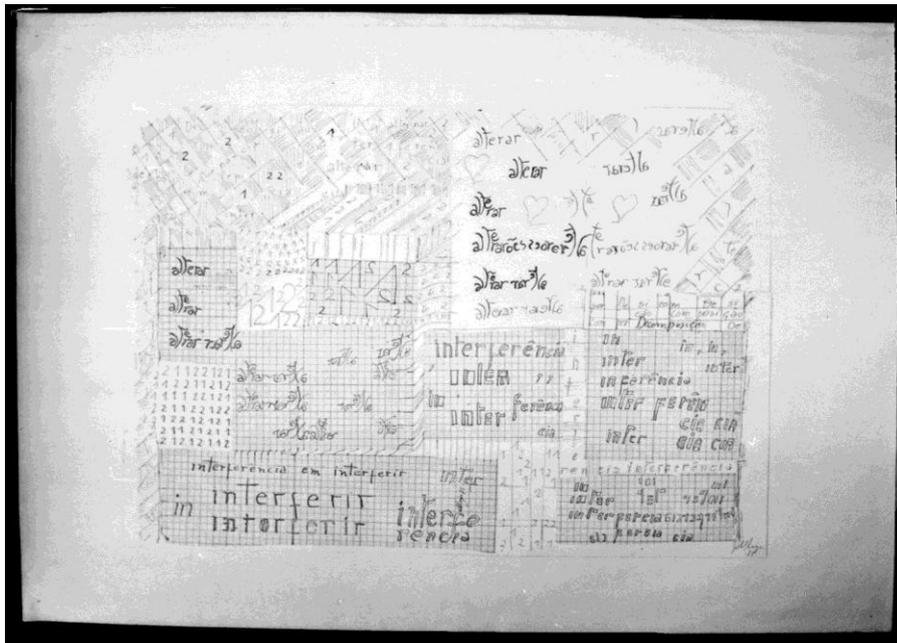


Figura 15. À Mão e à Régua 5: “Alterações de Alterar e Interferências de Interferir”
(imagem viso-verbal)

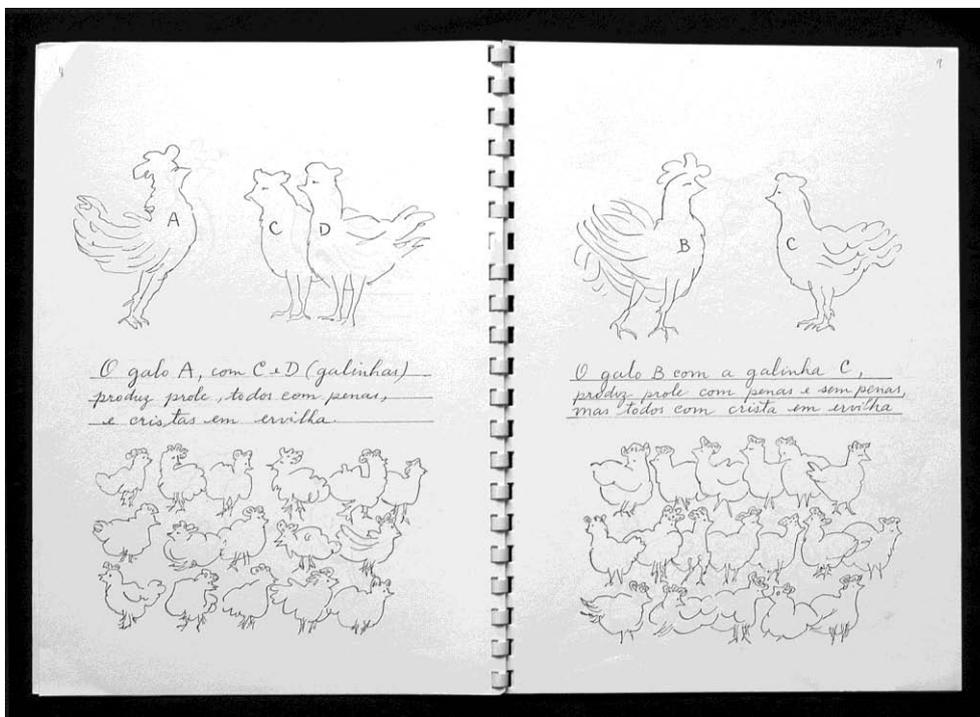


Figura 16: À Mão e À Régua 6. “Cadernos de Lições: Genética”

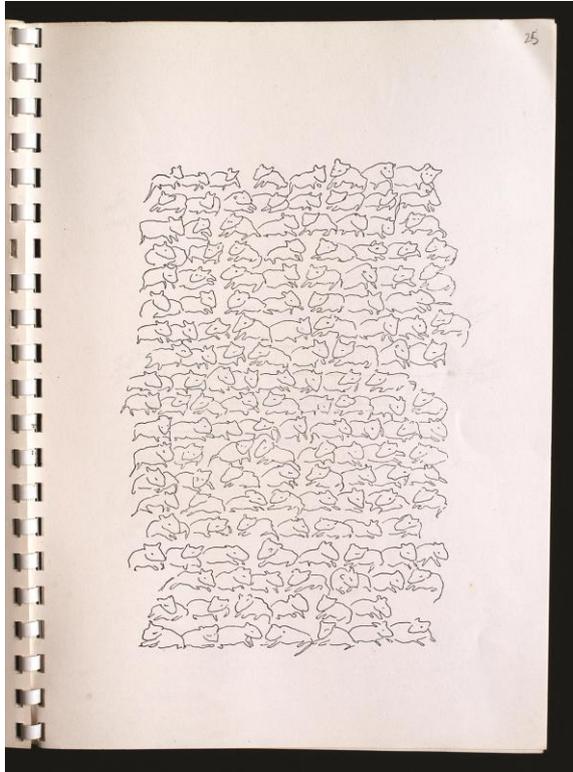


Figura 17: À Mão e À Régua 7: “Caderno de Lições: Genética”

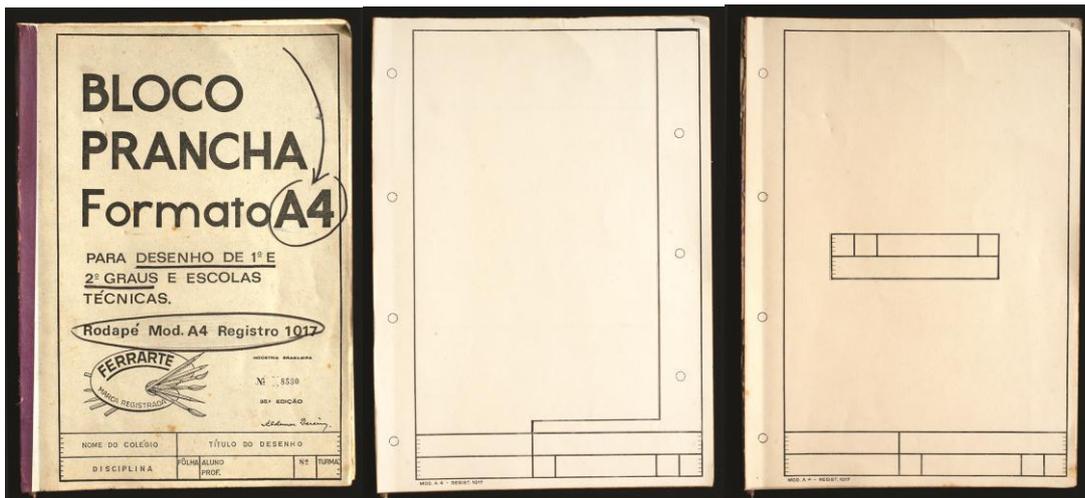


Figura 18: À Mão e À Régua 8: .Livro de Artistas. “Bloco A4 Além das Normas Técnicas”

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

As palavras, as coisas do bordado e essa coisa de design

Mariana de Souza Guimarães

CAp- UFRJ

marianasguimaraes@hotmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

As palavras, as coisas do bordado e essa coisa de design.

Mariana Guimarães

É professora de Artes Visuais do CAP-UFRJ, mestre em Design pela PUC – Rio e pesquisadora do artesanato produzido com linhas e agulhas no Brasil. É idealizadora e coordenadora do Projeto Retalhos de Memória.

marianasguimaraes@hotmail.com

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar parte de uma pesquisa empírica realizada no ano de 2010 com bordadeiras tradicionais do Sertão Alagoano. E busca confrontar as palavras e as coisas do bordado com as palavras, representações e intervenções realizadas pelos órgãos e instituições promotoras do artesanato brasileiro, materializadas em catálogos de divulgação desses trabalhos.

Palavras chave: Bordados tradicionais, design e capitalismo.

Abstract

This article aims to present part of an empirical research that was developed with women that do embroidery and live in the countryside of Alagoas, a northeastern State of Brazil. It seeks to confront the words and things of the embroidery world with the words, representations and interventions made by the agencies and institutions that promote Brazilian craft, embodied in catalogs for dissemination of these works.

Keywords: traditional embroidery, design and capitalism.

Este artigo tem como objeto de reflexão a pesquisa empírica realizada com bordadeiras tradicionais nos municípios de Entremontes e Ilha do Ferro localizados no Sertão Alagoano. A pesquisa foi realizada no mês de julho de 2010, e foi documentada em registros audiovisuais por Márcio Macedo. Os trabalhos realizados nessas comunidades ribeirinhas ao Rio São Francisco são o bordado Rendendé em Entremontes e o bordado Boa Noite na Ilha do Ferro.

O povoado Ilha do Ferro pertence ao município de Pão de Açúcar, que está distante 240 km da capital Maceió, é um pequeno lugarejo banhado pelo rio São Francisco. O acesso a este povoado, que está distante 18 km do município de Pão de Açúcar, é feito por de barco ou carro, transporte menos usual visto a precariedade da estrada. O transporte fluvial é o mais utilizado pelos habitantes da localidade e a viagem dura um pouco mais de uma hora. Neste povoado vivem cerca de 200 famílias que extraem seu sustento da pesca, agricultura e as mulheres do bordado Boa Noite. Este nome deve-se ao tipo de ponto utilizado no bordado, que faz referência a uma flor local. As mulheres bordadeiras da Ilha do Ferro foram organizadas em uma cooperativa pelo Programa Artesanato Solidário.¹ A Art Ilha é uma cooperativa que possui 40 mulheres cadastradas que trabalham individualmente, mas compram o material coletivamente e uma parte da venda dos produtos é revertida para compra de novos materiais e manutenção da sede. Os insumos – tecidos e linhas vêm da cidade de São Paulo e as encomendas são enviadas para os compradores via Sedex.

A outra localidade visitada foi o povoado de Entremontes, distante 22 km do município que pertence , a cidade de Piranhas, distante 280 km de Maceió. Um povoado que também possui mais ou menos 200 famílias, e uma produção do bordado Rendedê muito expressiva, pois na pequena localidade a produção deste artesanato é muito desenvolvida. A maioria das mulheres, senão todas produzem o artefato. Na Associação de Bordados de Entremontes, 54 mulheres estão cadastradas e foram também organizadas pelo Programa Artesanato Solidário. Nesta localidade também existem outras associações de bordadeiras que não se mantiveram na associação organizada pelo Programa, por razões de atritos e conflitos entre as mulheres.

¹Esse programa foi implementado no governo Fernando Henrique Cardoso no ano 2000 e coordenado por sua esposa, a socióloga Ruth Cardoso. Este programa desenvolvido em parceria com outros órgãos e instituições organizou, promoveu capacitações e financiamentos para compra de materiais, sede própria para esses grupos, como este citado.

Essa pesquisa tem como objetivo conhecer, entrevistar e compreender o modo como vivem as bordadeiras e rendeiras tradicionais na contemporaneidade, frente à cultura de massa, tecnologia, industrialização e perda de valores e práticas artesanais e tradicionais. Neste artigo pretendemos analisar o modo como o trabalho dessas mulheres é produzido, e o modo como ele é falado, representado pelos órgãos e instituições de apoio ao artesanato tradicional brasileiro, e ainda pretende realizar uma reflexão sobre a palavra e a coisa – a coisa e a imagem que é feita dela, de acordo com o tema “As palavras e as coisas” proposto pelo IX Simpósio do Lars. Essa pesquisa tem muitos desdobramentos e possibilidades reflexivas, porém aqui nos aprofundaremos no tema exposto acima.

Analisaremos a relação da imagem produzida pelos órgãos de apoio ao artesanato (Sebrae) na forma de catálogos de divulgação e venda dos produtos em oposição ao contexto social em que os objetos foram produzidos e depoimentos de suas produtoras. O catálogo analisado será o “Coleção Alagoas” – cama, mesa, banho que é uma linha de produtos desenvolvidos por designers do Sebrae e produzidos por artesãos tradicionais.

No catálogo Coleção Alagoas o texto de apresentação nos mostra que:

Uma das condições para o sucesso de qualquer empreendedor é ser competitivo. Para isso é necessário estar atento à construção de novas formas de apresentação de produtos e serviços que façam a diferença no mercado.

Foram criadas três linhas de produtos para cama, mesa e banho: *Alagoas do Açúcar – em tons branco, bege e açúcar mascavo com simetria e equilíbrio para os consumidores mais clássicos; Alagoas das águas - em branco e lavanda e linhas limpas e suaves para os urbanos; e Alagoas do Folclore - com peças mais coloridas e formas dinâmicas, repletas de movimento para um público inovador.*

No final do catálogo tem fotografias das artesãs, seus contatos e também das equipes de designers, consultores e equipe da Florense, uma loja internacional de móveis que apoiou a iniciativa e coincidentemente acabava de inaugurar uma loja de luxo em Maceió, onde os espaços eram decorados com artesanatos Alagoanos.

Em relação à intervenção de designers do Sebrae no trabalho dessas bordadeiras, observamos através do diálogo abaixo, uma tentativa de organização, e padronização dos produtos na fala das mulheres da Associação de Entremontes:

_ (bordadeira) O Sebrae participa com a gente, com essa coisa de design, né? Ele vem fazer oficina de custo, como é, informa sobre as feiras... E também sobre os bordados, porque antigamente os bordados da gente eram cada alinhavo, uns eram uma coisa linda, outros... Ai vem um design e ensina para gente os pontos, como faz, como não faz o corte, a costura.

_ (Mariana) Mas eu não estou entendendo uma coisa: vocês me disseram que esse bordado existe há mais de cem anos aqui em Entremontes, não é? Aí chega um designer e ensina os pontos para vocês?

- (bordadeira) Não... Ela ensina o corte, a metragem certa, como o mercado quer... Para não ficar torto. A gente tem o padrão certo, só corta naquele padrão, é tudo certo, tem que ter o acabamento perfeito, as metragens do pano de mesa, das bandejas, tudo certinho. Temos um padrão para fazer.

São utilizadas algumas palavras para ilustrar e qualificar as coleções como elegância, estilo, leveza, aconchego que são representações de conceitos e estilos muito distantes dos vividos por essas mulheres. São moradoras de uma localidade de acesso muito difícil, de áreas pobres e distantes de centros urbanos e possuem este trabalho de bordadeiras como uma única opção para geração de renda e complemento do sustento familiar, como vemos abaixo nos depoimentos das bordadeiras de Entremontes:

“Quase todas as mulheres bordam. Minha mãe me incentivou muito a bordar, eu não gostava de trabalhar com costura. Ela disse que o que tem para fazer aqui em Entremontes é o bordado, portanto tem que bordar. Antigamente para comprar uma peça de roupa a gente tinha que bordar. A gente faz mais por precisão. Através do bordado compramos nossas coisas”.

“Muito importante porque além da gente adorar bordar, para gente financeiramente é bom, porque assim dá um dinheiro”.

“Eu vou falar por todas: é muito bom bordar, porque outro trabalho ninguém tem para trabalhar”.

Esse trabalho além de ser uma única possibilidade de geração de renda, é também uma possibilidade de divertimento, de amizade e de passar o tempo, é uma práxis criativa, que

dá sentido a vida material e imaterial dessas mulheres. E sobre a prática de bordar algumas mulheres relataram:

“Eu fico muito satisfeita quando eu bordo”.

“Conversamos muito e contam cada coisa e rimos”.

“A gente fica o dia todo aqui bordando e conversando”.

De que modo as informações contidas nestes catálogos e confrontadas com esses depoimentos podem se tornar conhecimento e reflexões para o campo do design? Para quem e para quem são produzidas? Que tipo de imagens esses designers desejam produzir sobre essas mulheres e seus trabalhos?

A partir desses questionamentos daremos continuidade as nossas reflexões tendo como fundamentação o livro *Testemunha ocular* de Peter Burke², onde o autor analisa o uso das imagens como evidências históricas, e a distorção e idealização presentes no processo de produção e leitura de imagens. Atentando para a fragilidade das imagens, que poderão ser traiçoeiras se não forem examinadas mais próximas ao seu contexto original. Logo no primeiro capítulo do livro há uma epígrafe que diz *“As fotografias não mentem, mas mentirosos podem fotografar”*³, essa frase resume de forma exemplar o pensamento do autor e a ideia central do livro que é a de que as imagens não são o reflexo direto da realidade.

Analisando o catálogo em relação aos depoimentos, registros áudios-visuais e a própria pesquisa empírica, compreendemos essa abordagem teórica de modo muito claro, pois as imagens, os adjetivos, os projetos gráficos e de produtos utilizados são muito distantes da realidade das mulheres e seus povoados. Essas mulheres são marcadas pela desigualdade social, pela pobreza que contamina o país, sobretudo na Região Nordeste, vivem em uma área de sertão, onde o clima castiga as plantações, pessoas e animais, são na maioria analfabetas e possuem essa tradição de fazer *costura*, como elas próprias dizem há muito tempo, um saber tradicional que é transmitido de geração em geração, de mãe para filha. Algo que faz parte da cultura material da mulher nordestina do Sertão, que expressa valores, condutas e identidades.

² Burke, Peter. *Testemunha ocular: história e imagem*. Bauru, São Paulo, Edusc, 2004.

³ Citação de Lewis Hine. p. 25

Ainda que haja um esforço para a valorização do artesanato, há uma relação desigual entre a cultura popular e cultura hegemônica, que faz com que o artesanato torne-se oprimido nessa relação, que em certos momentos é de exploração, centrado no produto, desconsiderando os processos e o contexto. Contudo, podemos dizer que essa desigualdade não ocorre por razões intrínsecas do objeto, por conta de uma estética inferior, mas por razões objetivas que respondem a um mercado. Na contemporaneidade não há nenhuma forma de produção de objetos que não vise o lucro e a rentabilidade, e que o artesanato, é ele também uma via de produção. O capitalismo não nega ou é contra o artesanato, porém ele se apropria da produção artesanal, que tem atualmente um lugar importante no sistema mercadológico e “agrega” ou cria novos valores e assim o artesanato tende a crescer e desempenhar funções específicas na expansão do capitalismo, mas nesse processo que produz riqueza, reproduz também a perversidade da mais valia.

As imagens e modo de apresentação das informações contidas no catálogo representam um estilo de vida oposto à realidade das artesãs. É uma idealização do trabalho realizado por essas mulheres, que se quer utilizam esses produtos em seus lares, são feitas por elas, mas não são para elas, são peças que possuem uma padronização, uma função e uma estética completamente distinta da vivida por elas. São toalhas de mesa, jogos americanos, guardanapos de linho e etc.

Compreendemos a partir das reflexões de Burke que o encontro entre duas culturas, ainda que no interior de uma mesma sociedade, acarreta em um processo de estereotipização que pode ocorrer de modo positivo ou negativo. No campo do design essa estereotipização do artesanato poderá ocorrer ou negando e ignorando, ou entendendo o artesanato como um reflexo do próprio campo numa tentativa de “agregar” conceitos valorativos, valores mercadológicos, padronização que são métodos para valorização do outro a partir de sua ótica e ponto de vista, uma tentativa da transformação de um bem que é o artesanato tradicional em riqueza para a sociedade de consumo.

Michel Foucault em “As palavras e as coisas”, ao realizar uma análise das riquezas⁴, e refletir sobre a formação de valores em geral, e a transformação de bens em riqueza, nos mostra que o valor não se forma nem cresce na produção, mas no consumo, e que em muitos momentos para fabricar riquezas é necessário sacrificar bens. E questiona-se como se estabelece um valor de uma coisa e porque se pode afirmar que ela vale tanto ou tanto? Faz-se necessário o reconhecimento de valor para aquilo que o outro possui, é preciso que as

⁴ Foucault, Michel. *As palavras e as coisas*. Capítulo VI.

coisas existam já carregadas de valor, e, contudo, o valor só existe no interior da representação, no interior da troca. Neste caso, em nossas análises do catálogo, o designer funciona junto com os órgãos e instituições promotoras dos materiais como instâncias legitimadoras de valores, carregando de subjetividade objetos da cultura material através da representação visual. Sabemos que a atividade de design foi muito empregada para o desenvolvimento do capitalismo no início da produção industrial, sobretudo nas indústrias que produziam objetos utilitários para o consumo doméstico, em que designers forneciam variedades, inovações que permitiam o aumento das vendas e lucros.⁵ Do mesmo modo, o capitalismo foi benéfico ao design e essa relação permanece indissolúvel nos dias atuais.

Nesta lógica, essa intervenção do designer nos processos artesanais tradicionais contribui para uma deterioração e padronização da espontaneidade que é uma das características do trabalho artesanal. Torna-se seriado, não criativo, obedece a um projeto abstrato e arbitrário que é de fora de seu contexto. E ainda que tenham catálogos e apoio externo, essa produção e promoção não garantem uma melhora real, significativa na qualidade de vida dessas mulheres, pois os produtos ainda são comercializados por preços baixos se comparados aos valores comercializados nas lojas sofisticadas de enxovais pelas capitais do Brasil e do mundo.

A produção não garante lucro, o que garante o lucro é a intermediação para o consumo, *“o artesão destrói em subsistência tanto quanto o que produz por seu trabalho”*.⁶ Na verdade *“o valor só aparece onde os bens desaparecem; e o trabalho funciona como uma despesa: ele constitui um preço da subsistência que ele próprio consumiu”*.⁷

Ao mesmo tempo nos perguntamos se essas artesãs tradicionais sobreviveriam ainda hoje sem a mesma padronização, a diferenciação mercadológica, os planos de *marketing* e publicidade impostas pelos órgãos e instituições promotoras? Pois antes dessas agências de fomento e dos designers, essas artesãs tradicionais eram exploradas pelas atravessadoras que levavam seus produtos diretamente aos lojistas nas capitais, hoje, elas possuem todo apoio, mas a condição ainda é de opressão por maior que sejam os esforços, afinal o sistema capitalista é mais cruel, mais sagaz e sutil que os desejos. De modo que faz-se necessário que as partes envolvidas neste processo sejam conscientes e questionem esse sistema e sejam agentes sociais capazes de refletir, agir, dialogar verdadeiramente,

⁵ Forty, Adrian. *Objetos do desejo: design e sociedade desde 1750*. p.124

⁶ Foucault cita Catillon- in: *As palavras e as coisas*. p.268

⁷ Idem nº 04 - p.269.

combater a política de exploração que desumaniza a práxis criativa e os valores tradicionais.

Concluimos este artigo apresentando um prosaico conto de Marina Colasanti (2006) que se chama *A moça tecelã*, para ilustrar nossas reflexões sobre o capitalismo, o consumo, e perda da práxis criativa. Nessa história, uma tecelã, vivia sozinha e tecia em seu tear mágico tudo que lhe era necessário, apenas o necessário; um dia sentiu o desejo de ter um companheiro e teceu esse companheiro, mas quando o marido descobriu o poder mágico do tear, muita coisa mudou, a moça trabalhava dias e noites, horas a fio, para adquirir riquezas; palácios, cavalos, criados e estrebarias, etc. Até que aprisionada *no mais alto quarto, da mais alta torre*, a moça sentiu-se triste e infeliz e resolveu destecer tudo que tinha criado: os cavalos, os palácios, as estrebarias e por fim desteceu o marido e sentiu-se aliviada, e sentou-se novamente em seu tear.

*Então, como se ouvisse a chegada do sol, a moça escolheu uma linha clara. E foi passando-a devagar entre os fios, delicado traço da luz, que a manhã repetiu na linha do horizonte.*⁸

Através dessa singela história, podemos fazer conexões com nosso campo de estudo. Primeiramente a exigência das riquezas

pelo marido comparado à acumulação do capital na sociedade contemporânea e com a transformação de um bem em uma riqueza. A relação da moça com o seu tear era bastante saudável, pois tecia o que precisava, porém as exigências do marido fizeram com que a moça entristecesse e sentir-se só. O marido não precisava de tantas riquezas, ele inventava novas necessidades: *para que ter casa, se podemos ter palácio?*⁹ Essa é a lógica da sociedade capitalista, comprar, acumular, agregar, padronizar, possuir, e a alienação surge com tantas necessidades e invenções, objetos frios, desprovidos de utilidade real, iguais e assim, o trabalho da moça alienou-se, não foi mais criativo e prazeroso, virou uma “mais valia”, produzir, produzir e produzir para acumular. Ora, mas a moça de forma sábia percebeu essa alienação e desesperou-se destecendo todos seus bens, inclusive seu marido, tendo uma atitude de resistência. E sentando-se novamente no tear: *como se ouvisse a*

⁸ COLASANTI, Marina. *Doze reis e a moça no labirinto do vento*. 12ª edição – São Paulo: Global, 2006. p.14

⁹ *Idem* . p. 12

chegada do sol voltou a tecer. E com essa frase tão poética ouvindo o sol, voltou a ter seu prazer, sua práxis social criativa, não pervertida, dando-lhe o necessário para cada momento. A práxis criativa possibilita ao homem essa libertação, materializada em objetos concretos.

Essa dimensão criativa do trabalho artesanal em comparação à produção seriada da indústria trata da transformação e acumulação de bens em riquezas. Este é um dos temas que exige um aprofundamento no campo do design, pois a tendência é o trabalho de criação e inventividade do designer tornar-se uma realidade opressora fundamentada na estética da mudança constante, na padronização que angústia seres humanos que consomem seus projetos. A busca pela mudança, originalidade, padronização e lucros impostos pela indústria mostram que o designer é tão vítima do sistema quanto os consumidores e os artesãos.

Bibliografia

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Introdução, organização e seleção Sergio Miceli. – São Paulo: Perspectiva, 2007. (coleção estudos).

BURKE, Peter. *Testemunha ocular: história e imagem*. Bauru, SP: EDUSC, 2004.

CANCLINI, Nestor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Ed: brasiliense, 1983.

COLASANTI, Marina. *A moça tecelã*. São Paulo: Global, 2004.

D'ÁVILA, José Silveira. *O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea* in MEC, FUNARTE, 1983.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. 9ª Ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FORTY, Adrian. *Objetos do desejo: design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GUIMARÃES, Mariana de Souza. *O design dos objetos artesanais produzidos no cotidiano de mulheres idosas*. Dissertação (Mestrado em Artes e Design). Departamento de Artes e Design, PUC- Rio, Rio de Janeiro, 2010.

KONDER, Leandro. *O futuro da filosofia da práxis: o pensamento de Marx no século XXI*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

Fontes primárias:

Catálogo Coleção Alagoas: cama, mesa e banho – SEBRAE - AL

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Linguagem, corpo e design – uma reflexão

Michael Medeiros de Moraes

mikemorais2003@yahoo.com.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Linguagem, Corpo e Design – Uma reflexão

Autor: Michael Medeiros de Moraes - Mestre em Design pela PUC-Rio

Palavras-chaves: Linguagem, Corpo, Design.

Key-Words: Language, Body, Design.

O conceito de *performance* oriundo das artes plásticas, serve para designar manifestações artísticas que convergem diversas linguagens.

Em *Corpos Queer* ou *Corpos Polimorfos*, o conceito de *performance* serve de instrumental para a observação das manifestações aqui contempladas, que não necessariamente estão alçadas à categoria de manifestações artísticas, mas que requerem um olhar sensível diante dos significados por ela emanados.

Como conceituado por seus teóricos, a *performance* é uma modalidade artística que faz uso das mais diversas expressões. E dentre essas linguagens, o Design também figura com toda a sua plasticidade de sentidos e suportes, assim como o corpo e as mais diversas superfícies de nosso entorno.

Sendo privilegiado na construção deste trabalho, o corpo é suporte de criação das performances, articulando o design como linguagem dessa expressão.

A relação entre o corpo e o design se estabelece como uma dialética. O design, como atividade voltada para a configuração do entorno material do indivíduo, toma o corpo como partido projetual e matriz de produção de sentidos.

Este texto pretende demonstrar como observações sobre o corpo no âmbito da linguagem se mostram importantes para o design. Entendemos que o campo do design apresenta eminente interface com o corpo, um corpo que pode ser entendido como suporte discursivo. Realizamos essa reflexão com base no aspecto de que as expressões corporais oferecem um campo rico de referências estéticas para a criação, em relação à qual se manifesta como suporte e como matriz produtora de sentidos.

O corpo constitui um artefato privilegiado da cultura, reflexo dos valores culturais representa, no campo do design, elemento central para a criação. O corpo, na qualidade de artefato, revela-se um suporte criativo que dá abertura a inúmeras possibilidades formais e discursivas.

Antes de pensarmos o corpo e sua interface com o design, devemos pensar o corpo e sua relação com a cultura. Devemos considerar sua capacidade de refletir valores culturais relativos ao contexto em que está inserido.

O corpo é depositário de inúmeros valores. Constitui um dos artefatos culturais mais ricos em significados. Compreender a forma como as práticas corporais se estruturam como linguagem possibilita-nos maior conhecimento sobre o indivíduo e suas particularidades culturais.

Em articulação com o design, o corpo precisa ser compreendido, em sua elaboração, como um discurso. Se do ponto de vista cultural ele é depositário de valores, no âmbito do design sofre intervenções, é criado, transformado, transgredido.

Na segunda metade do século XX, as ciências da comunicação descobriram o corpo, em sua potencialidade comunicativa, na condição de mídia primária. O corpo revela-se uma mídia eminentemente rica e complexa (BAITELLO, 2005).

Mas por que o corpo vem à tona na cultura contemporânea? O corpo ganha visibilidade em função de suas constantes metamorfoses e simbioses com as tecnologias, suas inúmeras extensões científico-tecnológicas. “Essas mutações referentes ao corpo vêm despertando inquietações incorporadas ao imaginário cultural, cujos efeitos ainda não temos parâmetros. Um dos mais visíveis reflexos dessa questão reside na inclusão do corpo no campo das artes plásticas” (SANTAELLA, 2004, p. 133)

Estamos acostumados a perceber, conviver e apreender o corpo de forma óbvia, uniforme, deixando de observar as suas possibilidades de relação e significação. O corpo é um artefato que permite a comunicação entre os indivíduos, um artefato rico em possibilidades semânticas.

Trata-se de elemento chave no processo de comunicação, pois todo este último começa e termina no corpo. O corpo é elevado ao estatuto de mídia, assim como as mídias digitais, em função do seu papel exercido no processo comunicacional.

Apresentamos aqui um diálogo do campo do Design com uma modalidade artística bem recente do universo das artes plásticas, que se trata da *performance*, exposta aqui com a denominação de performatividade. Tal etimologia é evocada em função desta se tratar de uma apropriação do campo das artes plásticas para denominar formas de expressão corporal, que não necessariamente se configurem como uma manifestação artística.

A *performance*, especificidade artística surgida na segunda metade do século XX, traz uma nova complexidade para o campo das artes plásticas. A *performance* é uma forma de manifestação artística que faz uso de suportes artísticos até então não legítimos e que se caracterizam por uma multiplicidade de sentidos, e um dos seus suportes discursivos mais inéditos e inovadores, como insistentemente defendido, é o corpo.

A inteligibilidade de uma manifestação de *performance* requer o uso de um novo modo de contemplá-la. Tal apreciação evoca um aporte multidisciplinar e uma semiologia da ação e do movimento corporal. Este modo de abordagem contribui para uma melhor compreensão analítica desses novos fenômenos da arte e do corpo.

O design, nesse contexto, aparece como uma instância produtora de novos sentidos, que assimila novos suportes e expressões para produzir novos discursos. A *performance*, modalidade artística aqui exposta, é uma forma de expressão que produz sentidos nos mais diversos suportes onde o design produz interlocuções. A *performance*, tratando-se de uma convergência de diversas linguagens artísticas, também faz uso dos recursos expressivos da linguagem do design.

Sendo o design uma atividade discursiva, intimamente ligada ao trato com a forma, o design, nesse contexto, pode ser compreendido como uma instancia da linguagem que possibilita a inteligibilidade dos textos não verbais produzidos por esses artefatos.

Segundo Baitello (2006):

[...] Toda comunicação ou todo processo comunicativo – não importa quantos aparelhos esteja usando – começa no corpo e termina no corpo. [...] Por isso o cientista político Harry Pross chama o corpo de “mídia primária”. Segundo a reflexão de Harry

Pross, a mídia é muito mais ampla do que o jornal, o rádio, a televisão e a internet. É muito anterior a eles. [...] O corpo é o começo e o final de toda a comunicação [...] O corpo é a primeira mídia, vale dizer, o primeiro meio de comunicação do homem. Isto quer dizer também, é o seu primeiro instrumento de vinculação com outros seres humanos. Isto é o que significa “mídia primária”. O corpo é a linguagem e, ao mesmo tempo, produtor de inúmeras linguagens com as quais o ser humano se aproxima de outros seres humanos [...] As linguagens dos sinais e dos indícios se mostram em complexas linguagens de gestos, micro e macrogestos, elaboração e encadeamento de sons, em linguagem verbal, em complexos dialetos posturais e comportamentais, em símbolos e complexos simbólicos que, por sua vez, se ordenam em grandes complexos culturais (BAITELLO, 2005, p.62).

A estrutura física do corpo possibilita a integração do indivíduo com o mundo, estabelece significações com o outro. O corpo representa um veículo de significação primeiro, aquele que possibilita a interação do indivíduo com o meio social, pois permite a materialização do pensamento, aquele que une o indivíduo ao seu entorno.

O corpo no contemporâneo é sobremaneira um ente eminentemente plástico, produzido tanto pela cultura quanto pelo indivíduo, expressando suas dimensões subjetivas, sociais e políticas.

Pensar as modificações corporais neste contexto suscita várias reflexões. No âmbito da sexualidade, uma vasta literatura já se debruçou sobre essas questões. Refletir sobre o corpo requer uma observação profunda quanto à cultura que o engendra. Existe uma dialética instaurada pelo corpo entre as normas culturais e a subjetividade do indivíduo.

A identidade cultural está inscrita no corpo, e esta identidade é visível através das informações que dele emanam. A decoração do corpo implica a construção de narrativas que produzem novas significações, detentoras de sentido em determinada coletividade. Esse corpo é tomado como espaço signifiante pelo indivíduo, como artefato aberto a construções discursivas, nas quais afirma sua individualidade.

A dimensão expressiva do corpo faz dele um contemporâneo uma verdadeira máquina discursiva. Multiplicam-se registros dele nos mais diversos suportes, está presente nos mais diversos registros, como no cinema, nas artes plásticas, na moda, todas essas linguagens reconhecem o poder discursivo da maravilhosa máquina humana.

Como sugere Castilho (2005):

O sujeito por intermédio do corpo como suporte e meio de expressão, revela uma necessidade latente em querer significar, de reconstituir-se por meio de artifícios inéditos, geradores de significações novas e desencadeadoras de estados de conjunção ou de disjunção com os valores pertencentes à sua cultura. (CASTILHO, 2005, p. 93)

Num cenário caracterizado pelo anonimato das aglomerações urbano-industriais, o corpo se estrutura como um vetor de identificação entre os indivíduos, como um signo no qual as idiosincrasias individuais são lidas através da pele, das manifestações corporais. O corpo reflete o imediatismo e a superficialidade das relações sociais contemporâneas. A linguagem

corporal engendra determinadas especificidades para se fazer entendida. Essa linguagem falada pelo corpo visa eminentemente o olhar do “outro”. A “presença do outro” como corpo visível e sensível, com o qual podemos nos identificar, representa a cristalização do sentido permanentemente aberto a ressignificações.

Observar o corpo do ponto de vista lingüístico, sempre nos evoca a questão de sua polissemia. Do ponto de vista cultural e antropológico ele é alçado à condição de artefato. É artefato por estar situado no universo da cultura material e ser depositário dos valores de uma cultura, nesse sentido o corpo cristaliza e expressa padrões culturais e subjetivos.

Assim, como todo artefato que compõe o nosso entorno material é depositário de valores culturais de uma sociedade, o corpo também é, por conseguinte. Seu poder de cristalizar tais padrões culturais o fez alçar à condição de artefato culturalmente construído. Uma vez sendo o desenvolvimento desses artefatos também um domínio do design na modernidade, o corpo também acaba figurando como elemento constituinte desse universo. Vale ressaltar que no design, as configurações de artefatos culturais se constituem sobremaneira como um território lingüístico, onde se constroem discursos.

A construção simbólica do corpo só encontra sentido no regime de visibilidade que estabelece com os sujeitos alguma forma de fazer sentido. As formas de construção corporal estão sempre fundadas em complexo regime de visibilidade; dessa forma, estas construções visam sobremaneira ao olhar da alteridade. A linguagem falada pelo corpo é eminentemente visual, apesar de fazer uso de vários sentidos para construir discursos.

O design está sempre dialogando com o corpo. Nesse contexto, o design produz “objetos-extensores” dos indivíduos, os quais acabam por representar quem o carrega, além de produzirem associações e analogias e metaforizarem identidades, deflagrando a superficialidade das relações humanas. Além de representar o indivíduo, o design concretiza seus desejos e suas insuficiências.

Segundo Portinari (2002):

Todas as invenções humanas, desde o primeiro porrete até a espaçonave, funcionam como extensões, modificações, reparações feitas à precariedade da nossa corporalidade constitutiva, corporalidade que é também, não esqueçamos, a da fantasia. O que é o avião, pergunta Freud, senão a realização de nossa fantasia de voar? Realização, aponta ele, que se dá como todas as realizações de nossos desejos sobre a terra, mais ou menos, condicionalmente, parcialmente, e sempre implicando um preço a pagar. Pois não há tecnologia que não traga consigo, além da realização de um desejo que estende nossos limites, um potencial de ameaça e um acréscimo de sofrimento. Uma realização, poderíamos acrescentar, como todas as realizações do desejo – protética. Assim o homem torna-se o semelhante dos deuses concebidos pela sua fantasia, os substitui, torna-se ele próprio um “Deus de prótese”. Munido de todas as suas extensões, diz Freud, ele é verdadeiramente magnífico – ainda que nem por isso seja mais feliz (PORTINARI, 2002, p.142).

Esse corpo de que se fala nunca é um corpo reduzido à sua materialidade física, mas um corpo espiritual, simbólico, vivido. Um corpo que representa o indivíduo em todos os sentidos, que expressa estados de espírito, vivências, ideologias. Um corpo que no contemporâneo é

munido de um arsenal de extensores, que têm por finalidade apenas a satisfação de suas limitações.

O corpo ainda pode proporcionar metamorfoses identitárias, por ser um signo que, na representação de uma individualidade, possibilita troca de identidades, fazendo da vivência cotidiana um grande teatro, no qual somos atores, como nos sugere Castilho (2004):

O corpo torna-se o suporte ideal de discursos que revestem significativamente o ser humano, capacitando-o como sujeito do fazer, dotado de competências performáticas para assumir diferentes papéis sociais que são desempenhados e definitivamente caracterizados pela decoração corpórea (CASTILHO, 2004, p.42).

As reflexões aqui elaboradas sobre o corpo em sua matriz simbólica e cultural, conduzem-nos a uma observação contemplativa e atenta sobre o *performer* em sua atividade de reelaboração do próprio corpo enquanto ente simbólico e discursivo.

Os sentidos atribuídos ao corpo são arbitrários, variam de acordo com o período histórico e com os valores das mais diversas culturas. Observando por um viés histórico, percebemos que construções corporais que denotam elegância, sedução e atração sexual foram as mais diversas no decorrer dos séculos na cultura ocidental. O corpo feminino sofreu mudanças bruscas de significado ao longo dos séculos. No renascimento a mulher faustosa, cheia de curvas representava o ideal de beleza dominante. Hoje, esse modelo é representado por um ideal mais longilíneo de construção corporal. Já o modelo de corpo masculino, só na segunda metade do século XX passou a ser um corpo esguio, representado pelos jogadores de futebol da década de 70. Aquele ideal deu hoje lugar a um corpo anabolizado, carregado de músculos, predominante desde os anos 80.

Numa reflexão sobre os condicionantes culturais do corpo, observamos o caráter sagrado dessas inscrições nas sociedades primitivas:

[...] A humanidade busca diferentes receitas para cozinhar sua angústia. No passado, essas receitas sempre se integraram aos ideais de cada época. A marcação dos corpos assim como a prática das máscaras nas sociedades arcaicas tinha por função a atualização imediata da troca simbólica, da troca/dádiva com os deuses ou no grupo, troca na qual o sujeito consumia sua identidade, pondo-se em jogo como sujeito na posse/desposseção e onde o corpo inteiro se tornava, ao mesmo tempo que os bens e as mulheres, material de troca simbólica. (BAUDRILLARD, 1996, p. 41 *apud* SANTAELLA, 2004).

Assim, no real do corpo, as marcas, tatuagens e circuncisões, significavam a aliança com os espíritos ou com o divino, e “a transição para a vida adulta era assinalada por um ritual, normalmente doloroso e bastante cruel, que tinha como objetivo moldar as pessoas como pertencentes a uma tribo, grupo ou linhagem” (VILLAÇA e GÓES, 1998, p. 144).

Em uma história carregada de rituais de sujeição que visavam à purificação do corpo e à elevação do espírito, o contemporâneo surge com práticas estéticas de esforço e superação, através de esportes coletivos ou individuais, ora buscando a adequação a um ideal imagético, que obedece a uma performance estabelecida pelo grupo, obedecendo a uma elaboração simbólica, reproduzindo o velho esquema da sujeição, ora dando vazão a um processo de subjetivação, afirmando uma individualidade.

Tal paradoxo sujeição x subjetivação também se expressa na superação das dicotomias de gênero. As práticas estéticas que visam à modificação da morfologia sexual são cada vez mais modernas, bem como mais agressivas, modificando, ora temporalmente, ora em definitivo, aquilo que é dado como natural.

Se antigamente o corpo fora tributário de valores sagrados, hoje a sua significação revela outra complexidade. Recentes transformações tecnológicas e culturais registraram mudanças significativas no estatuto do corpo dentro do imaginário contemporâneo. O ponto de partida de tais mudanças foram as inovações da engenharia genética, da imunologia, da cirurgia plástica, e das próteses. A partir de então, o corpo perpassa as transformações e inovações da tecnologia. Com tantas inovações, o corpo passa a figurar como um domínio da tecnologia. O estatuto da beleza, até então um dado imaterial, passa a ser algo planejado, materializado e consumido, território de especialistas (SANTAELLA, 2004).

O corpo, além de instrumento para si, constitui um signo para os outros, reflete formas de sentir o mundo. É reflexo de uma cultura narcísica, centrada no *self*, consequência de uma vivência marcada pela visualidade. Não apresenta seus limites bem definidos, por ser uma ponte entre o indivíduo e a sociedade.

As variações nos mais diversos sentidos conferidos ao corpo revelam que este pode ser entendido como uma espécie de suporte, no qual se articulam sentidos, se processam significantes, e se constroem enunciados. Por meio do corpo, o sujeito elabora discursos que significam a partir dos efeitos de sentido que produzem, cria processos de identificação e personificação, e cristaliza idéias, nunca fechadas a novas significações.

As mais diversas formas de construção corporal dão origem a manifestações de complexa análise. Tais manifestações são expressões de natureza fortemente subjetiva; podem ser um campo onde se deflagra uma forte dominação biopolítica dos corpos ou podem representar um território de afirmação da individualidade e da diferença.

O corpo moderno é um corpo completamente normatizado, esquadrinhado, civilizado, regulamentado. Racionalizar as condutas corporais é uma forma de tornar a linguagem corporal inteligível à sociedade, a fim de assegurar a norma dominante, de favorecer o controle.

É oportuno lembrar que no próprio conceito de cultura está implícita a existência do modo de transmissão e de desenvolvimento do que vem a ser denominado *linguagem*, enquanto instância estruturante das práticas corporais. O sujeito, portanto, precisa aprendê-la, adquirir seu processo e interiorizar sua dinâmica para então se tornar capaz de produzir os próprios enunciados como sujeito discursivo. Entendemos que no âmbito das expressões corporais, estas se estruturam como linguagens construídas culturalmente, assimiladas e verbalizadas.

Ao pensar o corpo, devemos pensar também nos paradoxos que este engendra. Seria o corpo um artefato permeado por práticas normatizadoras, ou também possibilitaria discursos subjetivantes? Seria o corpo somente subalterno aos valores culturais ou também se legitimou como um território de afirmação de individualidades e diferenças?

Neste ponto entram as estéticas desviantes, como a *Queer*, manifestações que asseguram a legitimidade do corpo como ente físico e simbólico de subjetivação e afirmação da individualidade. As “performatividades” de gênero vão além das questões de representação identitárias (masculino x feminino) – constituem políticas afirmativas do desviante.

O corpo pode ser entendido como um território discursivo que possibilita a afirmação de formas não-hegemônicas de viver no mundo. Assim, revela-se um suporte dotado de grande potencial subversivo. Tal suporte se mostra mais subversivo quando a identidade por ele afirmada desafia a norma dominante.

Expressões do corpo também são reflexos de relações de poder, de normas que permeiam questões de gênero, de classe social, de vínculos. Todas essas questões se expressam nas formas como os indivíduos fazem uso dos seus corpos, e se expressam em suas interações cotidianas com a coletividade.

Como mencionado anteriormente, o corpo é um artefato permeado por normatividades sociais, e este aspecto o transforma em território privilegiado quanto à subversão. Essa atribuição se reflete nas formas como determinados grupos sociais fazem uso do corpo, transgredindo sua natureza biológica, customizando-o, subvertendo normas dominantes. Essas expressões são características urbanas, que negociam com a cultura dominante a própria visibilidade, através de sua aparência.

No tocante ao gênero, muitos teóricos, como Judith Butler (2003) defendem que a distinção masculino x feminino é muito mais reflexo de relações de poder, do que reflexo de uma natureza biológica. Para ela a sexualidade é uma organização historicamente específica do poder, do discurso, dos corpos e da afetividade. O “sexo” pode ser entendido como um conceito artificial, que amplia e mascara as relações que a produziram.

Conclusão

A construção deste trabalho visou deslocar o corpo do lugar comum, observando suas mais diversas relações, assim como a sua dialética com o campo do design, e entendendo-o tanto como reflexo de uma cultura, quanto como suporte de criações e referências para construções estéticas. O corpo, como reflexo de valores culturais apresenta diversas possibilidades formais e discursivas. Na condição de suporte de uma linguagem, reflete inúmeras particularidades culturais onde o design produz diversas interlocuções, inclusive no âmbito da performance.

Reafirmamos que o corpo é o início e o fim de todo processo comunicacional, sendo dessa forma considerado uma mídia primária. Manifesta-se como assunto central na contemporaneidade, em razão de sua plasticidade e por estar em simbiose com novas tecnologias.

Vetor de sociabilidade, expressão de uma identidade, de interação com o mundo, o corpo é também tributário das normas culturais. Gera significados diante do mundo. Expressa individualidades e visa, sobretudo, o olhar do outro.

Apresenta caráter normativo e também subjetivante, expressando pertencimento e individualidades. Entendido também como ponte do indivíduo com o mundo, o corpo é reflexo maior do narcisismo contemporâneo. A modernidade observou antes de tudo a mudança do estatuto do corpo nos valores culturais. Em constante simbiose com a tecnologia, o corpo se legitimou como campo discursivo contemporâneo, sendo um ente de grande importância no campo das artes e da cultura contemporâneas.

Bibliografia

BAITELLO, N. **A era da Iconofagia**: Ensaios de Comunicação e Cultura. Rio de Janeiro: Hacker, 2005.

BAUDRILLARD, J. **A troca Simbólica e a Morte**. São Paulo: Loyola, 1996.

CASTILHO, K; GALVÃO, D. **A moda do corpo e o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2002.

_____. **A moda e linguagem**: Coleção Moda & Comunicação. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

PORTINARI, D. A Noção de imaginário e o campo do design. P.77-103. In: **Formas do Design**: por uma metodologia interdisciplinar. 2AB, 1999.

_____. ; LOPES, C. A última fronteira: repensando o corpo na contemporaneidade. In: Castilho, K.; Galvão,D.. (Org.). **A Moda do Corpo, O Corpo da Moda**. 1 ED. São Paulo: Esfera, 2002.

SANTAELLA, L. **Corpo e Comunicação**: Sintomas da cultura. São Paulo: Paulus, 2004.

VILLAÇA, N. e GÓES, F. **Em nome do corpo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

**Espaços, Objetos e Luzes: elementos de significação e a
construção de sentido no filme Meu Tio de Jacques Tati**

Monica Frota

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

monicafrot@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Espaços, Objetos e Luzes: elementos de significação e a construção de sentido no filme *Meu Tio de Jacques Tati*.

O objetivo deste trabalho é uma breve reflexão acerca das significações dos objetos e dos espaços arquitetônicos e urbanísticos no filme *Meu Tio* (1958), de Jacques Tati. O texto explora, ainda, a luz como uma ferramenta do design cinematográfico, que provoca o espectador à novas significações e a criação de sentidos de alguns elementos arquitetônicos presentes no filme.

Palavras chaves: arquitetura, design cinematográfico, funcionalismo, luz, objetos, representação, significação, urbanismo.

The purpose of this paper is a brief reflection upon the significance of objects created by designers, architectonic and urban spaces through the film *Mon Oncle* (1958) directed by Jacques Tati. It explores the notion of light design as a cinematic tool that contributes to the re-signification of some objects by the public.

O Mundo Velho e o Mundo Novo

Desde a sequência de créditos de seu filme *Meu Tio* (1958), Jacques Tati já estabelece a contraposição entre o mundo novo e o mundo velho que permeará toda a narrativa. Enquanto os membros da equipe cinematográfica são creditados em placas que remetem à sinalização de ruas da periferia parisiense próximas a um barulhento canteiro de obras, o título do filme, *Mon Oncle*, nos é apresentado como uma pichação em forma manuscrita infantil sobre uma parede de tijolos irregulares, em um bairro antigo, um tanto sujo e abandonado, mas que assume um ar romântico ao ser sublinhado por uma singela e bem compassada composição musical. Alguns câezinhos conduzem nosso olhar vagando livremente por esse mundo velho, que não é asséptico, tampouco sinalizado, como as ruas bem demarcadas pelas faixas simétricas e

regulares que observamos através do velho muro semi-demolido, que separa estes dois espaços urbanos que caracterizam o filme.

Assim, chegamos a Villa Arpel, uma residência moderna que avistamos através de um portão cinzento metálico, ao fundo de um árido jardim com caminhos sinuosos. Criada por Jacques Tati e Jacques Legrange, artista plástico e colaborador de Tati em diversos filmes, a residência da família Arpel foi resultado de colagens feitas a partir de recortes de revistas e jornais de arquitetura da época, segundo depoimento de Tati:

Tínhamos todo o tipo de revistas e jornais de arquitetura. Também tínhamos tesouras e cola. Assim, fiz uma montagem. Recortei alguns elementos, uma janela circular aqui, uma pérgola ridícula acolá, alguns jardins com um caminho tortuoso para dar a impressão de ser maior do que era, etc. Na realidade a casa é um *pot-pourri* arquitetônico. (Journal dês Monuments Historiques, 1985)

Até mesmo os sons produzidos no *pot-pourri* arquitetônico que é a Villa Arpel nos causam incômodo. Primeiro, nos remetendo ao canteiro de obras da abertura do filme enquanto a Sra. Arpel aspira a casa, e, em seguida, marcando a estridência sonora de cada passo dado, seja pela Sra. ou pelo Sr. Arpel, fora dos pequenos tapetes circulares que estabelecem com precisão os caminhos definitivamente traçados. O espaço arquitetônico da Villa Arpel, amplo e luminoso, relaciona-se ao mundo novo, onde tudo é meticulosamente sinalizado, controlado, e parece não haver espaço para o acaso. Onde cada ação parece cumprir-se tal qual um ritual cotidiano, como quando a Sra. Arpel vai e vem do interior para a porta da casa, trazendo, de forma ordenada e eficiente, um a um, os acessórios básicos para a partida do Sr. Arpel: primeiro a cigarreira, seguida do isqueiro, o chapéu com as luvas e, por fim, a pasta que antes de ser entregue ganha mais uma cuidadosa passada de flanela dessa previsível dona de casa, esposa e mãe do entediado menino Gérard. O excesso de zelo da Sra. Arpel no quesito limpeza nos é recompensado pela desconcertante nuvem de pó que cai sobre ela, sem que ela sequer perceba ao

acenar com sua flanela para o carro do Sr. Arpel, que parte para o trabalho e leva o filho para a escola.

Em contraposição a este espaço habitado pelo casal Arpel, há o mundo velho, onde mora o Sr. Hulot, tio do pequeno Gérard. Aqui, as pessoas são simples, interagem e se comunicam informalmente em meio a uma feira livre. Junto a barraca de verduras, uma senhora negocia à distancia o preço com o feirante, que permanece sentado conversando na mesa do café do outro lado da praça. O mundo velho e mundo novo emergem como um discurso, e esse discurso como linguagem através da qual “a cidade fala aos seus habitantes, nós falamos a nossa cidade, a cidade onde nós nos encontramos simplesmente quando a habitamos, a percorremos, a olhamos.” (BARTHES, 2001:186) E é neste espaço permeado por pequenas ações que nosso olhar é conduzindo, seguindo paulatinamente a silhueta do Sr. Hulot até sua casa, através das janelas da fachada do prédio onde ele mora. Uma outra relação de tempo se estabelece para o olhar do espectador. Tati nos convida a observação, a observar a ação onde o Sr. Hulot descobre, entre o acaso e a atenção, que ao posicionar a janela de seu apartamento em um certo ângulo, seu canário canta aquecido pelo sol que lhe atravessa a gaiola. Servindo-se de planos gerais e muitas vezes posicionando o Sr. Hulot de costas para os espectadores, Tati sugere nossa identificação com aquele de quem nunca conheceremos a casa.

Em *Meu Tio* o espaço da interação, da comunicação e da diversão é o espaço público. Nas ruas, as crianças assoviam distraindo a atenção dos que passam, provocando, assim, cabeçadas destes nos postes, enquanto na Vila Arpel, o pequeno Gérard se entedia e sua mãe mostra a casa, sua “máquina de habitar”¹, para uma amiga, afirmando a esta que ali todos os ambientes se comunicam, mesmo após ambas se desencontrarem nos sinuosos caminhos do jardim descampado ao tentarem se cumprimentar. Mas, ainda assim, a comunicação parece ser relevante para o casal Arpel. Ao final do dia, eles cumprem o que

¹O arquiteto Le Corbusier cunhou a expressão “a casa é uma máquina de habitar” .

parece ser o último de seus pequenos rituais cotidianos: posicionando estrategicamente suas desconfortáveis cadeiras em frente à televisão que parece estar em uma altura superior a seus olhares, eles apagam as luzes e ligam a TV que, com a luz quase divina de seus raios catódicos anuncia: “Como todas as noites, na mesma hora o programa televisivo do professor Platov... Hoje teremos: Cabe a vocês refletir...” Nesta cena, Tati mais uma vez dispõe seus personagens quase de costas, projetando, assim, a luz quase divina da TV sobre seus próprios espectadores, provocando-os a observar e refletir junto ao casal Arpel. E assim ele segue com a narrativa focada no cotidiano destes espaços urbanos e arquitetônicos sutilmente contrapostos, que têm como fronteira apenas a pequena ruína do muro de tijolos, que só é cruzado por aqueles que ignoram a eficácia da sinalização urbana, ou seja, os cachorros, as crianças, os apaixonados e o tio de Gérard.

Os Significados e a Polissemia dos Objetos

Os ambientes de trabalho retratados no filme, como o escritório de um diretor e a fábrica de mangueiras Plastac, são tão assépticos e estridentemente ruidosos quanto a moderna casa dos Arpel. A relevância da comunicação, um valor do mundo moderno, aparece graficamente expressa no escritório do diretor, em um painel metálico que representa o mapa da terra e onde todos os continentes aparecem conectados à França. Após um equívoco que culmina no convite a retirar-se escoltado por um segurança da empresa em que seu cunhado lhe conseguira um trabalho, o Sr. Hulot é conduzido pela porta criteriosamente sinalizada por grandes caracteres brancos pintados sobre o asfalto negro, onde se lê: SAÍDA. Forty nos aponta que nos ambientes de trabalho “o design foi usado para representar ideias sobre a natureza do trabalho e sobre o comportamento esperado das pessoas que o executam.” (Forty, 2007:167). Como o Sr. Hulot definitivamente não pertence a este

espaço, a ele destina-se a saída. A “eficácia” do mundo novo se confirma em sua sinalização e comunicação.

Contudo, Tati explora os detalhes para provocar o espectador mais atento, afinal já ouvimos: “Cabe a nós refletir...” e assim, na fábrica de mangueiras Plastac, de propriedade do Sr. Arpel, um cliente se detém diante de um quadro pendurado na parede. A postura atenta do homem nos leva a crer que o objeto em questão encerra em si a aura e a unicidade próprias a arte, apesar do quadro ser composto por peças circulares e retilíneas de mangueiras, podendo ser compreendido também como um simples mostruário. O objeto apresenta um caráter ambíguo, enquanto mostruário de peças do fabricante cumpre uma função direta junto ao cliente, mas para tal não estaria disposto em uma parede, enquanto obra de arte, parece não pertencer ao corredor de uma fábrica, por mais asséptica que esta possa ser. O quadro caracteriza-se como um objeto “polissêmico, isto é, oferece-se facilmente a várias leituras de sentido” (BARTHES, 1985: 178). A ambiguidade de um objeto se apresenta uma vez mais quando a Sra. Arpel exhibe sua “máquina de habitar” para uma vizinha. Destacando o único objeto não industrializado, ela afirma: “É um autêntico Jarro!” Tudo o mais fora desenhado na fábrica do marido. O jarro, tido como autêntico e único, encerra uma aura e recebe a reverência própria às obras primas, o valor de culto à obra está explícito na forma como a Sra. Arpel refere-se à peça.

Em contraposição ao Jarro, tudo o mais ali é industrializado. Enquanto a vizinha testa o desconfortável sofá, uma luz na parede junto a porta da cozinha indica que o filé está no ponto. A Sra. Arpel aciona com a mão o censor que separa os ambientes e passa a exhibir à vizinha a funcionalidade de sua “máquina de cozinhar”, ultra-moderna, devidamente automatizada, onde seguramente só se pode cozinhar depois de uma atenta leitura de um manual de instruções. Ali, aciona-se um botão e após girar alguns controles, o filé lança-se ao ar, pronto para receber um invisível molho, ejetado de um estranho dispositivo que mais

se parece com um instrumento cirúrgico. Os objetos de design associados à performance da Sra. Arpel corroboram a afirmação de Adrian Forty:

As noções do que é apropriado e, portanto, belo no lar deram forma ao design de artigos para uso doméstico. Porém a relação também funciona na direção oposta: ao mesmo tempo que se conforma ao consenso do gosto, o design diz às pessoas o que elas devem pensar sobre a casa e como devem comportar-se dentro dela. (Forty,2007:132)

Neste momento, a Sra. Arpel é uma feliz dona de casa pronta para alimentar o filho e receber o marido que vem para o almoço. Entre um comando e outro, eficaz, ela acomoda as mechas de seu penteado nos dando a certeza de que nesta cozinha mágica as refeições se preparam “por algum processo de imaculada concepção.” (Forty, 2007: 283) Cumpre-se, assim, o mito moderno de que os eletrodomésticos não só fazem o trabalho indesejado e sujo, mas o fazem de forma absolutamente asséptica.

Mais tarde, com a chegada do Sr. Hulot, a funcionalidade da “máquina de cozinhar” da Sra. Arpel é posta em risco. Um leve ar de preocupação lhe ocupa ao ouvir sons estranhos vindos da cozinha onde seu irmão fora pegar um copo. Sem se dar conta de ter acionado o comando que abre um armário, o Sr. Hulot depara-se com uma jarra de água que cai a sua frente sem se quebrar. Após testar a curiosa jarra quicando-a várias vezes a uma distancia segura, o Sr. Hulot brinca ludicamente transformando-a em bola, assim ressignificando o objeto por sua função. Infelizmente, o mesmo não acontece com um convencional copo de vidro que se quebra ao ser largado no chão.

A luz como elemento de significação na narrativa cinematográfica

A luz, ferramenta fundamental do design cinematográfico, provoca os espectadores à significação das sombras projetadas na cena em que, após um divertido passeio com o tio, Gérard é banhado pela mãe. Na sala, o Sr. Arpel

reclama pelo atraso e pelo estado pouco higiênico do menino, e o Sr. Hulot, assustado com a sugestão indignada do cunhado de que ele talvez queira substituí-lo na casa, sai sorratamente. Do ponto de vista da sala, externo ao banheiro onde Gérard está, a luz projeta, sobre a silhueta de Gérard no banho, as sombras das barras metálicas que delimitam o ambiente, permitindo-nos compreender que, para Gérard, a “máquina de habitar” de seus pais tem um sentido de prisão, onde não há lugar para a diversão, para a brincadeira ou para o humor.

Mais tarde, a luz provocará os espectadores à ressignificação das duas janelas circulares, localizadas no segundo andar da Vila Arpel. Após a festa no jardim organizada pela Sra. Arpel, em uma tentativa de promover o encontro de seu irmão com uma vizinha, o Sr. Hulot retorna a casa, na calada da noite, para corrigir a forma geométrica de umas árvores que haviam sido danificadas por Gérard. E é neste momento que a iluminação pontual da cena revelará um novo significado para os elementos da arquitetura. Enquanto o Sr. Hulot se esgueira evitando ser visto, as cabeças dos pais de Gérard circulam, como íris oculares, ao redor das janelas, buscando identificar a origem dos inesperados barulhos que os acordaram. Aos olhos dos espectadores, a forma das janelas circulares transforma-se em binóculo, cuja função é a espreita e o controle visual, caracterizando assim um panóptico binocular. Mais tarde a Sra. Arpel cuidará para que um novo par de janelas circulares seja instalado em sua casa, desta vez na nova e automática porta da garagem, um presente de casamento para o marido. Ironicamente, o casal se aprisionará justo por trás da porta que contém o elemento de visão panóptica, aquele que tradicionalmente garantiria o controle e a segurança da área de visualização.

A tolerância do Sr. Arpel com o cunhado impróprio se esvai ao retornar para a casa após celebrar seu aniversário de casamento e encontrar o Sr. Hulot dormindo sobre a lateral do sofá, seu chapéu sobre a luminária como se esta fosse um porta chapéus, e a sala de sua “máquina de habitar” em total

desordem. Na manhã seguinte, a única “voz” que se ouve na casa é a do barulhento aspirador de pó que trabalha só na sala, enquanto o Sr. e Sra. Arpel “dialogam” em meio às suas pequenas tarefas cotidianas: ela na cozinha e ele barbeando-se no banheiro. O Sr. Arpel já decidira que caberá ao cunhado trabalhar em uma unidade de sua fábrica no interior. Assim, ele romperá sua rotina matinal para, com Gérard, buscar o Sr. Hulot e levá-lo ao aeroporto. O Sr. Arpel, dirige-se pela primeira vez ao mundo velho onde ele é cordialmente ajudado por um idoso a estacionar seu carro novo, enquanto operários derrubam parte da vizinhança, sugerindo que aquele mundo talvez esteja prestes a ser extinto. No carro a caminho do aeroporto, o Sr. Hulot gasta cada um de seus fósforos tentando, sem sucesso, acender seu cachimbo. Um a um, os fósforos são atirados pela janela. O cunhado lhe entrega o isqueiro automático do carro, o Sr. Hulot acende o cachimbo e, em seguida, atira o acendedor pela janela, transformando o objeto permanente em objeto descartável, destituindo-o, talvez para sempre, de sua função.

O Despojamento dos Significantes

As cenas finais de *Meu Tio* apontam para o despojamento dos significantes tanto dos espaços urbanos quanto dos objetos, representados pela demolição do mundo velho na passagem do carro e pelo isqueiro jogado fora por Sr. Hulot. O despojamento, essa constante mutação, coloca *Meu Tio* em perfeita consonância às palavras de Barthes ao refletir sobre uma possível semiologia da arquitetura: “Porque a cidade é um poema, ... que despoja o significante, e é esse despojamento que, finalmente, a semiologia da cidade deveria aprender e fazer cantar” (Barthes, 2001, 189-190). É através da janela do cinema que Tati nos convida a cantar o despojamento da cidade e dos objetos, privilegiando uma vez mais nosso olhar com sua poesia cinematográfica, quando nossa visão sobre os cachorrinhos que agora ocupam a praça desocupada do mundo velho é delicadamente filtrada pela transparência da cortina de *voile*. FADE OUT.

Referências Bibliográficas

BARTHES, Roland. *A Aventura Semiológica*. Lisboa: Edições 70, 1985.

Elementos de Semiologia. São Paulo: Cultrix, 1977.

Inéditos - volume 3. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

Mitologias. São Paulo: Difel, 1980.

O Império dos Signos. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

O Óbvio e o Obtuso. Lisboa: Edições 70, 2009.

BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2008.

BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, Arte e Política. Obras Escolhidas volume 1*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

LE CORBUSIER. *Vers Une Architecture*. Paris: Éditions Vincent, Fréal & C', 1923.

FORTY, Adrian. *Objetos do Desejo*. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. *As Palavras e as Coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

Vigiar e Punir. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

TEIXEIRA, MANUEL C. *Cinema e Arquitetura*. LISBOA: Cinemateca Portuguesa, 1999.

Premiação de *Mon Oncle* – Jacques Tati - França - (1958) - 115'

Prêmio Especial do Júri Cannes 1958

Oscar de Melhor Filme Estrangeiro – 1958

New York Film Critics Award para o melhor Filme Estrangeiro

Medalha de Ouro da Federação Italiana de Cinema
Vários Prêmios no México, Espanha, Brasil e Finlândia.

Monica Frota é graduada em cinema pela Universidade Federal Fluminense, mestra em antropologia visual pela University of Southern California, e professora adjunta do Departamento de Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, onde leciona disciplinas na graduação em design e o curso Design da Estrutura Narrativa Cinematográfica através da Coordenação de Cursos de Extensão.

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

**Equivalência e distinção: uma reflexão sobre a noção de
“signos mudos”**

Natália Quinderé

PUC-Rio

natuca@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Equivalência e Distinção Uma reflexão sobre a noção de “signos mudos”

Natália Quinderé¹

Resumo

Esse artigo tem como objetivo principal problematizar a noção de “signos mudos” como um ponto de convergência entre o significado de política e o significado de estética em Jacques Rancière. Para isso, o artigo se divide em três partes. É preciso entender primeiramente como os “signos mudos” se relacionam com o pensamento político de Rancière. Num segundo momento, é preciso identificar as transformações ocorridas nas práticas artísticas e por último, compreender como os “signos mudos” se relacionam com essas mudanças.

Palavras - chave: signos mudos; indeterminação; hierarquização; práticas artísticas;

Abstract

This article aims to discuss the concept of "mute signs" as a point of convergence between the meaning of politics and aesthetic in Jacques Rancière. For this, the work is divided into three parts. First, it must be understood how the “mute signs” relate to Rancière's political thought. Secondly, we must identify the transformations occurred in artistic practices and, finally, understand how “mute signs” are related to these changes.

Keywords: mute signs; indetermination; hierarchy; artistic practices;

No prólogo de *A Partilha do Sensível*, Jacques Rancière explica que esse livro é uma resposta aos questionamentos de dois jovens filósofos franceses sobre a sua afirmação feita no livro *O Desentendimento* de que a estética é intrínseca à política.² Se no *Desentendimento* Rancière elabora essa afirmação a partir do significado de política, na *Partilha do Sensível*, ele discute essa questão por meio de uma análise das transformações ocorridas no significado da arte e de como essas mudanças estão relacionadas com configurações políticas e sociais.

¹ Mestranda em design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Orientador: Prof. Otavio Leonídio. Este texto foi desenvolvido a partir das leituras com o prof. Luiz Camillo Osorio na disciplina *Tópicos de Filosofia da Cultura* em 2010. E-mail: natuca@gmail.com

² RANCIÈRE, J. *A Partilha do Sensível*, p. 11. Ver também *O Desentendimento*, p. 68.

A noção de “signos mudos” – exemplificada na *Partilha do Sensível* - reflete apenas uma dessas transformações ocorridas na arte. Segundo Rancière, essa noção representa maneiras específicas de fazer e experienciar obras de arte.³ Apesar dessa delimitação, é possível compreender a noção de “signos mudos” numa perspectiva mais ampla. Ao meu ver, esses signos são um ponto de convergência entre o significado de política e o significado de estética pensados por Rancière tanto no *Desentendimento* como na *Partilha do Sensível*.

Ao analisar a noção de “signos mudos” ao pé da letra, mesmo alguém que nunca leu Rancière entenderá superficialmente uma de suas principais características: são signos sem fala. Essa frase pode parecer contraditória ou confusa, já que um signo percebido como algo que indica, caracteriza e distingue acontecimentos, pessoas e objetos, sempre tem qualquer coisa a dizer.

Então, como um signo pode não ter fala?

Para Rancière, no discurso político, a fala possui na sua base uma imposição simbólica entre quem discursa e quem escuta.

No uso social comum, uma expressão como “Você me compreendeu?” é uma falsa interrogação cujo conteúdo afirmativo é o seguinte: “Você não tem nada para compreender, você não precisa compreender”, e mesmo, eventualmente: “Você não tem condições de compreender. Você só tem que obedecer. (RANCIÈRE, 1996, p.56)

O significado da frase *você me compreende?* exemplifica uma distribuição de lugares na fala. Na citação acima, a pergunta possui uma dupla função que independe da resposta que será dada: ela posiciona e diferencia o papel de cada um dos seus interlocutores – aquele que pergunta e aquele que escuta. Portanto, a fala está comprometida com um tipo de ordenação imposta *a priori* que não é igualitária mas hierárquica.

É nesse sentido que os “signos mudos” se diferenciam do significado da fala no discurso político. São signos que subvertem a desigualdade entre os interlocutores, impondo, num primeiro momento, uma identidade igualitária e não hierarquizada. Partindo da distinção entre fala e “signos mudos”, Rancière aproxima esses signos da escrita. Segundo o autor, a escrita representa essa ruptura da desigualdade contida na fala porque ela omite a identidade de seus interlocutores – escritores e leitores.⁴

³ RANCIÈRE, J. *A Partilha do Sensível*, p. 18-19.

⁴ *Ibid.*, p. 19.

Há dois aspectos interessantes na aproximação entre “signos mudos” e escrita. O primeiro é que a identidade igualitária e não-hierarquizada dos “signos mudos” está na indeterminação dos seus interlocutores. O segundo aspecto é que essa aproximação reforça a distinção entre os “signos mudos” e a fala. Ora, a escrita possui uma materialidade intrínseca – constatada no próprio desenho da letra - algo que a fala não possui. A fala por si só não deixa rastros. A distinção entre fala e escrita fica mais clara no livro *O Inconsciente Estético* quando Rancière abandona a noção de “signos mudos” e a define enquanto “palavra muda.”⁵

Tanto a materialidade quanto a indeterminação dos “signos mudos” estão diretamente ligadas à sua relação com um regime de identificação das práticas artísticas. Como já foi apontado, os “signos mudos” representam uma maneira específica de fazer pintura, música, teatro etc., e de experienciar uma obra. Rancière distingue “três regimes de identificação das artes”⁶. Esses regimes são, respectivamente, o regime ético das imagens, o regime representativo ou poético e por último, o regime estético, do qual fazem parte os “signos mudos”.

No regime ético das imagens, o objeto artístico tem sempre uma outra finalidade. Ainda que Rancière não aponte exemplos, acredito ser possível localizar a arte sacra da Idade Média como um exemplo desse regime. A obra de arte dessa época é na verdade um objeto sagrado e de culto religioso.⁷ Como esse objeto possui uma função artística apenas indireta, nesse regime ainda não é possível falar de uma prática artística para Rancière.

O segundo regime de identificação das artes é chamado de representativo ou poético porque tanto a hierarquização contida nas práticas artísticas como as normas de representação dessas práticas são análogas à hierarquia social e política da comunidade. Apesar de Rancière não apontar explicitamente, esse regime pode ser exemplificado pela reorganização e transformação do significado das artes com a inserção da perspectiva no Renascimento.⁸

⁵ RANCIÈRE, J. *O Inconsciente Estético*, p. 33.

⁶ Id., *A Partilha do Sensível*, p. 27.

⁷ Ver por exemplo Peter Bürger. Esse autor também define em três categorias as transformações históricas do significado das práticas artísticas. Apesar da similaridade de algumas datas, Bürger parte de aspectos distintos para identificar esses três momentos. Bürger, P. *A Teoria da Vanguarda*, p. 103.

⁸ Como já foi dito, Rancière não aponta o Renascimento como exemplo do regime representativo. No entanto, ao ligar os seus comentários sobre a inserção da perspectiva (ver p. 21 e 22, na *Partilha do Sensível*), percebe-se que o Renascimento é o marco histórico de transição entre o regime ético de imagens e o representativo.

No livro *A Pintura: o paralelo entre as artes*, Jacqueline Lichtenstein aponta que a inserção da perspectiva na pintura tinha como objetivo estabelecer uma ligação entre essa prática artística e a poesia. Essa aproximação possuía um sentido social e político de legitimação da pintura, que tentou elevar seu *status* ao ser equiparada à poesia, afastando-se ao mesmo tempo do trabalho manual e das “artes mecânicas”.

Por outro lado, era preciso desfazer o vínculo social que, desde a Idade Média, a prendia às chamadas artes “mecânicas”, provar que ela não era um ofício, uma ocupação servil, mas uma arte “liberal, isto é, uma atividade digna de um homem livre; mostrar que o pintor não é um operário, um simples artesão, mas um artista culto e letrado: “*buomo buono et docto in buono lettere*”, como escreveria Alberti no *Della pittura*. (LICHTENSTEIN, 2005, p. 12)

A inserção do uso da perspectiva na pintura assinala duas questões importantes. A primeira é a ideia da pintura como narrativa. Aliada à perspectiva, a pintura deve contar uma história, deve transformar-se num “palco”. Conseqüentemente, impõe-se tanto ao pintor quanto ao espectador, o conhecimento da cena *a priori*, quais os fatos que devem ser narrados e como representá-los para a história ser reconhecida. É na imposição do conhecimento da cena que as normas existentes nas maneiras de fazer as obras de arte são análogas à hierarquia social e política no regime representativo.

Do ponto de vista do artista, existiria uma forma correta de representar fatos bíblicos, grandes batalhas, personagens da nobreza e do povo. Do ponto de vista do espectador, existiriam gêneros e temas relativos à cada classe. No filme de Laurent Tirard sobre *Molière* (2007), é possível constatar a angústia do dramaturgo francês ao descobrir que é um péssimo escritor e ator de dramas. Como me apresentarei na corte encenando comédias? – ele questiona. No filme, a comédia é sempre tida com um gênero vulgar apresentado em cabarés para bêbados e prostitutas.

A segunda questão assinalada no uso da perspectiva no Renascimento é que a aproximação entre pintura e poesia afasta, paralelamente, a pintura do trabalho artesanal e o pintor do artesão. Portanto, o uso da perspectiva no Renascimento alterou não só a relação entre as práticas artísticas mas delimitou novas fronteiras entre práticas artísticas e práticas não-artísticas. Nesse caso, a relação entre a pintura e o trabalho artesanal.

A partir dessas duas questões – a ideia da pintura como narrativa e a delimitação das fronteiras entre práticas artísticas e não-artísticas, é possível constatar que a obra de arte no regime representativo se constitui a partir do significado da fala na política. Tal como a fala, a obra de arte nesse regime posiciona e define

antecipadamente o papel dos seus interlocutores – do pintor e do espectador. Não só isso, a hierarquia social da comunidade está refletida na própria obra de arte. Nesse sentido, fala e obra se sobrepõem.

Opondo-se ao regime representativo tem-se, por último, o regime estético das artes. É, em primeiro lugar, na ruptura do paralelo que as práticas artísticas estabeleciam anteriormente com a comunidade e por consequência, na implosão das normas de representação existentes nessas práticas no regime representativo, que é possível caracterizar o regime estético das artes.⁹ Rancière localiza a transição entre o regime representativo e o regime estético por volta do século XIX e cita como exemplos desse regime os escritores Balzac, Flaubert e o pintor Courbet.



fig. 1: COURBET, G. *Mulheres Peneirando o Trigo*, 1855.

A pintura *Mulheres Peneirando o Trigo* de Courbet é um ótimo exemplo para assinalar algumas das características do regime estético. A pintura acima não descreve nada que possa ser apreendido anteriormente como batalhas históricas ou narrativas mitológicas. Na verdade, ela retrata uma atividade banal expressa no título – a de peneirar o trigo. Outra característica interessante dessa pintura é que não conseguimos enxergar direito o rosto dos personagens na tela. Inclusive a mulher de vermelho que aparece em primeiro plano no quadro está de costas. É na falta de reconhecimento dos personagens bem como na trivialidade do tema que a pintura acima se relaciona num primeiro momento com a noção de “signos mudos”. A

⁹ [...] O regime estético das artes é aquele que propriamente identifica a arte no singular e desobriga essa arte de toda e qualquer regra específica, de toda hierarquia de temas, gênero e artes. Mas, ao fazê-lo, ele implode a barreira mimética que distinguia as maneiras de fazer e separava suas regras da ordem das ocupações sociais [...]. In: RANCIÈRE, J. *A Partilha do Sensível*, p. 34

identidade igualitária e não-hierarquizada dos “signos mudos” está na liberdade do pintor de representar qualquer acontecimento e qualquer pessoa.

Em 1855, mesmo ano da pintura *Mulheres Peneirando o Trigo*, Courbet ao ter algumas de suas pinturas recusadas por autoridades imperais para a Exposição Universal em Paris, organiza uma exposição individual e escreve *O Manifesto do Realismo*. No seu manifesto, Courbet aponta a importância da habilidade do pintor, porém, essa habilidade que vem da tradição é utilizada segundo a sua vontade de revelar os costumes, as ideias e a aparência de sua época. Aqui é importante ressaltar que a vontade de Courbet de refletir sobre a sua comunidade não vem da habilidade de pintar, essa vontade é revelada na sua frase final: “eu não sou apenas um pintor mas um homem.”¹⁰

Por meio do manifesto, é possível compreender a transformação do pintor do regime representativo para o regime estético. Se antes o pintor tentou se aproximar do poeta para elevar seu *status*, afastando-se simultaneamente do trabalho do artesão, em Courbet, o trabalho do pintor de refletir sobre a comunidade está justificado no fato dele ser um homem. Ou seja, o seu papel na comunidade não é definido no seu trabalho e sim, na afirmação de sua igualdade política nessa comunidade.

[...] Essa igualdade de indiferença é consequência de uma opção poética: a igualdade de todos temas, é a negação de toda relação de necessidade entre forma e um conteúdo determinados. Mas esta indiferença, o que ela é afinal senão a igualdade de tudo que advém numa página escrita, disponível para qualquer um olhar? Essa igualdade destrói todas as hierarquias da representação e institui a comunidade de leitores como comunidade sem legitimidade, comunidade desenhada tão somente pela circulação aleatória da letra. (RANCIÈRE, 2005, p. 19)

Na citação acima, a igualdade política do artista proposta no manifesto de Courbet encontra-se também no espectador – “comunidade de leitores” – por meio da expressão *igualdade de indiferença*. Essa expressão parece confusa porque como Rancière aponta a indiferença é a igualdade de tudo que pode ser visto numa página e que se encontra disponível para todos. Consequentemente, a indiferença pode ser lida como igualdade.

No entanto, a igualdade política para Rancière se constitui sempre a partir de um conflito. Se retomarmos a frase *you me comprehend?* que posiciona hierarquicamente dois interlocutores, a ação política só acontece, na verdade, quando o interlocutor que recebe as ordens não concorda com a sua situação. E por isso, ele responde ao que dá: compreendo o que você diz, mas não concordo. O sentido de política em

¹⁰ Este manifesto encontra-se transcrito no livro *Réalisme(s): Peinture et Politique* de Michel Dupré. Ver p. 13-14.

Rancière está na ideia de que a igualdade entre os sujeitos só pode existir através da constatação de suas diferenças – a “igualdade na diferença.”

No regime estético das artes, a “igualdade na diferença” encontra-se, por mais contraditório que pareça, na expressão *igualdade de indiferença*. Há uma passagem no livro *Madame Bovary* que exemplifica bem essa questão. Acontece quando a Sra. Bovary acaba de conhecer um de seus futuros amantes, Léon, que está descrevendo a casa na qual irão morar em breve o Sr. e a Sra. Bovary, inclusive, na possibilidade dela fazer jardinagem no terraço da casa. No entanto, o Sr. Bovary responde:

– Minha mulher não dá importância a isso – disse Carlos; apesar de lhe recomendarem exercícios, prefere estar sempre no quarto, lendo.

– É como eu, – replicou o senhor Léon. – Realmente, não há melhor coisa do que passar-se a noite em pé da lareira, com um livro, enquanto o vento bate nas vidraças e a luz vai iluminando.

- Tenho razão, não é verdade? – disse ela, fitando-o com os olhos bem grandes e negros muito abertos. (FLAUBERT, 1971, p. 68)

Nesse diálogo, a cumplicidade entre Madame Bovary e Léon surge pela compreensão mútua do prazer que a leitura provoca. Um sentir que independe do que estar sendo lido ou de quem estar lendo, seja um tabelião ou uma dona de casa do século XIX. Aqui encontramos a igualdade na diferença. A leitura do livro é individual mas o prazer ou a paixão de Léon pelos livros é compartilhada por Emma que sente o mesmo que Léon ao ler.

Emma e Léon fazem parte da “comunidade leitores” caracterizada pela universalidade do sentir e não pela distinção do seu gênero, classe social ou atividade que desempenha. Nessa perspectiva, uma questão importante de ser assinalada é que, a possibilidade desse sentir universal ocorre no ato de ler e não anterior a ele. Ou seja, prescinde de qualquer norma ou regra *a priori* de representação na arte.

Essa é uma das principais diferenças existentes entre o regime estético e o regime representativo, o qual possui normas de representação que acabam por posicionar previamente os artistas e os espectadores, refletindo ao mesmo tempo hierarquizações sociais e políticas (gênero, atividade que desempenha, classe social etc). No regime estético, o significado da prática artística se constitui a partir da experiência do espectador.

Se voltarmos para a noção de “signos mudos”, a expressão *igualdade de indiferença* não embaralha apenas as fronteiras das práticas artísticas e dos temas como já vimos na pintura de Courbet, ela implode também a fronteira existente entre essas práticas e as outras esferas de produção material. A partir da ideia de indeterminação,

qualquer coisa pode ser considerada arte, *qualquer* um pode ser artista. Porém, como essa igualdade se dá na diferença, a distinção continua existindo.

Então, é preciso perguntar: o que diferencia a arte das outras esferas de produção material no regime estético? Qual a configuração específica dessas práticas artísticas que fazem parte da noção de “signos mudos”?

Ao meu ver, essas respostas se relacionam diretamente com a ideia de que a igualdade só acontece na diferença. Assim, é a relação conflituosa entre o anônimo (qualquer um) *versus* o individual (pessoa reconhecida); o objeto banal (qualquer coisa ou qualquer acontecimento) *versus* a obra de arte (objeto único e acontecimento único) que caracteriza essas práticas artísticas. Numa perspectiva mais ampla, é possível afirmar que o regime estético se constitui através do embate contínuo entre uma comunidade igualitária idealizada *versus* a representação de uma comunidade hierarquizada, caracterizada pelo regime representativo.

Esse conflito pode ser encontrado no embaralhamento da atividade do artista e das outras atividades de produção material ao longo do século XX. Um exemplo clássico está nos *ready-mades* de Duchamp – objetos industriais que se transformam em obras de arte pela escolha do artista. Outro exemplo desse conflito está na Bauhaus de Gropius que tinha por objetivo restituir por meio do projeto, o valor do objeto artístico (objeto único) sob a lógica da produção industrial (objeto multiplicado).

No embaralhamento da atividade do artista com outras atividades, alguns construtivistas russos pedem para ser chamados de “artistas-engenheiros ou artistas-operários.”¹¹ Já no movimento dadaísta, Tzara ironiza a habilidade do artista ao propor uma “receita de bolo”, *Como fazer um poema dadaísta?*. E na década de 60, Joseph Beuys afirma: Todos nós somos artistas!

No entanto, é importante sempre lembrar que essa igualdade é contraditória. O artista ao se apropriar do objeto ou do acontecimento banal transforma esse mesmo objeto em outra coisa, ou seja, diferencia esse objeto de todos aqueles que eram iguais a ele. Mesmo quando o artista construtivista pede para ser chamado de “artista-operário”, ele está apenas reivindicando um reposicionamento social e político da arte no mundo, ele não é um operário de fato e se for, ele representa um novo tipo de operário.

¹¹ ALBERA Apud TARABUKIN. *Eisenstein e o Construtivismo Russo: A Dramaturgia da Forma em Stuttgart*, p. 196. (nota de rodapé nº19)

A importância da noção de “signos mudos” está na ideia de que o significado das práticas artísticas - no regime estético das artes – se constitui a partir dos conflitos entre o anônimo e o individual, o objeto banal e a obra de arte e não da negação dessas relações. Ora, como Rancière afirma, “a estética é, ao contrário, o que coloca em comunicação regimes separados de expressão.”¹²

Por meio dessa constatação, a noção de “signos mudos” contraria o discurso tradicional da arte moderna que se concentra na busca de uma linguagem própria e verdadeira para cada prática artística distinta a partir da noção de *arte pura*. Note que a escolha do Realismo como marco dessa ruptura desconstrói a importância dada ao binômio representação *versus* abstração no desenvolvimento da pintura.

Finalmente, a noção de “signos mudos” acaba potencializando também o debate histórico das relações que a arte possui com outras práticas de produção material, seja arte e indústria, arte e fotografia, arte e ciência etc. Ao ultrapassar as hierarquizações entre as práticas artísticas e as outras esferas de produção material, a noção de “signos mudos” traça um caminho que estabelece novas equivalências e distinções entre essas práticas, oferecendo também uma discussão renovada sobre o significado político contido nas práticas artísticas e nas práticas não-artísticas.

¹² RANCIÈRE, J. *O Desentendimento*, p. 68.

Referências Bibliográficas

ALBERA, F. **Eisenstein e o Construtivismo Russo**: A dramaturgia da forma em “Stuttgart”. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

BÜRGER, P. **Teoria da Vanguarda**. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.

FLAUBERT, G. **Madame Bovary**. Editora Abril, 1971.

LICHTENSTEIN, J (org.). *O Paralelo das artes*. In: **A pintura** – Vol. 7: O paralelo das artes. São Paulo: Ed. 34, 2005.

RANCIÈRE, J. **A Partilha do Sensível**: Estética e Política. São Paulo: Ed. 34, 2005.

_____. **O Desentendimento**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

_____. **O Inconsciente Estético**. São Paulo: Ed. 34, 2009.

DUPRÉ, M. **Réalisme**: peinture et politique. Campagnan: E.C. editions, 2009

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

**Ser e viver o veganismo: proposta para o design da
humanidade**

Neide Schulte, Denise Portinari e Ilma Godoy

UDESC - DINTER

neideschulte@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Ser e viver o veganismo: proposta para o design da humanidade

sustentável

**Neide Schulte
Denise Portinari
Ilma Godoy**

Resumo: A questão abordada neste artigo faz parte da pesquisa de doutorado da autora. Apresenta-se a história e a proposta do veganismo, e desenvolve-se uma reflexão sobre a dificuldade dos adeptos a esse modo de vida em consumir produtos básicos no seu cotidiano. Veganos procuram praticar um consumo consciente, não consomem produtos de origem animal ou testados em animais, além de evitarem produtos que durante seu ciclo de vida causem muitos danos ambientais. Segundo a proposta do veganismo, para que a humanidade possa ser sustentável é preciso um design que projete um modo de vida menos destrutivo, mais ético.

Palavras chave: veganismo, consumo consciente, design ético.

Introdução

No modelo de sociedade construído e estabelecido, ser vegano e viver de acordo com a proposta do veganismo é um desafio diário para os adeptos a esse modo de vida. Da alimentação, vestuário, transporte até as demais necessidades diárias de uma pessoa vegana as dificuldades são numerosas. O mundo não foi projetado para um consumidor/usuário consciente dos impactos ambientais e sociais de suas escolhas, por isso, muitas vezes, os veganos deixam de consumir, pois além de muitos produtos conterem produtos de origem animal, quando não contem, podem ter sido testados em animais ou ainda causarem muitos danos ao meio ambiente natural durante o ciclo de produção e pós-uso.

O design para uma sociedade sustentável, de acordo com a proposta do veganismo, deveria evitar toda forma de exploração e violência, sejam contra animais, humanos ou o planeta. Mas o modelo de produção e consumo que tem se projetado cria, por exemplo, a necessidade da transposição de grandes rios, que afeta a biodiversidade de imensas áreas, devasta grandes áreas de matas para pecuária o que pode gerar, entre outros problemas, a desertificação. Além desses dois exemplos, muitos outros podem ser citados, pois para satisfazer o bem estar do ser humano, cada vez mais dependente de

inúmeros objetos, o planeta está sendo destruído como um móvel atacado por cupins. Qual a solução?

Para Capra (1996, p. 23), “há soluções para os principais problemas de nosso tempo, algumas delas até mesmo simples. Mas requerem uma mudança radical em nossas percepções, no nosso pensamento e nos nossos valores”. Capra afirma que estamos no princípio dessa mudança fundamental de visão de mundo na ciência e na sociedade, que ele compara com a revolução copernicana. Contudo, o reconhecimento de que é necessária uma profunda mudança de percepção e de pensamento para garantir a sobrevivência humana ainda não atingiu a maioria dos líderes das corporações, nem os administradores e professores das grandes universidades.

O veganismo (que não é ensinado nas escolas, universidades) propõe um modo de vida menos destrutivo. Mas tanto a proposta, quanto o significado da palavra veganismo, ainda são desconhecidos pela maioria das pessoas, segundo pesquisa realizada pela jornalista Silvana Andrade criadora da ANDA, Agencia de Notícias de Direitos dos Animais¹.

A história, a proposta e a definição da palavra veganismo são apresentadas a seguir para conhecimento e para se entender de que forma o design pode contribuir para uma sociedade sustentável partindo de um modo de vida mais simples e ético.

Veganismo, consumo consciente e design ético

Veganismo é o mesmo que vegetarianismo estrito, ou ainda, vegetarianismo profundo. Veganos não consomem nenhum produto de origem animal, nem fazem uso de animais para trabalho, experimentação, entretenimento, entre outros. O termo veganismo surgiu no século XX, mas o vegetarianismo não é recente, na realidade, ele tem uma longa história. Brahminismo, budismo, jainismo e zoroastrismo, todas estas religiões há muito estabelecidas, defenderam a abstenção da carne com alimento, como fizeram também alguns dos primeiros filósofos e pensadores: Pitágoras, Sêneca,

¹ A jornalista foi palestrante no 12º Festival Vegano Internacional que se realizou no período de 22 a 25 de julho de 2009, na PUC do Rio de Janeiro, onde apresentou a pesquisa que fez nas ruas perguntando para as pessoas qual era o significado da palavra veganismo. Ela é criadora do site <http://www.anda.jor.br>

Ovídio, Diógenes, Platão, Plotino e Sócrates (embora, na verdade, não se saiba se eles todos praticavam o que pregavam).

Singer² afirma que a perspectiva de que devemos evitar comer carne ou peixe tem raízes filosóficas remotas. Nos Upanishades (c. 1000 a.C.), a doutrina da reencarnação levava à abstenção de carne; Buda ensinava a compaixão por todas as criaturas capazes de ter sensações; os monges budistas não podiam matar animais nem comer carne, a menos que soubessem que o animal não havia sido morto por sua causa; o jainismo pregava a *ahimsa*, ou a não-violência em relação a qualquer criatura viva e, portanto, a não ingestão de carne. Segundo Singer, na tradição ocidental, o Gênesis sugere que os primeiros seres humanos eram vegetarianos e que a permissão para comer carne só teria sido dada após o dilúvio. A partir daí, o vegetarianismo encontra pouco apoio nas escrituras judia ou cristã, ou islâmicas. O vegetarianismo filosófico, por sua vez, foi mais forte na Grécia e na Roma antigas; foi defendido por Pitágoras, Empédocles, Plutarco, Plotino, Porfírio e, em algumas passagens, Platão. Os pitagóricos abstinham-se de todo o alimento animal e isto se devia, em parte, à crença de que homens e animais partilham a mesma alma e, ao que parece, por considerarem esta dieta mais saudável. Platão partilhava parcialmente estas duas ideias. O ensaio de Plutarco, *Sobre Comer Carne*, escrito em fins do século I ou início do século II de nossa era, é um argumento detalhado em defesa do vegetarianismo, apoiando-se nas ideias de justiça e tratamento humano dos animais.

Portanto, a discussão sobre o vegetarianismo e os direitos dos animais é antiga e está presente nas tradições filosóficas ocidental e oriental³. No oriente, tem como base as religiões fundamentadas sobre a não-violência (budismo, jainismo e hinduísmo). No ocidente, tem fundamento na filosofia grega clássica, que combinava argumentos éticos e espirituais, e pode ter sido influenciada pelas religiões orientais. O advento do cristianismo retirou força do debate, que ressurgiu após o Renascimento e, principalmente, após o Iluminismo. As preocupações éticas e políticas do Iluminismo estenderam-se à questão animal. No século XIX, a filosofia moral utilitarista também destacou o dever de

² Peter Singer. Disponível em: http://www.criticanarede.com/fil_vegetarianismo.html. Acesso em: 04/06/2010.

³ A história sobre o veganismo, aqui apresentada, é uma compilação de informações apresentadas em vários sites especializados citados na bibliografia.

minimizar o sofrimento dos animais. Nessa época surgiu o bem-estarismo⁴ e as primeiras sociedades protetoras de animais e vegetarianas. No século XX, a expansão do uso de animais por seres humanos, em função do crescimento e industrialização da pecuária e da ampliação da experimentação científica pelo modelo animal, em conjunto com a ampliação do conhecimento humano acerca das espécies animais, sob a influência de Charles Darwin, levaram a uma guinada no debate sobre a questão animal, levando a críticas ao paradigma bem-estarista, à difusão do conceito de direitos animais e ao surgimento de um movimento abolicionista, em favor do fim do uso de animais pelos seres humanos.

No subcontinente indiano, o princípio da não-violência é conhecido desde, aproximadamente, os séculos VIII a VII a. C. Ele serviu de matriz para três vertentes religiosas, o jainismo, o budismo e o hinduísmo, e todas elas incorporam os animais às suas considerações morais a respeito da não-violência. De modo geral, eles condenam a violência contra animais com base na premissa religiosa da transmigração das almas, pela qual um ser humano pode reencarnar como outro animal, e na idéia de que há uma integração cósmica entre todas as formas de vida. Não se deve daí concluir, porém, que esta cosmogonia possui uma visão de igualdade entre as diferentes formas de vida, uma vez que, em geral, afirma-se que a reencarnação como animal é uma punição para seres humanos, nem que determina deveres diretos de humanos perante não-humanos, uma vez que os animais não-humanos só devem ser respeitados por carregarem a alma de um ser humano, ou porque o dano causado contra eles poderá acarretar um carma negativo para o agente da ação danosa.

O fato é que jainismo, budismo e hinduísmo preconizaram certas interdições na relação entre humanos e não-humanos. O budismo não advoga o vegetarianismo, por valorizar a mendicância como sinal de humildade e, como tal, comandar que os monges aceitem qualquer tipo de comida que lhes seja oferecido. Não obstante, o budismo comanda que os monges não pratiquem nenhum ato violento contra animais e lhes proíbe o consumo da

⁴ Filosofia que defende o uso de leis que regulamentem o uso de animais não-humanos por seres humanos, como forma de minimizar seu sofrimento sem abolir sua condição de propriedade. Glossário. Disponível em: <http://www.anda.jor.br/?p=4067> Acesso em: 03/06/2010

carne de animais abatidos especialmente para eles. Por influência do budismo, foi na Índia que foram adotadas as primeiras leis de proteção animal, no século II a. C.

O hinduísmo, em geral, comanda uma dieta vegetariana. Bovinos, em especial, são animais protegidos. O consumo de leite, porém, é defendido como uma forma de comunhão com a vaca, que é considerada uma divindade de características maternais. Por conta disso, a maioria dos hindus segue uma dieta lacto-vegetariana. No entanto, não é claro que as religiões hindus tenham sempre professado essa divindade da vaca, e que a mesma possa ter surgido por razões históricas, devido à tradição pastoril e à dependência dos indianos antigos de uma dieta rica em laticínios. O jainismo, por sua vez, comanda o respeito a toda forma de vida, e por conta disso muitos de seus adeptos adotam uma dieta vegetariana estrita, ou mesmo rejeitam o consumo de raízes (para não ameaçar os animais que vivem sob a terra) ou adotam o frugivorismo (dieta baseada apenas em frutos), como forma de poupar também as formas de vida vegetal.

No ocidente, com o advento do Cristianismo, o vegetarianismo foi praticamente abolido do ocidente. Filósofos da escolástica medieval como São Tomás de Aquino e Santo Agostinho rejeitavam a ideia de que os seres humanos tivessem deveres perante os animais não-humanos. As restrições alimentares observadas pelos cristãos jamais tinham caráter terminativo, e de modo algum se referiam a objeções morais, mas tão somente à importância do jejum como ato de humildade e penitência. A crueldade contra animais deveria ser condenada apenas na medida em que manifestasse uma má-inclinação do espírito e tendência à crueldade também contra outros seres humanos. Tais posições persistiram nas épocas posteriores à Idade Média, sendo ainda predominantes e influentes na cultura ocidental, inclusive nas perspectivas seculares e científicas. Foi assim que René Descartes, em suas *Meditações*, no século XVII, defendeu a ideia de que animais não-humanos não possuem alma nem razão, e apenas respondem a estímulos como autômatos. Embora há séculos rejeitada e desacreditada pelas evidências científicas, a concepção mecanicista de Descartes sobre os animais permanece forte no senso comum ocidental até os dias de hoje.

O debate sobre o vegetarianismo reemergiu com o Renascimento. Alega-se que Leonardo da Vinci era vegetariano, mas não há dados confiáveis sobre esta informação, como de modo geral a maioria das personalidades da Idade Moderna a quem se atribui uma dieta vegetariana. O advento do Iluminismo, no século XVIII, trouxe de volta o interesse sobre a questão dos direitos dos animais e o vegetarianismo. As preocupações políticas e éticas do Iluminismo com a liberdade e a igualdade influenciaram a reflexão sobre as relações entre seres humanos e animais não-humanos. Diversos filósofos iluministas, como François-Marie Voltaire, Jean-Jacques Rousseau e Thomas Paine dissertaram sobre o dever da compaixão para com animais. Immanuel Kant, filósofo da última fase do Iluminismo, porém, e a despeito de uma filosofia moral que inspirou o movimento posterior pelos direitos animais, rejeitava a idéia de que o ser humano tivesse deveres perante animais não-humanos, retomando a tese escolástica de que o ser humano deve ser compassivo com os animais apenas na medida em que esta indica a nobreza de caráter e sentimentos de um ser humano.

No fim do século XVIII o pastor protestante Humphrey Primatt inaugura uma longa tradição britânica no debate sobre a questão animal, com seu texto *The Duty of Mercy* (O Dever da Compaixão), em que afirma o dever dos seres humanos de ter compaixão pelos animais, por estes serem capazes de sentir dor, e critica a não-observância desse princípio como mero preconceito em favor da própria espécie (sugerindo dois conceitos chave para o movimento pelos direitos animais a partir do século XX: a sciência⁵ e o especismo⁶).

No século XIX o utilitarismo, baseado nas considerações sobre a dor e o sofrimento dos animais não-humanos, reivindicava que os mesmos fossem incorporados à comunidade moral e tivessem seus interesses e seu sofrimento levados em consideração pelo ser humano. Data deste mesmo período a criação e expansão das leis de bem-estar na Inglaterra.

⁵ Sciência é a capacidade de sentir, que engloba pelo menos todos os animais vertebrados. LUNA, Stelio P. L. Disponível em: <http://www.veterinaria-nos-tropicos.org.br/suplemento11/17-21.pdf> Acesso em: 03/06/2010

⁶ O especismo está para a espécie assim como o racismo está para a raça e o sexismo está para o sexo: uma discriminação baseada na espécie, quase sempre a favor dos integrantes da espécie humana (*Homo sapiens*). OLIVER, David. O que é especismo. Disponível em: http://www.vegetarianismo.com.br/sitio/index.php?option=com_content&task=view&id=529&Itemid=39 Acesso 12/06/2010

Na Europa continental, o filósofo austríaco Arthur Schopenhauer tornou-se um defensor da ideia de que animais não-humanos fossem portadores de direitos. Ele atribuía a desconsideração moral dos animais na Europa à tradição judaico-cristã e seu antropocentrismo. No entanto, nenhum desses filósofos europeus que pensavam a questão animal desde o Iluminismo dava especial importância à questão do vegetarianismo, o que se deve atribuir, também, às limitações de conhecimento sobre nutrição e de acesso a uma dieta vegetariana, na Europa dos séculos XVIII-XIX (Rousseau tinha uma visão favorável do vegetarianismo, mas ele mesmo não era vegetariano).

A obra de Charles Darwin, *A Origem das Espécies* (1859), e sua teoria da evolução tiveram um forte impacto quanto à consideração dos animais, no século XIX. Darwin reafirmou o fato de que o ser humano também era uma espécie de animal, destacou seu parentesco com outras espécies de primatas, e ressaltou que as diferenças entre seres humanos e outros animais não eram de tipo, mas de grau: ou seja, não haveria uma característica distintamente humana, impossível de ser percebida em outros animais; o que distinguiria o ser humano de outras espécies de animal seria o grau de desenvolvimento de tais características também presentes nessas outras espécies. A obra e o pensamento de Darwin serviram de fundamento científico para as teses dos defensores dos direitos dos animais e inspiração para a crítica do antropocentrismo e do especismo que inviabilizam o respeito aos direitos morais dos animais não-humanos.

O termo “direitos animais” foi aplicado pela primeira vez em 1892, pelo teólogo britânico Henry Salt, estabelecendo os pilares para o debate ético contemporâneo da questão animal, que teria seu epicentro na Universidade de Oxford, de onde saíram o psicólogo Richard D. Ryder e o filósofo Peter Singer.

No século XX, as leis de bem-estar animal se expandiram, junto com a crescente produção industrial de animais para o consumo humano. Na Alemanha e na Grã-Bretanha, foram aprovadas restrições à experimentação animal. A pecuária intensiva e a ampliação do uso de animais em experimentos reabriram o debate sobre os abusos e crueldade contra animais, bem como sobre os limites do paradigma bem-estarista para tentar contê-los.

O conceito de Veganismo surge em 1944, criado por Donald Watson e Elsie Shrigley, fundadores da *Vegan Society* britânica, em função da percepção

da inadequação do conceito de vegetarianismo no que concerne a uma atitude ética coerente em relação aos animais não-humanos, uma vez que o conceito amplamente aceito naquela época restringia-se à esfera alimentar e baseava-se na abstenção do uso de alimentos advindos diretamente da morte de um animal, admitindo como integrante do vegetarianismo uma dieta que incluísse produtos de origem animal não resultante da morte de um animal (tais como leite, ovos e mel), ainda que os mesmos também acarretem danos aos animais não-humanos de quem são extraídos tais produtos, resultando, em última instância, na sua morte provocada.

Em 1959, na Grã-Bretanha, foi apresentado um protocolo visando mudanças no uso de cobaias em laboratório, conhecido como 3 Rs, na sigla em inglês (Redução, Refinamento e Substituição), visando o uso de menos cobaias e sua substituição por outros métodos, mas sem resultados práticos, desde então, o número de cobaias usadas em pesquisas científicas apenas tem crescido, naquele país e em todo o mundo.

Nos anos 1970, o trabalho de dois intelectuais ajudou a mudar o panorama da discussão sobre os direitos animais. O psicólogo britânico Richard D. Ryder, depois de ter participado em experiências com animais não-humanos, passou a advogar contra a prática e, em 1973, criou o conceito de especismo. Ryder defendia a atribuição de direitos aos não-humanos com base no conceito de sentiência.

Em 1975, inspirado por Ryder, o filósofo utilitarista australiano Peter Singer publicou seu livro mais famoso sobre o tema, *Libertação Animal*, citado como grande influência por muitos dos ativistas contemporâneos. Singer, porém, não adota uma concepção de direitos animais, mas sim o princípio da igualdade de consideração de interesses. Além disso, ele adota como conceito central: a autoconsciência, à qual atribui diferentes graus, e afirma que a morte é um dano maior para seres humanos e grandes primatas que para outros animais não-humanos, postulando, em consequência, que a morte não é um dano em si, e que por esta razão, e também por razões estratégicas, os defensores dos animais devem concentrar-se em melhorar as condições de vida dos animais criados por seres humanos, razão pela qual Singer é situado no campo do bem-estarismo.

Também nos anos 1970 houveram as primeiras ações diretas de libertação de animais de fazendas de criação e laboratórios, e sabotagem dos mesmos, assinados pela ALF (Frente de Libertação Animal). Tais ações despertam grande controvérsia no movimento pelos direitos animais, sendo rechaçada como bem-estarista ou como estrategicamente inadequado por alguns ativistas. A ALF não se constitui numa organização em estrito senso, mas numa rede de grupos dispostos a levar adiante ações de libertação e sabotagem, contanto que cumpram as normas gerais básicas do grupo, dentre as quais, ser vegetariano e que nenhum animal – humano ou não-humano – seja ferido nas ações perpetradas em seu nome.

Em 1980 foi fundada, nos Estados Unidos, a PETA (Pessoas pelo Tratamento Ético de Animais), entidade que se notabilizou pelas ruidosas campanhas para promover o vegetarianismo, as quais costumam ser criticadas pela agressividade (como as que comparam a criação industrial de animais ao holocausto nazista e a que afirma que alimentar crianças com carne é uma forma de abuso), pelo sexismo na exploração de imagens de mulheres nuas e pela defesa de reformas bem-estaristas.

Também nos anos 1980 cresceu a vertente abolicionista do movimento em defesa dos animais, despertada pela expansão sem precedentes da exploração animal, com a conseqüente escalada de abusos, levando a uma percepção mais crítica e radical do paradigma bem-estarista e o foco na centralidade do problema da redução dos animais não-humanos à condição de objetos e propriedade dos seres humanos. O abolicionismo beneficiou-se da expansão do pensamento intelectual sobre os direitos animais e tem se dedicado, igualmente, à denúncia da incapacidade das reformas bem-estaristas em trazer melhorias relevantes nas condições de vida dos animais criados por seres humanos e em questionar os fundamentos da exploração animal. Seus principais teóricos são Tom Regan e Gary L. Francione.

Fox conseguiu levar o nosso pensamento sobre o vegetarianismo para um nível diferente. Ele está correto ao dizer que o vegetarianismo é mais do que uma dieta, que representa uma consciência particular sobre as questões fundamentais que envolvem a violência, as nossas obrigações diferentes para com os outros (humanos e não humanos) e para com o planeta em que vivemos. A teoria de Fox do "vegetarianismo profundo" é realmente uma abordagem à "estrutura profunda" das muitas vertentes de

pensamento diferentes que convergem e se expressam na nossa escolha para rejeitar a violência e para abraçar o parentesco com todos os seres sencientes como parte de nossas vidas diárias⁷.

O “vegetarianismo profundo” proposto por Fox traz o mesmo discurso que o veganismo, ou seja, é uma filosofia de respeito à vida não-humana, que reconhece o direito a uma vida digna a seres sencientes.

O veganismo além de ressaltar a necessidade de uma alimentação saudável que respeite os animais, também enfatiza a importância de preservar o solo e o uso correto da terra, para que futuras gerações não a encontrem com erosão, queimada, sem os minerais necessários para uma vida saudável. Os veganos confiam em métodos naturais (alimentação pura, ar fresco, sol, exercício etc.) ao invés de vacinas e medicamentos para manter corpo e mente saudáveis.

O uso de agrotóxicos e adubos químicos vai contra o princípio do veganismo e a agricultura vegana provou que são desnecessários quando o equilíbrio correto do solo for estabelecido. Frutas e verduras cultivadas com métodos veganos podem ser tão grandes e bonitas quanto aquelas cultivadas sob qualquer outro método (“vegano” não é o mesmo que “orgânico”, que utiliza sangue, osso, casco moído, chifre moído e outros subprodutos animais). Na visão vegana, também a contaminação da água com esgoto, resíduos industriais ou adição de flúor é contrária aos interesses da comunidade.

Devido à fé em *Ahimsa* (que em sânscrito significa: não matar, não machucar, energia inofensiva), muitos veganos tendem ao pacifismo e opõem-se a todos os tipos de atividade agressiva. Entretanto, o veganismo não tem ligação com nenhum partido nacional ou internacional, nem religião. Os veganos podem ser profundamente religiosos, talvez cristãos devotos ou discípulos de uma das várias outras religiões. Porém, isso não é requisito do veganismo, que é um estilo de vida preocupado em viver sem machucar os outros, humanos ou não-humanos.

Há vários caminhos para o veganismo e muitas teorias a seu respeito, mas o veganismo, em síntese, é um modo de viver que evita a exploração, seja ela: humana, animal ou do solo do qual dependemos para nossa existência. Veganos avaliam o fato de que muito mais alimentos vegetais do que os

⁷ Tradução livre. Gary L. Francione. Prefácio do livro *Deep vegetarianism*. Fox, 1999.

alimentos animais podem ser produzidos em uma área igual e no mesmo espaço de tempo. Segundo esta visão, o veganismo poderia livrar o ser humano da criação animal com toda a sua crueldade e muitas terras férteis seriam liberadas para ampla produção de alimentos destinados diretamente ao consumo humano. Essa questão é amplamente discutida no documentário holandês "*Meat the truth*"⁸ que aborda a questão do impacto ambiental da criação de animais para alimento.

Segundo informações de sites especializados, o maior número de pessoas que aderiram ao universo vegano foi por compaixão, um modo de viver sem machucar outros seres vivos. A maioria delas foi criada comendo carne, ovos, leite e peixe, porém perceberam que esta talvez não fosse a melhor maneira de viver. Mais tarde, algum fato desencadeou a decisão de mudar. Ou seja, o maior número de pessoas que aderem ao veganismo é composto por aquelas que se sensibilizam ao saberem que sua alimentação até então era dependente do sofrimento de animais que são criados e mortos para satisfazer uma necessidade que agora sabem não ser essencial. Para cada pessoa que se torna vegana existe um fato desencadeador. Atualmente existem documentários, sites, eventos, campanhas através de diversas mídias que procuram informar as pessoas sobre os benefícios do veganismo para os humanos e para o meio ambiente.

Veganos costumam ser questionados quanto a "ir tão longe" e porque o lacto-vegetarianismo, por enquanto, não é suficiente. Quanto a essa questão, os veganos argumentam que infelizmente poucos vegetarianos realmente se dão conta do nível atual de crueldade, não por falta de informação, mas por falta de interesse e compreensão. Diferente dos veganos, muitos vegetarianos estão principalmente preocupados com a saúde e aceitam o abate de animais na produção de carne, couro, queijo, etc. Na opinião dos veganos, não importa para o animal se será abatido para fornecer comida, medicamentos, roupa, esporte, objetos de luxo como ornamentos de marfim, bolsas de pele de jacaré ou um perfume exótico.

Entre as críticas dos veganos aos vegetarianos está o fato de que ao iniciar uma alimentação lacto-vegetariana, as pessoas costumam aumentar seu

⁸ Disponível em: <http://vista-se.com.br/redesocial/meet-the-truth-uma-verdade-mais-que-inconveniente/> Acesso em: 20/06/2010.

consumo de laticínios e ovos; isso significa que qualquer alívio do sofrimento para os animais existe mais na esperança do que no fato. Vegetarianos também podem não se dar conta de que o coalho utilizado para fermentar o queijo é obtido do estômago de um bezerro recém-abatido. Esses queijos, obviamente, não são lacto-vegetarianos e os veganos acreditam que essas contradições deveriam ser bem mais divulgadas.

Os produtos como biscoitos, bolos, massas prontas, pastéis, pudins, sopas enlatados, etc., geralmente contêm: manteiga, leite, mel, queijo, gorduras animais ou ovos. Além disso, do ponto de vista nutricional, são inferiores aos alimentos frescos, porque foram super-cozidos ou processados de alguma forma e porque provavelmente contêm alguns dos 800 aditivos usados na alimentação, como corantes, adoçantes, estabilizantes, conservantes, aromatizantes, etc⁹.

Mas o veganismo, como foi visto, não está somente preocupado com a alimentação. Os veganos deploram o abatimento ou a exploração de qualquer animal, qualquer que seja o motivo: alimentos, roupas, ornamentos, cosméticos, produtos domésticos, esporte, entretenimentos, medicamentos. Eles apresentam uma lista com muitos itens que demonstra o quanto os humanos estão acostumados a usar substâncias animais e a explorar todos os animais dos quais o homem pode extrair produtos para gerar lucro, sem considerar que são seres vivos sencientes e que, sob a visão dos veganos são seres com direito de viverem suas vidas sem estarem sob o domínio dos seres humanos.

Os veganos consideram esse estilo de vida um dever para com as futuras gerações. Contudo, vai levar muito tempo, no atual ritmo, para desfazer o resultado de erros passados, se é que isso é possível. Entretanto, diz Batt “quaisquer que sejam nossas ações, serão nossos herdeiros, mais do que nós, que colherão os resultados, bons ou ruins, daquilo que fazemos hoje, amanhã e depois, até deixar para eles o quê? Um deserto, a destruição ou um jardim abundante? A decisão é sua e é minha”¹⁰.

⁹ Revista Vegetarianos n° 10.

¹⁰ <http://www.taps.org.br/Paginas/vegetartigo07.html>. Eva Batt. Acesso em:13/05/2010

Segundo Guimarães¹¹, há muitos motivos para se adotar um estilo de vida vegano e também são muitas as formas como o veganismo é expresso, portanto, pode ser definido da seguinte maneira: um estilo de vida que evita toda forma de exploração e violência, sejam estas contra animais, humanos ou o planeta. Assim, poucas pessoas iniciam no veganismo por uma questão meramente de saúde, apesar de ser um aspecto importante deste estilo de vida e um dos melhores argumentos em seu favor.

O aspecto ambiental atrai a atenção de muitas pessoas que entram em contato com o veganismo pela primeira vez, recebendo a aprovação mesmo daqueles que se recusam a adotá-lo. O fato de mais alimentos vegetais poderem ser produzidos no mesmo espaço e com a utilização de menos recursos quando comparados com a produção de alimentos de origem animal é, dos argumentos a favor do veganismo, certamente o mais lógico e irrefutável¹².

Guimarães defende que a descoberta da realidade sempre traz consciência e a consciência traz moralidade. Cita como exemplo, a confusão de valores pela qual passa uma criança que tem que aprender que o boi, o porco, a galinha, tão dóceis e amáveis, são os heróis de seus filmes favoritos e, ao mesmo tempo, são também o seu jantar. "Como assim? Amigo e jantar ao mesmo tempo?" A criança pode não buscar descobrir, em um primeiro momento, como o seu herói ou amigo foi parar no prato de jantar. Talvez ela busque em sua fantasia uma forma "amigável" de se tornar jantar. Talvez eles sejam tão amigos e amáveis que eles voluntariamente sacrificam-se para alimentar seu amigo humano. Um verdadeiro ato de heroísmo. Mas eles logo buscam a verdade, quanto mais perto da realidade, mais perto da consciência. A criança pode lidar com uma explicação fantasiosa de como uma parte de um boi foi parar em seu prato, mas a realidade nua e crua de um matadouro não deixa espaço para fantasias. É consciência instantânea: comer um animal após ter visto um matadouro está imediatamente fora de questão. É natural perceber que algo está errado.

¹¹ <http://www.guiavegano.com/nutricao/george/george.html> George Guimarães é médico nutricionista. Acesso em: 13/05/2010

¹² <http://www.svb.org.br/vegetarianismo/> Acesso em: 20/05/2010

Além dos argumentos apresentados sobre a importância do veganismo, primando por uma postura ética em seu discurso (palavras) e em suas ações (coisas), segundo o relatório do programa ambiental da ONU (UNEP)¹³, uma mudança global para uma dieta sem alimentos de origem animal é vital para salvar o mundo da fome, pobreza e dos piores impactos da mudança climática. A previsão é de que a população mundial chegue a 9.1 bilhões de pessoas em 2050 e o apetite por carne e laticínios é insustentável.

A agricultura, particularmente produtos de carne e laticínios, é apontada no relatório da ONU como responsável pelo consumo de cerca de 70% da água doce do mundo, 38% do uso de terra e 19% das emissões de gases estufa.

Diz o relatório da ONU (p.82),

Espera-se que os impactos da agricultura cresçam substancialmente devido ao crescimento da população e o crescimento do consumo de produtos animais. Ao contrário dos combustíveis fósseis, é difícil olhar para alternativas: as pessoas têm que comer. Uma redução substancial de impactos somente seria possível com uma mudança de dieta, eliminando produtos animais.

O painel de especialistas categorizou produtos, recursos e atividades econômicas e de transporte de acordo com seus impactos ambientais. A agricultura se equiparou com o consumo de combustível fóssil porque ambos crescem rapidamente com mais crescimento econômico. Segundo o professor Edgar Hertwich, o principal autor do relatório da ONU, os produtos de origem animal causam mais dano ambiental que produzir minerais de construção como areia e cimento, plásticos e metais. Biomassa e plantações para animais causam tanto dano quanto queimar combustível fóssil.

O Relatório da ONU de 2010 corrobora com a proposta do veganismo. No entanto, as mudanças ainda são muito lentas e pouco significativas no sentido de diminuir o impacto da produção e do consumo dos objetos criados diariamente pelos humanos.

Os produtos disponíveis para o consumo dos veganos geralmente têm preços mais elevados, além de existirem poucas opções e faltarem

¹³ Relatório da ONU 2010. Disponível em:
<<http://www.guardian.co.uk/environment/2010/jun/02/un-report-meat-free-diet>> Acesso 12/06/2010

informações sobre diversos produtos quanto à composição, origem e modo de produção.

Na verdade, parece que os designers não têm interesse em projetar para este tipo de consumidor que compra menos e ainda questiona sobre diversos aspectos do produto. Mas o número de vegetarianos vem crescendo. Conforme o último senso, de 2010, entre os brasileiros 10% diz ser vegetariano. Não havia a opção para veganos, além disso, após a divulgação dessa informação, muitas pessoas vegetarianas e veganas se manifestaram dizendo que não foram entrevistados nesse senso. Assim, estima-se que o número de vegetarianos seja maior que 10% entre a população brasileira.

Considerações finais

O solo epistemológico que orienta o desenvolvimento humano a partir do uso indiscriminado do ambiente natural para a satisfação das necessidades básicas e as criadas a cada novo projeto de produto/serviço está sendo revisto diante da constatação de que existe algo de errado neste modelo de construção da humanidade.

Esta revisão que está ocorrendo no século XXI, pode estar relacionada com as grandes catástrofes naturais, ou seja, todo conhecimento humano desenvolvido não é capaz de conter, por exemplo, a força de grandes inundações que devastam imensas áreas principalmente urbanas, onde se concentram o maior número de humanos. Se essas mudanças climáticas tem a ver ou não com o modo de exploração do ambiente natural ainda é um grande debate entre os senhores da ciência. Mas a parte desse debate, a proposta do veganismo sempre teve relação de maior cuidado com o ambiente natural. O sentido desse cuidado não tem relação direta com a sobrevivência humana e sim com uma escolha por uma visão mais crítica sobre esse modelo de mundo construído, que criou uma relação de domínio dos humanos sobre o ambiente natural.

No discurso, ser e viver de acordo com veganismo pode ser um caminho para o design de uma humanidade sustentável. Na prática, as coisas são muito mais complexas, principalmente com a previsão de que em pouco tempo no planeta existirão em torno de 9 bilhões de humanos consumindo a Terra. Então

fica a questão: como o design vai contribuir para construir uma humanidade sustentável?

Referências

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. São Paulo: Coltrix, 1996.

_____. **As conexões ocultas: ciência para uma vida**. São Paulo: Cultrix, 2002.

CHICK, Anne. **A handbook and source guide on design and the environment**. Zurich: 2003.

COLBORN, Theo, DUMANOSKI, Dianne e MYERS, John Peterson. **O futuro roubado**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

FOX, Michel Allen. **Deep vegetarianism**. Philadelphia: Temple University, 1999.

SINGER, Peter. **Vida Ética: os melhores ensaios do mais polêmico filósofo da atualidade**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

_____. **Libertação Animal**. Porto Alegre: Lugano, 2004

STEPANIAK, Joanne. **The VEGAN Sourcebook**. Los Angeles: Lowell House, 2000.

TAYLOR, Paul W. **Respect for Nature: a theory of environmental ethics**. 2. impress with corrections. New Jersey, Princeton: Princeton University Press, 1987.

Revista Super Interessante, 18ª edição, Outubro de 1999.

Disponível em: <<http://www.anda.jor.br/?p=5745>> acesso: 20/07/2010

Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Veganismo>> acesso: 20/07/2010

FELIPE, Sonia. Ética e radicalidade. Artigo na Coluna Questão de Ética.

Disponível em: <<http://www.anda.jor.br/?p=5745>> Acesso 10/12/2010.

Disponível em: <<http://www.vegetarianismo.com.br/artigos/carne-imperio-romano.html>> Acesso 10/06/2010.

Disponível em: <<http://www.vegsoc.org/news/2000/21cv/ages.html>> Acesso 08/05/2010.

Disponível em: <<http://www.vegsoc.org/members/history/150hist.html>> Acesso 15/05/2010.

Disponível em: <<http://www.ivu.org/history/museum.html>> Acesso 10/05/2010.

Disponível em: <<http://www.vegetarianismo.com.br/artigos/veg-na-antiguidade->

greco-romana.html> Acesso 18/05/2010.

Disponível em:

<<http://www.vegetarianismo.com.br/artigos/HistoriaDovegetarianismo.html>>

Acesso 17/05/2010.

Disponível em: <<http://www.veterinaria-nos-tropicicos.org.br/suplemento11/17-21.pdf>> Acesso 10/05/2010.

Relatório da ONU 2010. Disponível em:

<<http://www.guardian.co.uk/environment/2010/jun/02/un-report-meat-free-diet>>

Acesso 12/06/2010

Disponível em: <<http://www.guiavegano.com/nutricao/george/george.html>>

George Guimarães é médico nutricionista. Acesso em:13/05/2010

Disponível em: <<http://www.anda.jor.br>> acesso: 20/03/2011

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

**Tendências e design: manifestações visuais gráficas de
tendências conceituais**

Paula Buss Thofehn e Maria de Lourdes Valente Reyes

Istituto Europeo di Design / Universidade Federal de Pelotas

paulathofehn@gmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Tendências e design: manifestações visuais gráficas de tendências conceituais

Trends and Design: graphic visual manifestations of conceptual trends.

Thofehrn, Paula Buss; bacharel em Design Gráfico; Universidade Federal de Pelotas
paulathofehrn@gmail.com

Reyes, Maria de Lourdes Valente; doutora em Comunicação Social PUC; Universidade Federal de Pelotas
valentereyes@gmail.com

Resumo

A sociedade encontra-se atualmente em uma época de mudanças, de efervescência, de alternâncias. Entendê-la e estudá-la, dessa forma, exige um esforço complexo e constante. Mapear o comportamento humano de forma a prever quais serão os próximos anseios dos indivíduos, tornou-se muito relevante, visto que se constatou que entender e codificar tendências é fundamental para se obter sucesso num mercado tão variante e instável. O *designer*, como agente ativo na sociedade e como comunicador, tem papel fundamental na transformação e adaptação das tendências, uma vez que é capaz de transformá-las em visualidades ao mercado.

Palavras-chave: *design* gráfico, tendências, comportamento, visualidade.

Abstract

Currently the society is at a time of changes, of effervescence, of alternations. Understand and study this process, so, requires a complex and constant effort. Be able to map the human behavior to anticipate the coming needs of the individuals, became very relevant, in view of the fact that it was found that understand trends is crucial to achieve success in an unstable and variant market. The designer, as an active agent in society and as a communicator, have crucial role in transformation and adaptation of trends, since is able to transform this trends into visualities to the market.

Keywords: *graphic design, trends, human behavior, visualities*

Introdução

O mundo forma e é formado por tendências. Com o significado contemporâneo do termo (CALDAS, 2009), pode-se ligar tendências ao comportamento de consumo, à moda, ao mercado, a práticas econômicas, políticas, antropológicas, psicológicas, entre outras tantas. É interessante pontuar que as tendências, quando relacionadas ao comportamento humano, não se encontram desvinculadas de seu contexto: de fato, este é capaz de interagir com elas. Atualmente, com a velocidade das informações (FURTADO, 2008) e com o constante aumento do consumo, estudar, analisar e prever tendências tornou-se essencial para o mercado. O que se pretende com essa pesquisa é

compreender de que maneira o profissional de Design Gráfico capta essas tendências contemporâneas e as traduz para o mercado através de visualidades.

Tendências contemporâneas são entendidas aqui como o conjunto de aspectos políticos, sociais, comportamentais, etc., que a sociedade detém, aspectos os quais acabam por direcioná-la para determinados caminhos em certos espaços de tempo. Ultimamente, com a progressão do consumo (STIEGLER, 2007), tem-se investido maior atenção aos conceitos de sociedade de consumo e imaginário coletivo, bem como as questões visuais dos produtos. Assim, o design, como afirma Lipovetsky (2006), ganhou força e começou a ditar novos padrões estéticos, dando origem aos produtos que despertam desejos e ganham os consumidores através de sua aparência e charme. Fontenelle (2004) afirma que os objetos acabam nos representando: compramo-los para nos identificarmos com estilos de vida, com estéticas e para passar para os outros ideias do que somos e do que gostaríamos de ser. Com tantos desejos e com tantos produtos disponíveis no mercado, estamos sempre em busca de algo novo que possa satisfazer nossos anseios consumistas. Neste ponto, Caldas (2006) afirma que na sociedade contemporânea vigora o imaginário da mudança: tudo é instável e provisório.

O presente estudo busca analisar algumas das tendências contemporâneas e, em seguida, pretende relacioná-las com visualidades em peças gráficas. Observando a comunicação visual de duas empresas brasileiras – Grendene e Havaianas – objetiva-se encontrar elementos estilísticos escolhidos pelos *designers* para representar visualmente as posturas que as empresas adotam em relação a tendências.

Tendências e Design

Devido à notoriedade que as previsões de tendências alcançaram no mercado industrial, multiplicam-se empresas que captam os sinais da sociedade e transformam-nos em apontamentos sobre os possíveis e prováveis comportamentos futuros dos indivíduos. Essas pesquisas, chamadas pesquisas de tendências, iniciaram na década de 70, quando percebeu-se que, com a mutabilidade dos consumidores e do consumo, torna-se fundamental tentar compreender as pessoas e a cultura em que estão inseridas (FONTENELLE, 2004). Existem diversos institutos e empresas que se especializaram na área e, para partir à análise visual das tendências, foram escolhidas algumas dessas empresas de modo a elencar algumas tendências encontradas. Os critérios de escolha foram: nacionalidade – as empresas escolhidas não são dos mesmos países; acessibilidade às informações – a maior parte das empresas não disponibiliza os

resultados de suas pesquisas gratuitamente. Dessa forma, observando tais critérios, foram escolhidas a Future Concept Lab, da Itália, o Trendwatching, da Inglaterra e Holanda e a Box 1824, do Brasil.

O *Future Concept Lab*¹ é um instituto de Milão (Itália) que identifica macrotendências de comportamento e consumo. Estende suas pesquisas pela Europa, América e Ásia. De acordo com Tonetto (2009)², as principais macrotendências de consumo apontadas pela Future Concept Lab são:

1) Choice Excitement: Excitação da mente através da possibilidade de escolhas.
2) Pocket Experience: Experiência por meio de produtos pequenos e acessíveis.
3) Taste Empowerment: É a singularidade da experiência (experiência de consumo).

4) Moving Effect: Qualificação do contexto devido à aceleração do cotidiano. Com a vida agitada que se tem levado nas grandes metrópoles, com valores de efemeridade e transitoriedade, é necessário que se qualifique os pequenos momentos.

5) Surprising Endurance: É a surpresa persistente, isto é, a fabricação de produtos que são capazes de surpreender continuamente.

6) Fair extention: É a tendência que propõe mais ética nos projetos desenvolvidos pelas empresas. É a propagação da consciência social e ética.

7) Push-button expertise: Esta tendência diz respeito ao desenvolvimento de soluções tecnológicas a fim de entreter e de gerar conhecimento ao consumidor.

8) Expanded Environment: É uma das tendências mais comentadas atualmente e diz respeito à preservação e valorização do meio-ambiente. O que se propõe é o pensamento sustentável integral, desde o início ao fim do ciclo de vida de um produto.

*Trendwatching*³ é uma empresa europeia que observa tendências de consumo e divulga-as parcialmente de forma gratuita, ou de forma completa aos assinantes. Num reporte para o ano de 2009, o Trendwatching aponta algumas tendências principais:

1) Nichetributes (atributos para um nicho): encontrar benefícios nos produtos a fim de facilitar a vida dos consumidores de um nicho.

2) Luxyourny: tendência que diz respeito à definição de luxo. A diferenciação é almejada e é demonstrada como um fator capaz de personalizar e singularizar as

¹ <http://www.futureconceptlab.com>

² Anotações da autora na palestra de Leandro Tonetto, na ESPM Porto Alegre, 11 agosto de 2009.

³ <http://www.trendwatching.com>

pessoas, bem como é capaz de enquadrá-la em um determinado grupo social (Baudrillard, 1991) e pode, assim, ser considerada uma forma de luxo, por exemplo.

3) Feedback 3.0: formas de efetivar a “transparência” nas relações entre empresa e clientes. Trata-se, na verdade, da maior comunicação entre empresa e consumidor.

4) Econcierge: são soluções propostas por empresas que visam ajudar famílias a tornarem-se “verdes”, ou seja, a serem mais sustentáveis com o meio ambiente.

5) Mapmania: com a popularização dos GPS, os mapas popularizaram-se e ganharam espaço na divulgação de serviços e produtos.

Finalmente, a Box1824 é uma empresa brasileira que pesquisa tendências de comportamento e consumo que faz pesquisas de tendência direcionadas a determinados clientes. Sem ser específica a um cliente, no entanto, lançaram um vídeo, o *Cosmopolitan Tribalism*⁴, que aponta o movimento estético e comportamental vigente. Através desse vídeo, pretendem demonstrar um pouco do *Zeitgeist*⁵ da década, especialmente manifestada pela cultura jovem. Eles dividem as tendências encontradas:

1) *Icons & Concepts* (Ícones e Conceitos): Nesta primeira categoria, demonstram-se diversos pontos que se destacam e que influenciam o comportamento das pessoas atualmente. Citam: Dança, Celebração, Hedonismo, Pintura Facial, Padronagens tribais, Mudança de forma, Motivos coloridos, Geometria sagrada, Simbolismo.

2) *Cultural Expressions* (Expressões Culturais): Apontam conceitos e visualidades em voga, como: Totens, Ídolos, Primitivismo, Neo-psicodelia, Shamanismo, Rituais, Carnaval.

A fim de avaliar mais profundamente as decisões visuais que os *designers*⁶ tomam em seus projetos gráficos, foram escolhidas duas empresas que se destacam no país, tanto em termos econômicos, quanto em termos de peças e materiais de divulgação. Essas empresas, Grendene (através do produto Ipanema Gisele Bündchen) e Havaianas, são focadas no setor calçadista e, por fazerem parte do circuito da moda, obviamente seguem tendências e mudam seus apelos argumentativos e visuais com a chegada das novas estações.

⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=1ehpyJBtqc4>

⁵ *Zeitgeist* é uma palavra em alemão que, em tradução livre, significa *espírito do tempo*. Maffesoli (1995) defende que o *Zeitgeist* é como um medidor do clima (valores, comportamentos) da sociedade em determinado tempo.

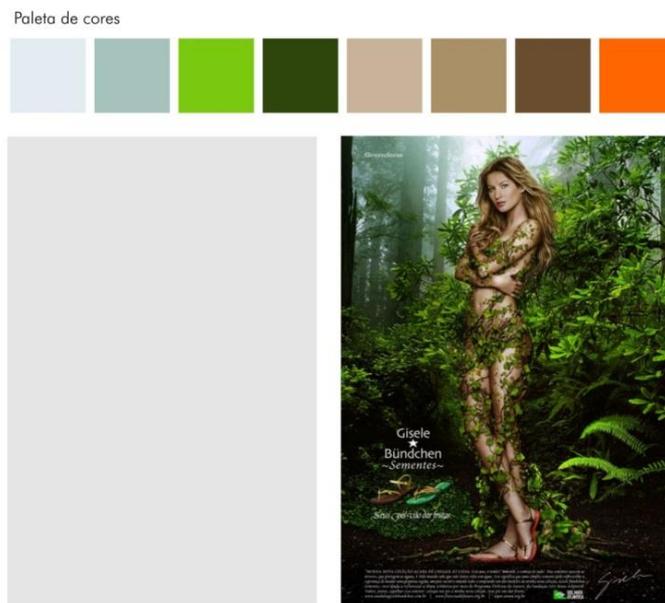
⁶ E também publicitários, diretores de arte.

A escolha das marcas para realizar o estudo de caso deu-se a partir do momento que, observando entrevistas com os sócios da Box 1824, foi possível determinar que a Grendene, cliente do *bureau* de tendências, segue algumas das macrotendências mencionadas (tendências ligadas a questões sócio-ambientais). A partir dessa decisão, encontra-se na Havaianas uma empresa que faz concorrência direta com a primeira.

A fim de aprofundar a análise das tendências transformadas em visualidades, elenca-se peças de quatro campanhas, sendo duas de cada empresa. Todas as peças analisadas são peças gráficas do estilo encarte de revista.

Sementes e Muita cor, muita vida – Ipanema Gisele Bündchen

A campanha Gisele Bündchen Seeds, veiculada em 2008, segue temáticas ambientais. O desenho das sandálias tem inspiração na flora brasileira e, segundo os comerciais televisivos, comprando a sandália ajuda-se a Mata Atlântica. As peças têm um apelo ambiental bastante marcante e explícito: Gisele Bündchen aparece rodeada e enlaçada por plantas. Há uma interação entre a modelo e o fundo, o qual reage a ela.



Paleta de cores e peça da campanha *Gisele Bündchen Seeds*

Tendência: É evidente a presença das questões sócio-ambientais na peça, especialmente evidenciando a preocupação com a natureza. A natureza em contato com a modelo, enlaçando-a demonstra a intensidade do vínculo entre GB e as questões ambientais. Além disso, Gisele misturando-se ao fundo, lembra a tendência Shape-shifting (mistura do plano da frente com o fundo) proposta pela Box1824.

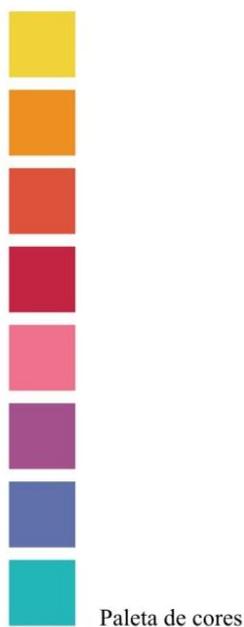
Muita Vida, muita cor – Ipanema Gisele Bündchen

A campanha “Muita cor, muita vida”, de 2009, utiliza referências de aquarela nas peças. Mas o foco não mudou: continuam os vínculos com instituições ambientais. Nesta última, desenvolve uma parceria com o Projeto Tamar e, dessa forma, dá prioridade a um visual leve e com referências marinhas. É uma campanha mais ousada do que a anterior por afastar-se um pouco do literal: a outra peça deixa mais explícita a intenção e a relação entre a Ipanema GB e as questões sócio-ambientais. Assim, deixa-se que outras sensações sejam despertadas no destinatário, o qual poderá perceber a leveza e a fluidez apresentadas nas peças gráficas. O produto ganha destaque, possivelmente por ter sofrido alterações – agora possui solado transparente. A combinação de tons, concede feminilidade à composição.

Motivos Coloridos - Box 1824



Muita cor, muita vida



Colorful Motifs (Box 1824), paleta de cores e peça da campanha *Muita vida, muita cor*

Tendência: A tendência à transparência (referências em *Feedback 3.0* e *Fair Extention*) é evidenciada. A temática socioambiental, outrora bastante explícita, fica subentendida: as referências são mais sutis. A campanha sugere, assim, que o consumidor interprete-a. A transparência surge através da aquarela, técnica em que a tinta é bastante aguada, fluida e translúcida. As sandálias, também transparentes,

reforçam a tendência. Como tendência visual, percebe-se a *Colorful Motifs*, apontada pela Box 1824, a qual, como o nome sugere, pressupõe o uso de abundância de cores.

Havaianas Ipê

A linha de Havaianas Ipê é a que possui maior apelo ambiental em seu argumento de venda entre as linhas da marca. É uma campanha de 2009 e uma parte das vendas é revertida em doações ao IPE (Instituto de Pesquisas Ecológicas).

Nota-se imediatamente a diferença de linguagem entre a Havaianas e a Ipanema. Enquanto a Havaianas utiliza uma linguagem visual mais descompromissada, mais lúdica para referir-se às questões ambientais, a Ipanema prende-se a uma imagem mais séria. Essa peça, assim como a maioria das produzidas pela Havaianas, é muito colorida.

Havaianas Ipê



Tótem - Box 1824

Peça da campanha Ipê e Totems (Box 1824)

Tendência: A sustentabilidade (*Expanded Environment*) é simples de identificar aqui com a utilização de animais e da floresta. O anúncio mostra animais como se fossem brinquedos de madeira sugerindo a questão ambiental. Além disso, há um compromisso, explicitado na peça, de doar parte das vendas das Havaianas à fundação IPE, ou seja, nota-se a tendência de compromisso social. Em termos mais visuais a peça utiliza referências do conceito de *Tótem*, apontado pela Box 1824. Tal tendência lembra as esculturas estilizadas e é também uma referência à *Toy Art*.

Havaianas Recortes Brasileiros

A Havaianas Recortes Brasileiros, de 2009, é uma campanha que não vende apenas um modelo das sandálias, mas sim diversos. Usa a temática brasileira como inspiração para criar as peças gráficas. A cor, a multiplicidade de formas, os recortes

remontam à identidade brasileira: com diversas culturas, inúmeras facetas, incontáveis referências. É uma peça com muitos elementos, totalmente preenchidas, e que, ainda assim, possuem certo equilíbrio – mas não áreas de respiro.



Peça da campanha Recortes brasileiros e duas tendências: *Neo-psychedelia* e *Colorful Motifs* (Box 1824)

Tendência: Há, nessa peça, um reforço da identidade brasileira: um clima tropical, praia, festas, cores, flora e fauna abundante. Como tendência conceitual e visual, apontadas pela Box 1824, encontra-se a Dança e música (através da Carmem Miranda), a Celebração e o Carnaval (que são lembradas por meio das cores e das formas). Além dessas, nota-se fortemente o *Colorful Motifs*, que é uma das tendências mais adotadas pela Havaianas e o *Neo-psychedelism* (referência a psicodelia), uma vez que as formas estão distorcidas, há um certo espelhamento, e o preenchimento é praticamente total.

No conjunto, pode-se concluir que as tendências são interpretadas de maneira bastante literal por ambas as marcas, permitindo, assim, reconhecer diversas tendências, apenas avaliando visualmente as peças. Tal afirmação pode ser aferida analisando os anúncios que enfatizam as questões socioambientais: a utilização de formas naturais, orgânicas, fotos e ilustrações de animais, de flores, árvores, e a utilização de cores que combinadas (verdes e tons terrosos), remetem à natureza.

Outras considerações interessantes dizem respeito ao posicionamento das marcas em relação aos seus produtos: enquanto a Havaianas enfatiza a sandália nos anúncios, sem utilizar modelos ou celebridades (em alguns casos os pés aparecem, no entanto não se consegue identificar a pessoa que veste o produto), a Ipanema dá destaque especialmente à Gisele Bündchen. Ora, como a Ipanema tem sua marca

assinada pela modelo, a utilização da Imagem de Gisele é inevitável: no entanto, eles priorizam a modelo ao produto, uma vez que, o corpo de Gisele normalmente é foco nos anúncios. Pode-se dizer que isto também é uma maneira de disseminar uma tendência (CALDAS, 2009, GLADWELL, 2009), visto que a modelo é uma celebridade de destaque, que encontra-se no topo da pirâmide hierárquica da sociedade (economicamente falando e em questões relativas ao poder que ela exerce em relação a população em geral) e é, claramente, uma pessoa capaz de influenciar os brasileiros.

Considerações finais

Todos parecem saber quais são as tendências e demonstram conhecer o que está por vir. A primeira – e talvez única – certeza deste trabalho é que tendências são fenômenos complexos de perceber e que podem mudar a qualquer instante, dependendo do contexto em que estão inseridas.

(arrumar!)E percebeu-se que a relação é absoluta: a cultura, o cenário atual econômico, a situação política, tudo que permeia e entremeia o cotidiano dos indivíduos influencia e é influenciado por tendências. Somente é possível encontrar tendências, se houver uma análise profunda e intensa de um determinado contexto em um determinado período.

A relação do *design* com tais conteúdos também é evidente: o *designer*, enquanto comunicador, enquanto um agente transformador e/ou perpetuador de significados e significações na sociedade, é capaz de transmitir e de disseminar ideias, sensações e valores. É capaz de transferir todo o pensamento de uma empresa para um público através de visualidades. Entender a vida social, o cotidiano, os indivíduos para os quais se está comunicando é, assim, essencial para que se estabeleça uma comunicação plena. Sobretudo, pode-se considerar que o papel do *designer* na propagação de tendências é bastante relevante, podendo ser, inclusive, um dos pontos-chave na disseminação. Isto porque o *designer*, além de ser influenciador, uma vez que coordena projetos e manuseia significados, é capaz de desencadear o criar uma fixação de conceitos e valores (GLADWELL, 2009). E, para isso, repete-se: é necessário conhecer e entender os indivíduos e a sociedade.

Apesar das diferenças entre metodologias e contextos culturais, encontram-se elementos comuns em todas as empresas que capturam tendências: cada uma delas reconhece a sustentabilidade e a responsabilidade social como tendências; todas notam que o consumidor deseja mais personalização, que ele não quer mais ser tratado como

massa (*mainstream*); notam que o luxo atualmente é mais associado à diferenciação do que à ostentação. Esses apontamentos são alguns reflexos dos tempos em que vivemos atualmente.

É interessante notar que para uma tendência apontada, surgem diversas narrativas, as quais envolvem estratégias específicas e totalmente diferentes umas das outras. Exemplificando com a tendência da sustentabilidade, notam-se diversas maneiras de explorar a temática, e diversas visualidades que acompanham tais narrativas, dependendo da ênfase que se deseja conceder.

Bibliografia

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1991.

CALDAS, Dario. Observatório de Sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

FONTENELLE, Isleide. Os caçadores do cool. Lua Nova Revista de Cultura e Política, n. 63, p. 163-177, 2004.

FURTADO, Beth. Desejos Contemporâneos: patchwork de tendências, idéias e negócios em tempos de paradoxos. São Paulo: Gouvêa de Souza & MD, 2008.

GLADWELL, Malcolm. O ponto da virada. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

MAFFESOLI, Michel. A contemplação do mundo. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

SILVA, Juremir Machado da. As Tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2003.

STIEGLER, Bernard. Reflexões (não) contemporâneas. Chapecó: Argos, 2007.

VILLAS- BOAS, André. O que é (e o que nunca foi) design gráfico. Rio de Janeiro, editora 2AB, 2003.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**Das palavras para as coisas: uma busca por sentimentos
do passado se reflete no consumo retrô**

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro

UEMG

rita_ribeiro@uol.com.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Das palavras para as coisas: uma busca por sentimentos do passado se reflete no consumo retrô

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro
Professora do Programa de Pós-Graduação em Design – PPGD/ED
Universidade do Estado de Minas Gerais
rita_ribeiro@uol.com.br

Resumo:

O presente trabalho pretende discutir as interações entre o consumo, a mídia, a publicidade e o design a partir de uma análise do consumo de objetos retrô, que vem se propagando nesse início de milênio. Nossa contribuição parte da discussão de conceitos como reflexividade da mídia, identidade, e novos hábitos de consumo que referenciam, ainda que de maneira indireta, o design dos produtos.

Palavras-chave: design retrô, consumo, mídia

Abstract:

This paper will discuss the interactions between the consumer, media, advertising and design from an analysis of the consumption of retro objects, which is being propagated in this new millennium. Our contribution of the discussion of concepts such as reflexivity of media, identity, and new consumption habits that reference, albeit indirectly, the design of products.

Keywords: retro design, consumer, media

A experiência do outro em mim

Se as pessoas querem trocar experiências, compartilhar projetos, ideias e fatos, eles devem torná-los aparentes. A aparência, a visibilidade, a divulgação dos fenômenos faz com que os homens tomem parte na mesma realidade. Viver com os outros requer referências concretas de que vivemos o mesmo mundo, o mesmo tempo.

A confirmação dada pelo testemunho do outro, mesmo que numa outra versão, num outro olhar, certifica-nos de que o fato aconteceu para “nós” e não só para “mim”. O mundo comum não é o da intimidade, dos pensamentos não mostrados, das emoções indescritíveis, mas, ao invés disso, é constituído pelo coletivo e pelas trocas essenciais para a construção e reformulação do senso comum.

Unidos diante de fatos que são comuns, os homens podem apresentar seus diversos entendimentos a respeito deles, construindo, assim, uma sociedade diferente a cada instante. O convívio, a experiência, a troca, as interações sociais são impossíveis sem este mundo comum,

pois é nele que as pluralidades podem se apresentar e elaborar o novo. O mundo comum é o lugar da pluralidade humana, na medida em que possibilita a cada um ver o fenômeno tornado público de uma perspectiva diferente e, assim, manifestar-se também de modo diferente sobre as coisas (BERGER; LUCKMANN, 2006).

Tal processo de reflexividade é importante na dinâmica social. Os conflitos e ideais sociais aparecem no cenário midiático e, mais frequentemente, na internet e retornam à sociedade, onde são reelaborados e, novamente, aparecem na mídia, e assim sucessivamente. A mídia e a internet apresentam-se, portanto, como esse espaço dinâmico, religando o sujeito ao coletivo, os grupos ao espaço público, os grupos a outros grupos. Assim, oferecem um rico mosaico de temas, atores e argumentos que compõem a sociedade numa dada época e torna-se imprescindível para dar uma ordem à complexa e fragmentada sociedade atual.

Os discursos que aparecem na mídia fazem parte de um processo de reflexividade social, e não podemos estabelecer um limite rígido para determinar o início das produções de sentidos. Tanto os comunicadores utilizam-se dos conhecimentos comuns que circulam na sociedade para abordarem um tema, como também os receptores absorvem e reelaboram conhecimentos, incorporando-os nas suas práticas cotidianas e, por vezes, modificando-a. Desse modo, lembramos que aqueles que produzem comunicação de massa são também receptores ao lerem jornais, ao assistirem televisão, ao ouvirem rádio, ao lerem livros e ao estabelecerem interações face a face. E os receptores dos produtos midiáticos têm acesso a várias fontes de conhecimento, e participam de diversas relações em ambientes distintos, onde elaboram múltiplos sentidos sobre a vida social.

Da mesma forma, os designers, enquanto produtores de artefatos que se inserem na sociedade são, ao mesmo tempo, receptores dessa informação que circula e produtores de sentido que se refletem nas suas produções, sejam elas gráficas ou de produtos.

A produção de bens e artefatos referencia-se, pois, nas construções de sentido realizadas pelos grupos, atores sociais, representantes do aparato estatal-administrativo, representantes do setor econômico, da sociedade civil, personalidades e anônimos, e é também referência para os processos coletivos de produção de sentidos. O design reflete as mudanças sociais e traduz suas demandas e sentimentos do momento em objetos que permeiam nosso cotidiano.

Contando com o suporte da publicidade e das produções dos meios de comunicação e da

internet, o design reflete os anseios sociais, estimula novos comportamentos e traduz em formas as palavras. Nesse início de século, observamos serem difundidos em setores cada vez mais amplos, os conceitos do design retrô. Artefatos, publicidade, novos hábitos que retomam velhos costumes espalham-se pela sociedade. Entender o movimento retrô é mergulhar nas angústias e anseios da sociedade do século XXI.

Os mecanismos do consumo pautados pela influência da mídia

O desenvolvimento tecnológico ocorrido no século passado foi determinante para as transformações em quase todos os campos. A produção de bens passa do conceito de utilitarismo e incorpora valores intangíveis. Hoje o indivíduo tende a se mostrar a partir dos objetos que possui. A concretização de identidades atrelada a produtos de consumo foi uma marca do final do século XX e continua presente, com toda força nesse novo milênio. A contribuição da mídia nesse processo é fundamental, pois ela incentiva comportamentos, dissemina modas e reflete a configuração da sociedade do consumo.

Como fruto do desenvolvimento capitalista, a mídia se transforma no canal ideal para a divulgação e instauração de novos produtos e também de novas formas de comportamento e necessidades que surgem motivadas pela publicidade. De certa forma, podemos compreender o crescimento do consumo como sendo também um reflexo desta mobilidade das estruturas midiáticas.

Entender como um processo comunicativo singular a relação que se estabelece entre o design, a publicidade e o momento sócio-histórico no qual são criados os objetos e produzidos os anúncios é buscar compreendê-lo na sua globalidade, pensando como as formas simbólicas presentes nos objetos e nos seus anúncios são permeadas pelo cotidiano e como, mesmo sendo assimiladas pelo consumidor como ficções, ou “propaganda”, dizem respeito à sua vida e aos valores disseminados nessa mesma sociedade.

Maffesoli ressalta a importância das construções simbólicas da ficção na vida cotidiana. Para o autor, o fictício permeia o real, tornando-o mais atraente. O elemento ficcional tem como sentido organizar um espaço vital, mediando a experiência cotidiana. Os meios de comunicação de massa, bem como a publicidade, nessa perspectiva são agentes nesse processo, contribuindo para uma construção simbólica mais complexa, capaz de interferir na forma como os sujeitos

localizam-se no mundo e constroem sua identidade, através das mais diversas referências.

Everardo Rocha (2001) aponta a publicidade como um espaço de bricolagem, no sentido de que esta se apropria dos mais diversos domínios. O autor afirma que o pensamento mítico também é composto como num processo de bricolagem, pois este se encontra limitado aos diversos repertórios construídos pela sociedade. Assim sendo, propõe uma aproximação entre o pensamento mítico e a publicidade. Para Rocha:

Ambos encontram na bricolagem uma forma comum de operação intelectual. Um anúncio se caracteriza como uma estória, uma narrativa, uma experiência. Sua expressão é de uma ideologia construída em cima de pequenos fatos do cotidiano que relacionam um produto a uma forma de “bem viver”, de prestígio e status.(...) Um anúncio pode ser lido como um mito, uma narrativa que circula em sociedade. Ou como ritual; experimentação e discurso sensível dessa sociedade. (ROCHA, 2001, p.59.)

O aspecto ficcional da publicidade pode ser responsável, inclusive, pela constituição das próprias formas como os indivíduos se organizam em seus laços sociais cotidianamente construídos que nascem em diversos momentos de um estímulo criado a partir dos produtos que a mídia veicula, sejam eles produtos tangíveis ou intangíveis. Seja nas manifestações da moda, ditadas pela mídia e que conformam e distinguem as mais diversas tribos urbanas, seja pelo status que o produto apresentado confere a seu possuidor, que o diferencia e o coloca em outra categoria de consumo. Se couber ao designer criar os produtos, caberá à publicidade criar a atmosfera mítica que confere a eles valores simbólicos que os tornam objetos de desejo.

As imagens e estereótipos presentes na publicidade definem modelos capazes de criar comportamentos, atitudes e até mesmo expressões idiomáticas que incorporam-se ao cotidiano das pessoas, possibilitando novas interações e conformando sua experiência do mundo. A publicidade aliada aos produtos midiáticos como a TV, o cinema, as revistas e a internet propiciam uma recriação do ideal de homem e mulher vendendo modelos de comportamento e produtos das mais variadas espécies.

O apelo retrô presente nas produções da mídia como filmes, novelas, seriados televisivos e nos anúncios publicitários como o do perfume Chanel n.5, reflete não apenas uma inspiração nos modelos antigos, mas uma busca também por valores sociais de outras épocas, pois no consumo, cada vez mais, estão presentes os marcadores dos valores e identidade do indivíduo.



Ilustração 1: anúncio do perfume Chanel n.5 (2010).

O consumo como fator de identidade

As identidades transitam por fronteiras, nem sempre demarcadas de maneira clara, pois os limites se confundem e as referências se misturam. A identidade conforma-se a partir dos vários papéis sociais que cabem ao indivíduo representar: seja nas relações familiares, no trabalho, com o grupo de amigos e outras mais que o integram a partir do consumo de determinado tipo de produtos.

Portanto, as novas identidades que emergem dos diversos processos sociais podem se caracterizar das maneiras mais diferentes, seja por gostos, por afinidades musicais, por times de futebol, por profissões, religiões, identidade sexual, determinadas a partir das relações que se estabelecem nas diversas instâncias onde os sujeitos transitam e por vezes, promovem novas associações. Um torcedor de futebol pode, ao mesmo tempo, ser fã de culinária grega e militar numa associação de bairro. Em cada momento ele possui uma identidade que o agrega a determinado grupo social, mas todas as identidades pertencem a ele ao mesmo tempo. O consumo também é considerado um dos fatores de identificação social.

Desta forma, o consumo é um processo cuja significação social está em proporcionar uma referência para a construção da identidade social dos indivíduos, posto que a posse dos produtos define a posição social do consumidor, tanto em relação aos seus pares quanto em relação à sociedade

como um todo. (PINHEIRO, 2004, pág.19.).

Ao entendermos o design como um processo de projetar e fabricar artefatos, a associação entre design e cultura permite-nos compreender parte dos mecanismos da organização social de uma determinada sociedade. A utilização dos artefatos criados pelo homem possibilita entender sua forma de estar no mundo, os valores e hierarquias sociais. Desde os primórdios da humanidade, alguns artefatos trazem atrelados a si, valores que lhes conferem um sentido para além do simples caráter utilitário. Assim, podemos interpretar esculturas sagradas, representações de santos, coroas que distinguem a realeza do homem comum.

Além do design de um objeto, também existe um componente pessoal que nenhum designer ou fabricante pode oferecer. Os objetos em nossas vidas são mais que meros bens materiais. Temos orgulho deles, não necessariamente porque estejamos exibindo nossa riqueza ou status, mas por causa dos significados que eles trazem para nossas vidas. Um objeto favorito é um símbolo que induz a uma postura mental positiva, um lembrete que nos traz boas recordações ou, por vezes, uma expressão de nós mesmos. E esse objeto sempre tem uma história, uma lembrança e algo que nos liga pessoalmente àquele objeto em particular, àquela coisa em particular. (NORMAN, 2008, pág.26.).

Além de conferir referências sentimentais, mais recentemente, com o advento da sociedade do consumo, são os objetos indicadores que apresentam a condição social do indivíduo. Ela pode se caracterizar desde bens de alto custo, como o último modelo de carro esportivo ou um novo modelo celular. O que importa é que o seu uso confere ao portador uma distinção entre os demais.

De acordo com Bell, as sociedades contemporâneas são caracterizadas por uma disjunção entre economia e cultura, entre trabalho e lazer. Isso sugere que, com base em ocupações e profissões, a população é diferenciada em classes sociais distintas cujos membros devem exibir identidades marcadas por tipos de atitude e comportamento característicos no local de trabalho. Fora da esfera econômica, as bases de estratificação são configurações culturais fundamentadas em estilo de vida, valores e conceitos de identidade pessoal e de gênero. As atividades de lazer, entre elas o consumo, moldam as percepções que os indivíduos têm de si mesmos e, para muitos, são mais significativas que o trabalho. (CRANE, 2006, p.44.).

Vivemos um momento sócio-histórico em que os artefatos ganham sentidos diferenciados, e fazem parte do cotidiano, não apenas como ferramentas de trabalho ou utilitários. Os artefatos agora interagem com o homem, que cria com eles laços de afetividade para além do simples valor

material. A utilidade dos produtos se estende a outros ramos que não o industrial, torna-se objeto de pesquisas e de constante evolução. Com a evolução da cultura de massas e da produção em série de bens de consumo, o design passa a considerar uma outra faceta: aquela que diz respeito ao conteúdo simbólico dos objetos.

O designer pertence a uma das categorias profissionais responsáveis pela elaboração da materialidade. Cada vez mais os produtos desempenham um papel mais expressivo na construção e estilo de vida do ser humano contemporâneo. (NIEMEYER, 2008, p.51.).

Ao criar objetos, o designer hoje interfere diretamente na constituição de produtos capazes de conferir identificação social a seus portadores. Um simples objeto como uma calça jeans carrega diferentes significados a partir de sua etiqueta de fabricação. Esses significados são constituídos, em grande parte, pelo discurso publicitário atrelado aos produtos, que criam valores simbólicos diferenciados, baseados no público-alvo aos quais eles se destinam.

Nesse sentido buscamos compreender como o design sendo um processo de criação ligado ao ambiente cultural cria novos conceitos, mas, ao mesmo tempo, reflete comportamentos que buscam uma afirmação das identidades dos indivíduos, frente às questões sociais que surgem atualmente.

A cultura é um dos fatores mais importantes a ser levado em consideração no planejamento de produtos e na definição de estratégias de marketing. Pelo fato de ser um elemento fundamental na vida do indivíduo em sociedade, muitos dos fracassos em marketing são explicados pela falta de sensibilidade na consideração da realidade cultural em que se encontram inseridos os consumidores. (PINHEIRO, 2004, pág.37.).

Percebendo os processos culturais que permeiam e mobilizam a sociedade, o designer pode criar objetos e conceitos que dialoguem com as necessidades e ansiedades dos consumidores. Assim pensando tomamos como referência as manifestações ligadas ao design retrô, tendência que vem se surgindo em diversos ramos do design, seja da moda ao design automobilístico. Esta tendência é, sem dúvida, reflexo do momento social que vivemos.

O design retrô e os processos de identificação social

Ao refletirmos sobre a sociedade do consumo, percebemos que somos levados, inevitavelmente a vivenciar com rapidez as situações e os produtos, para que estes cedam espaço aos novos produtos que virão. Assim para estar atualizados precisamos ter o mais novo modelo

de Ipad, viver conectados com celulares que acessam a internet em velocidades cada vez maiores. Bauman (2008) citando Eriksen apresenta o conceito de “tirania do momento”, como uma das características mais marcantes da sociedade contemporânea:

As consequências da pressa extrema são avassaladoras: tanto o passado quanto o futuro como categorias mentais são ameaçados pela tirania do momento... Até o “aqui e agora” é ameaçado, já que o momento seguinte chega tão depressa que se torna difícil viver no presente. (ERIKSEN *apud* BAUMAN, 2008, pág.134.).

A exigência do novo e a velocidade de descarte refletem-se não apenas nos objetos, mas nas relações sociais. As escolhas do consumidor pautam-se, por vezes, por atributos muito mais estéticos, do que pela funcionalidade e durabilidade dos produtos. No entanto, na contramão do movimento imediatista, começam a surgir outras tendências que propõem justamente a lógica inversa: a valorização do tempo, do desfrute e a volta de antigas tradições.

Mesmo nos objetos de ponta como os Iphone, o apelo retrô está presente, basta olhar os modelos das capas que começam a ser comercializadas:



Ilustração 2 capa para Iphone rádio transistor In: <http://blogdaretro.uol.com.br/?p=5446>. publicado em 17/03/2011.



Ilustração 3: capa para Iphone câmera fotográfica. In: <http://blogdaretro.uol.com.br/?p=5446>. publicado em 17/03/2011.

Ao se digitar num Ipad, o barulho que se ouve é uma reprodução do som das antigas máquinas de datilografia. Na maioria das máquinas fotográficas digitais, ao dispará-las, o dispositivo imita o som das máquinas mecânicas. Avançamos, mas sem querer nos desapegar dos valores e tradições antigas.



Ilustração 4: porta durex em formato de fita cassete. In: [http://www.rosamundo.com.br/Conteudo/ProdutoDetalhe.aspx?idProduto=00001753&modelo=PORTA_DUR_EX_FITA_CASSETE](http://www.rosamundo.com.br/Conteudo/ProdutoDetalhe.aspx?idProduto=00001753&modelo=PORTA_DUR_EX_FITA_CASSETTE). Consultado em 22/03/2011.

As mudanças podem ser observadas em vários espaços e movimentos sociais como o *slow food*, que resgata o prazer de comer e incentiva a produção artesanal de produtos. Também se percebe um retorno às tradições que tiveram a importância reduzida nas últimas décadas do século passado e hoje ganham contornos cada vez mais elaborados e sofisticados, como os casamentos e as festas de 15 anos. Estas são cerimônias tradicionalmente ligadas ao feminino. Um incentivo aos valores domésticos como o retorno das mulheres ao universo familiar também vem sendo percebido, principalmente em países do Primeiro Mundo. Esse retorno aos valores passados reflete-se na moda, que busca inspiração nas mulheres mais femininas dos anos 50, no design de produtos como o frigobar Brastemp Retrô e, com intensidade na indústria cosmética. Perfumes, produtos de maquiagem e de higiene pessoal buscam no design retrô uma referência aos tempos em que os artefatos eram elaborados com matéria prima mais natural, adequando-se às demandas ecológicas, mas também sugerem um retorno ao feminino.

Das palavras para as coisas: das atitudes aos objetos

A tendência ao retrô começou timidamente no início do século XXI e hoje está presente em produtos, desde a linha Betty Boop para crianças, até nos *gadgets* mais ousados. Esse retorno nos faz pensar em como a sociedade vem aceitando tantas mudanças e como os anseios por um tempo mais leve, em que a vida era vivida sem muita pressa, começam a tomar forma. O planeta

tem dado mostras mais e mais firmes de seu desgaste. O ser humano da mesma forma. O índice de doenças ocupacionais não para de crescer, as pressões da vida atual se aceleram, pois criamos os mecanismos que não mais nos permitem uma separação do mundo do trabalho daquele da vida doméstica.

A busca por objetos que nos remetem a um tempo em que os valores sociais eram mais claros, e até mesmo mais rígidos, espelha um descontentamento frente ao presente e ao futuro que se delineia. Os objetos dizem quem somos. O design traduz em formas as palavras presentes nas atitudes e em nossos anseios sociais. Se o retrô vem se confirmando em diversas tendências, esse é um reflexo de uma série de mudanças que vem acontecendo em nossa sociedade.

Quando as palavras se transformam em objetos, vale à pena olhar ao nosso redor, pois entendemos com mais clareza nossos limites e desejos. Como afirma Roudinesco (2007, pág. 125) “toda época organiza sua utopia, isto é, seu olhar sobre a loucura”. Se essas demonstrações de apelo ao retrô vão configurar mudanças de hábitos ou pensamentos, ainda é cedo para avaliar. No entanto, elas são um claro sinal de que estamos caminhando na procura de outras formas de nos relacionarmos com as coisas e as palavras. Para nós, já é um bom sinal.

Referências:

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Ed. Senac, 2006.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo – design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac-Naify, 2007.

<http://blogdaretro.uol.com.br/?p=5446>. publicado em 17/03/2011.

http://www.rosamundo.com.br/Conteudo/ProdutoDetalhe.aspx?idProduto=00001753&modelo=PORTA_DUREX_FITA_CASSETE. Consultado em 22/03/2011.

LUCKMANN, Thomas; BERGER, Peter L. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2006.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis: Vozes, 2001.

NIEMEYER, Lucy. Design Atitudinal: uma abordagem projetual. IN: MONT'ALVÃO, Cláudia & DAMAZIO, Vera (Orgs.). **Design, Ergonomia, Emoção**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. Pág.49-64.

NORMAN, Donald A. **Design Emocional**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

PINHEIRO, Roberto Meireles *et alli*. **Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Design se aprende fazendo: um catalisador de questões

Romulo Miyazawa Matteoni

PUC-Rio

matteodesigner@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Design se aprende fazendo: um catalisador de questões

Design learning by practice: multiple questions from one single answer

Matteoni, Romulo; Doutorando; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
matteodesigner@gmail.com

Resumo

“Design se aprende fazendo”? Tomando essa sentença como objeto de investigação, pretendemos neste ensaio discutir questões da epistemologia do campo a partir da observação e estimulação da frase. Acreditamos que, a partir de sentença tão repetida entre os agentes do campo, podemos fomentar as discussões que surgem da ação de “fazer Design” como forma de transitar continuamente entre teoria e prática.

Palavras Chave: Design; teoria e prática; epistemologia.

Abstract

"Design is learned by its practice"? Taking this sentence as an object of research, we intend to discuss issues of Design's epistemology based on the analysis of the sentence. We believe that through the oft-repeated sentence from among the field agents, we can feed the discussions that arise from the action of "designing" as a way to link theory and practice.

Keywords: Design; praxis and theory; epistemology.

“Design se aprende fazendo”: um tema

Poucas frases são mais marcantes no ambiente de ensino de Design que "Design se aprende fazendo". Muitas vezes, durante o curso, esta sentença é dita e repetida em diversos contextos e com intenções as mais variadas. Quem a ouve, dificilmente deixa de relativizar o peso das palavras e raramente este dito será citado em contextos de discussão acadêmica. No entanto, entendemos que a tal frase mereça ser atribuído o peso da tradição, da repetição que a torna corriqueira nos círculos do Design, imprimindo sua marca no ideário do campo e marcando a formação de qualquer designer.

A marca deixada merece ser estudada e a frase merece ser objeto de elaboração, pois ainda que a ela não se atribua um significado objetivo único, sua repetição é um sinal de uma cultura que se forma. A frase é marca também de uma série de intenções que vêm a reboque das situações em que é empregada. De um modo geral, sua aplicação em um diálogo remete a um sentimento de que maiores explicações - e, com elas, mais profundas reflexões - são supérfluas, um sentimento de especialização e de que (a) apenas a prática do Design por parte de um interlocutor pode dar legitimidade a uma observação ou (b) apenas a experiência pode ilustrar o que é fazer Design. No texto em curso, não propomos nos ater a uma situação empírica devidamente documentada. A análise não se desenvolve sobre o objeto em um uso específico ou como amostragem. A preocupação que impõe a presente análise centra-se mais em efeitos colaterais de seu uso, como o fechamento à crítica, a perda de rigor nas trocas teóricas com outros campos do saber, o abandono da discussão que busca o apuro da fundamentação do campo - permitindo que o resultado da intervenção do designer no real seja fruto incontestado de avaliações baseadas em gostos e modismos -, tentando evitar que o uso da frase impeça o necessário preparo argumentativo que embasa qualquer produção do Design, seja teórica ou prática.

Quando apontamos as questões decorrentes da frase não podemos esquecer que ela também denota algumas especificidades do campo. “Design se aprende fazendo” não mostra apenas uma atitude de fechamento do Design a observações externas ou incapacidade de lidar e discutir a complexidade do campo. A sentença denota também a motivação prática do campo. Seu viés orientado à experimentação contínua de soluções, ao mapeamento de cenários complexos e à constante busca na teoria e na empiria que fundamenta sua práxis também aparece pelo privilégio dado à ação de “fazer”.

Na tentativa de discutir as definições do campo, alguns estudam o Design a partir desse viés prático, observando como ele interfere no tecido do real. Dessa maneira, tenta-se formular uma teoria a partir do isolamento e categorização de partes constituintes de sua práxis. Seja tratando da qualidade dos problemas sobre os quais pretende agir, da natureza de seu objeto de conhecimento ou da categorização das soluções desenvolvidas nos projetos da área, é comum vermos a tentativa de produzir uma reflexão para discussão a partir dos resultados práticos da intervenção dos designers na realidade.

A definição da área pelas marcas deixadas na realidade torna-se complexa demais para ser tratada sem deixar lacunas ou sem gerar novos campos de indefinição. Se os problemas tratados possuem naturezas diversas, talvez o que especifique um problema do ponto de vista do campo não seja sua natureza material ou conceitual, mas sim a forma de defini-lo e de

tratá-lo. Se as soluções desenvolvidas se valem de processos de produção, materialidade e aplicação variadas - sendo tanto concretas quanto virtuais (quando não são planos de procedimento, metodologias, sistemas de regras) – talvez o que especifique uma solução de Design não seja sua confecção, mas o processo que levou a seu desenvolvimento. Se o campo não possui um limite definido, então, talvez o que tipifique o campo seja justamente tratar-se de uma atividade que opera calcada na flexibilidade e na dinâmica.

Com o intuito de lidar com esse campo de indefinição, muitos designers entendem que uma boa resposta é a experiência prática. “Design se aprende fazendo” parece apostar somente na prática como a melhor forma de compreender o que fazem os agentes do campo. A partir da experiência de fazer Design é que se compreende integralmente o que constitui o campo do Design – as competências, os objetivos, as formas de proceder, de definir questões e fundamentar soluções. Por conta disso, propomos neste ensaio a construção de um exercício, tomando como objeto de investigação a frase "Design se aprende fazendo". Ao examinar a sentença, pretendemos levantar e discutir questões epistemológicas do campo. O trabalho será baseado na exploração dos termos da frase como pontos de interseção que levam a diversas questões. Tão repetida entre os agentes do campo, essa sentença pode ser o ponto de partida ideal para lançar um olhar que mapeie e aborde algumas questões surgidas da maneira pela qual o designer transita entre teoria e prática, enxergando aí as especificidades da área. Apresentado o tema e contornado o problema, o que então podemos conhecer sobre o Design a partir desta frase?

“Design se aprende fazendo”: um objeto de análise

Examinando os termos usados na frase "Design se aprende fazendo", podemos observar, em cada um deles, pontos a partir dos quais projetamos questões relativas ao modo de conhecer e atuar do designer. Numa primeira análise, observamos que a sentença é um sistema, sintaticamente composto por dois períodos. Como objeto de investigação, a estrutura funciona como um sistema, onde um período se liga ao outro criando, pela interação, um valor para o conjunto. Na frase podemos reconhecer dois momentos de ação. O primeiro é representado pelo conjunto “Design se aprende”. O segundo, pelo verbo “fazendo”. "Fazer" é um verbo transitivo direto, ou seja, ele pede um complemento. Logo, "fazendo" o que? Pela exploração do conjunto compreendemos o verbo "fazer" como referência à ação do interlocutor que, com o objetivo de “aprender Design”, deve “fazer Design”. Temos aí as duas peças principais que constituem o sistema para investigação como catalisador de uma série de questões.

Estudando a primeira parte, "Design se aprende", partimos do princípio de que o Design pode ser aprendido. Se a disciplina pode ser aprendida, ela enseja um conjunto de ações, de métodos e de teorias que, reunidos, compõem o Design como objeto de conhecimento. Se o Design é algo que pode ser aprendido, é razoável supor que também possa ser ensinado. Como objeto de conhecimento, então, o Design possui uma série de condições que devem ser assimiladas ou desenvolvidas por quem aprende e demonstradas por quem ensina. A partir daí, entendemos que (a) há um conjunto de componentes que devem adquiridos -

demonstrados, compreendidos e reproduzidos -, para um aprendizado bem sucedido e que (b) esse conjunto de procedimentos, ações, técnicas e conhecimentos compõe um corpo teórico específico da área. Sendo assim, essa coleção é singular e caracteriza o que é o Design como uma entidade ou categoria e a diferencia de outras disciplinas. Isolados, os componentes podem ser parte do corpo de outra disciplina, mas, em conjunto ou cooperando, constituem o objeto aqui tratado.

Perrenoud (2001) entende “ações capazes de mobilizar habilidades, conhecimentos, informações, procedimentos, métodos ou capacidades para resolver situações postas” como competências. Com essa definição em mente, é possível afirmar que aprender Design demanda assimilar um determinado conjunto de competências. Sendo assim, quais seriam as competências esperadas de alguém que aprende Design?

O problema da definição de competências relativas ao "fazer Design" pode ser visto com um problema relacionado ao caráter interdisciplinar que está no cerne do campo. A definição de um núcleo para uma disciplina que se baseia no movimento entre disciplinas para fundamentar sua prática torna a organização das ações que compõem o "fazer Design" algo igualmente instável. Love (2002) detecta alguns problemas na área do Design relativos à falta de definição de um corpo teórico que fundamente o campo e sua ação transdisciplinar. Ele diz que a indefinição deste corpo resulta, entre outros problemas, em conflitos teóricos entre pesquisadores da área, especialmente entre aqueles que trabalham ligados a diferentes domínios associados. Love parece considerar que um corpo teórico unificado supriria este problema pela criação de uma base teórica única que fosse compartilhada por todas as pesquisas na área no Design. Assim, ele vê na ligação das pesquisas a disciplinas associadas um vetor de força que protagoniza o tratamento dos trabalhos e causa diluição e conflito da produção de conhecimento no campo por conta do vácuo criado pela ausência de uma fundamentação única do Design. Em 1978, Bomfim parecia enxergar a mesma problemática, observando que "após anos de debate sobre o que é Design só dispúnhamos de um núcleo muito pequeno de conceitos comuns, sendo muito largo o campo de indefinição" (Couto, 1997).

Para construir esse corpo de conhecimento unificado faz-se necessário, segundo Love, entender a relação firmada entre o Design e essas disciplinas, requerendo clareza na definição das fronteiras de cada uma. O autor mapeia nove áreas de pesquisa no Design, relacionando-as às seguintes categorias: Humanos, Objetos, Contextos, Interações Humano-Humano, Interações Objeto-Objeto, Interações Humano-Objeto, Interações Humano-Contexto, Interações Objeto-Contexto e Interações envolvendo Humano, Objeto e Contexto. Ele faz uso desta categorização para tabular as disciplinas auxiliares ao projeto em Design.

É na interação entre o Design e outras disciplinas que Love detecta a origem do problema da falta de definição do corpo teórico do Design. No entanto, entendendo essa dinâmica interdisciplinar como algo intrínseco ao campo, Love adota tal condição como ponto de partida para trabalhar a produção de conhecimento no campo. Assim, ele diz que o designer é alguém que usa habilidades de projetar orquestrando habilidades associadas, baseadas na necessidade prática de cada projeto. Love localiza então no uso coordenado de competências de outras áreas a própria competência específica do agente do campo do

Design. Em seu trabalho, portanto, Love vê na questão relacional o ponto-chave para definir a ação no Design, bem como o ingrediente que complexifica a própria problematização e fundamentação teórica do campo. O designer então é alguém usa de habilidades de desenho, composição, modelagem, cálculo, pesquisa, leitura, experimentação, entre outras, com o objetivo de trabalhar as interações entre homens, objetos e contextos de uso.

A partir da primeira parte da sentença, entendemos que o Design é uma disciplina que pode ser aprendida e ensinada. Logo, de um aprendizado bem construído espera-se que o indivíduo desenvolva um conjunto de competências projetivas para agir no campo. Entretanto, a frase é um sistema composto de duas ações, como vimos antes. O que a segunda ação pode nos propor como reflexão?

Voltemos nosso olhar para a segunda ação: "fazendo". Da ação aí sugerida vemos que o Design é algo que pode ser feito. Tomando o sistema composto pela junção das duas partes, temos que: para aprender Design, o indivíduo deve fazer Design. Fazer é um verbo que denota uma atividade prática. Bomfim (1997) destaca que o Design é um campo em que a prática antecede a teoria. Diz ele que "o desenvolvimento histórico da relação entre teoria e práxis, em que a práxis antecede a teoria, é característica comum a muitas áreas, como a arquitetura ou a medicina, que através de procedimentos experimentais chegaram, posteriormente, à consolidação de enunciados científicos". Bomfim entende que essa relação é uma característica do Design e que aplicar outros conhecimentos além da técnica para "antecipar no plano teórico e representativo concepções formais para problemas de projeto" está no centro da prática no campo. Temos então o designer como um indivíduo que projeta. E o faz pela conjugação de teorias e competências de vários campos com a finalidade de desenvolver uma solução prática para um contexto estudado. Mas quais são os métodos e modos de trabalho pelos quais o designer põe em prática as competências inerentes ao campo?

O designer opera através de projetos. É no projeto que o agente pesquisa, antecipa condições, conceitua problemas e desenvolve alternativas para experimentação. Projeto é um termo que agrupa um conjunto de ações orientadas para a resolução de um dado problema. Para Argan (1992), o projeto é um desenho concebido visando a uma execução técnica, sendo composto por uma série de momentos, que, influenciando um no outro, podem ser idealizados como camadas. Tendo sempre em vista a criação de algo que ainda não existe, em um primeiro momento o projeto é a análise e a crítica do existente, sendo que tal atividade demanda a categorização do existente para que, da observação organizada segundo a tipologia, pelas diferenças e semelhanças, se possa definir características que atendam a determinados requisitos do problema tratado. A partir dos resultados desta primeira reflexão, desenrola-se o segundo estágio, procedendo-se aí a construção da hipótese.

Argan destaca que o projeto, por sua concepção transgressiva, é um projetar contínuo. Sendo ligado à capacidade de projeção, de reflexão sobre o passado e antecipação idealizada do futuro, o projeto é uma crítica sobre a existência, baseado na premissa de que seu agente pode desenvolver uma melhor resposta a uma dada questão que as respostas já existentes. Logo, quem projeta, usa a imaginação para antecipar tendências e criar uma possível solução melhor. No entanto, ao concretizar tal solução projetada, ela deixa o domínio do futuro ideal e

passa ao domínio do presente real. Ao criar um objeto como solução, o designer realiza no projeto a redefinição de condições a partir da mudança na relação entre os sujeitos e os objetos, possibilitando a redefinição de um pelo outro. Neste caminho, ao ser posta em uso, a solução deixa o campo da imaginação, passando ao campo da história, sofrendo então novo processo de análise, crítica e proposição de nova solução. O processo de projeto então não encerra-se no seu objeto, mas o objeto, sim, passa a ser novo dado para o processo de projeto.

"Mas será que tenho o direito de determinar as condições de existência de gerações futuras?" (Argan, 1992, p. 160)

"Mas nós todos, quando projetamos, temos a necessidade de pensar a posteridade para a existência de hoje, para dar à existência de hoje uma dimensão a respeito do futuro." (Argan, 1992, p. 160)

Historicamente, entretanto, se o designer atua através de projeto e se a área tem uma difícil conceituação, é possível que aí esteja a raiz de um problema de definição muito comum. A difícil conceituação da área e seu marcado viés prático viabilizam a confusão entre Design (o campo) e seu método de operação (o projeto). Papanek (1984) traz um bom exemplo deste problema.

"All men are designers. All that we do, almost all the time, is design, for design is basic to all human activity. The planning and patterning of any act toward a desired, foreseeable end constitutes the design process. Any attempt to separate design, to make it a thing-by-itself, works counter the fact that design is the primary underlying matrix of life. Design is composing an epic poem, executing a mural, painting a masterpiece, writing a concerto. But design is also cleaning and reorganizing a desk drawer, pulling an impacted tooth, baking an apple pie, choosing sides for a backlot baseball game, and educating a child." (Papanek, 1984, p. 3)

Ainda que enseje no texto características fundamentais do fazer do Design, na tentativa de qualificar o pensamento da área como algo fundamental para a vivência humana, o autor acaba impossibilitando a definição do campo. Isto porque o texto apresenta uma confusão entre a disciplina e suas condições de realização. Planejamento, propósito e execução não são condições específicas do campo do Design, mas podem ser encontradas no modo pelo qual a prática do Design se dá: o projeto e o projetar.

Para Argan (1992), o conceito de projeto é posicionado de outra forma. Ele não se aplica a uma área específica do saber. Liga-se à cultura moderna. Segundo o autor, nesse momento histórico, a cultura do projeto aparece em substituição à cultura do modelo, pontuando aí que o modelo é fruto de imitação e reprodução, contrastando com a natureza transgressora do projeto. O autor entende que o projeto é um método que manifesta-se em todas as atividades da cultura humana. Portanto, ainda que o Design se utilize do pensamento projetual, ele não está aí inscrito: nem todo projeto é de Design e Design não é apenas projeto.

O projeto é o modo pelo qual o designer conecta a fundamentação teórica à realização prática. Ainda que não circunscreva o Design, a idéia de projeto é fundamental para o campo, por ser através desta arena que o designer realiza sua intervenção sobre o real. Se o Design não se define apenas pelo projetar, ele tem aí seu caminho de execução. Mas há algo nesse percurso que seja específico da área?

Cross (1982) entende que o designer tem um modo de conhecer. Este modo específico tem relação íntima com sua forma de operar teoria e prática e de realizar tal operação a fim de buscar uma melhor definição dos problemas tratados. Se o designer tem um modo de proceder na busca por soluções, teria ele também um modo particular de definir os contornos de seus problemas? O entendimento deste percurso de operação do designer pode ser um importante dado para responder ao problema levantado por Love, encontrando na qualidade de seu modo de conhecer subsídios para um corpo teórico unificado do Design.

Em artigo de 1982, Nigel Cross pretende demonstrar que o Design se constitui numa terceira área de educação, sendo as outras duas, educação em ciências e educação em artes ou humanidades. Tais áreas, em seu ponto de vista, são culturas que estruturam o sistema educacional britânico. Enxergando a área do Design como um novo eixo, o autor propõe a reflexão sobre quais benefícios a inserção do Design na grade curricular traria. Ele observa que o Design se diferencia das outras áreas por tratar de um objeto específico (o mundo construído pelo homem), por ter um método próprio (modelagem, formação de padrões e síntese) e um conjunto de valores único (praticidade, ingenuidade, empatia e uma preocupação com a relação de conformidade entre o que produz e o destino de produção). Este terceiro eixo, para o autor, pode também ser definido como tecnologia, entendida aí como a síntese do conhecimento e habilidades oriundos das ciências e das artes com o propósito de realizar tarefas práticas.

Em seu trabalho, Cross também mapeia os obstáculos que separam a projeção construída no texto da inserção na realidade. Para ser implantado de forma geral, o Design não pode ter a orientação técnica fundamentada na experiência prática que ele detecta nos cursos de ensino de Design. Um programa não orientado pela técnica ou vocação, ou seja, não destinado à especialização, baseado nas especificidades do olhar do designer sobre os problemas é a única condição que pode realizar o objetivo de servir à educação geral. Pela tradição, segundo o autor inglês, os professores de Design são profissionais do campo que compartilham seu conhecimento e habilidades a partir da experiência baseada na atuação dos alunos como designers em projetos simulados. Sob sua orientação, os estudantes em Design vão compreendendo pela prática o que é fazer Design. Sendo assim, Cross considera que, pelo modelo, os professores dos cursos de formação cumprem mais o papel de designers orientadores que de mestres em si.

Nosso interesse principal, no entanto, concentra-se no modo particular de conhecer por parte do designer. Cross diz, a partir de uma experiência, que, enquanto pessoas do campo das ciências estudam uma questão a partir de uma estratégia centrada no problema e na descoberta de uma regra que o rege, pessoas do campo do Design adotam uma estratégia focada no desenvolvimento de soluções para o problema apresentado. Deste modo, o agente da área produz soluções que podem satisfazer condições do cenário definido, em vez de buscar um sistema que possibilite a geração de uma única solução de excelência. Assim, o designer gera soluções não definitivas que ajudam a contextualizar o problema tratado, apontando para um desenvolvimento de melhores soluções. Logo, os cientistas resolvem os problemas pela análise e os designers pela síntese.

Mas não é apenas o modo de proceder para conhecer que difere o designer. Segundo Cross, os problemas tratados pelo Design são de uma natureza diferente dos problemas tratados pelas ciências. Considerados problemas mal estruturados ou complexos, eles não trazem em si toda a informação necessária para sua resolução. Para esse tipo de problema, não há uma única solução tida como correta, pois não há um caminho singular que satisfaça todas as condições que incidem sobre o problema. Sendo assim, não há uma validação definitiva, mas pequenas validações que acontecem a partir do estímulo criado pela geração de soluções satisfatórias, gerando novo conjunto de dados que permitem o refinamento ou a reconstrução de hipóteses. Assim, no modo de atuar do designer, o foco é lançado na possibilidade de extrair dados a partir de tentativa de solução. Como vimos com Argan, a continuidade é uma condição do trabalho do designer.

Até o momento vimos que o Design é um objeto de conhecimento que pode ser ensinado e aprendido. Também vimos que, de acordo com a frase, para ser aprendido ele deve ser praticado, o que motivou a busca de uma definição sobre o que configura a prática do Design. Vimos que o designer possui um modo específico de tratar os problemas e que seu modo de buscar soluções, realizando a síntese teórica e prática, se dá através do projeto em Design. Mas, se entendemos que o Design pode ser matéria para tantas ações, olhares e modos de produzir e conhecer, talvez seja importante, agora, discutir que matéria é essa que se presta a ser aprendida e praticada? Em outras palavras, o que entendemos por Design?

A busca por uma definição do Design não deve ser confundida com a busca de uma dicionarização do termo. Tal objetivo é restritivo e pouco afeito à pluralidade do campo. No entanto, esta discussão tem um propósito que se encerra menos num resultado e mais num caminho de fundamentação. Agindo epistemologicamente como age o designer no mundo, o caminho serve para propor visões e buscar um apuro científico do campo. Afinal, se não há algum tipo de fundamentação ou apuro teórico, como diferenciar o "fazer Design" de qualquer solução prática de problemas? No caso do presente artigo, esta procura tem como objetivo assentar um horizonte, criando indícios sobre o que é esta matéria que estamos trabalhando.

Muitos antes tentaram problematizar o campo. Buchanan (1992) ergue um conceito-base para o campo, entendendo o Design como "atividade projetual de criação, recriação e avaliação de objetos, presente no cotidiano das pessoas, assumindo diversas formas e operando em diferentes níveis" (Couto, 1997). Segundo o autor, designers exploram integrações concretas para o conhecimento que vão combinar teoria e prática com novos propósitos produtivos. Ele organiza a produção em Design nos seguintes eixos: (a) comunicação simbólica e visual, (b) objetos materiais, (c) atividades e serviços organizados e (d) sistemas complexos ou ambientes para vivência, trabalho, diversão e aprendizado. Como Cross e Papanek, Buchanan acredita que todos os homens podem se beneficiar de um conhecimento precoce sobre as disciplinas de Design. Para ele, o pensamento de Design traz um padrão sistemático de invenção que não se baseia na categorização de objetos ou idéias, mas no seu reposicionamento. Este pensamento, então, permite ao designer trabalhar soluções baseadas não no redesenho de um objeto da mesma categoria, mas na utilização de uma entidade de outra categoria ou natureza para operar as ações necessárias à solução ou à uma

definição mais detalhada do problema. O reposicionamento de um objeto, diz ele, dá contexto e orientação ao pensamento, mas sua aplicação como uma solução em novo cenário gera uma nova percepção da questão e fornece um novo caminho a ser explorado. O Design, então, é campo de invenção e de requalificação de valores a partir da relação ensejada pelo resultado prático de uma inovação teórica.

Buchanan e Cross identificam uma riqueza do Design na forma de trabalhar os problemas. Para eles, a relação teoria e práxis que mobiliza o "fazer Design" possibilita ao designer explorar o problema pela inserção de dados gerados na busca de solução. Deste modo, um projeto em Design trabalha a criação de estímulos a um dado contexto para melhor entender seu funcionamento.

Bomfim (1997) destaca uma relação como raiz do campo: a relação entre objeto-sujeito. O autor escreve:

"O design seria, antes de tudo, instrumento para a materialização e perpetuação de ideologias, de valores predominantes em uma sociedade, ou seja, o designer, conscientemente ou não, *re-produziria* realidades e moldaria indivíduos por intermédio dos objetos que configura, (...)." (Bomfim, 1997, p. 32)

Para ele, o campo de ação do Design é o da configuração de objetos. A configuração representa tanto o processo (projeto de configurar algo) quanto o seu resultado (a figura elaborada). A relação aqui explorada é a do objeto como entidade que supõe a existência de um sujeito assumindo que, desta interação, objeto e sujeito se transformam. Assim como Love, Bomfim vê na relação entre sujeito, objeto e contexto o ponto central da existência do Design.

Rita Couto (1997) adiciona um novo dado à definição do campo do Design. A autora trabalha em consonância com outros autores no que tange à dupla transitividade do Design, considerando esta uma atividade (a) de premissa prática, mas baseada na constante dinâmica teoria e práxis, e (b) de caráter interdisciplinar, fruto da apropriação de teorias de campos associados para alimentar esta dinâmica. No entanto, detalhando esta busca, Couto recorre a uma categoria já mencionada por Cross, mas agora como parte fundamental da epistemologia do campo. Entendendo que a transitividade do Design é algo que suplanta a categorização do Design como Arte ou Ciência, ela localiza no viés tecnológico o mais preciso posicionamento do campo.

Definindo tecnologia como "um conjunto organizado de conhecimentos - científicos, empíricos ou intuitivos - pronto para ser empregado na produção e na comercialização de bens e serviços" (Couto, 1997), a autora considera "adequado definir o Design como uma tecnologia, um corpo organizado de conhecimento, com status de disciplina, que pode ser ensinado através de uma estrutura curricular adequada" (Couto, 1997). Ela destaca que em sua produção o Design não deixa de recorrer tanto a componentes da Arte, como a Estética, quanto a componentes da Ciência, usando "conhecimentos científicos disponíveis para conferir desempenho funcional adequado aos objetos e sistemas materiais que concebe" (Couto, 1997). Para ela, o Design utiliza enfoques metodológicos diversos, constituindo-se

por suas especificidades como disciplina do campo da pesquisa de desenvolvimento e tecnologia operativa.

Como Cross, Couto recorre à tecnologia para resolver um nó fundamental da discussão. Entre todos os autores, um obstáculo central ao posicionamento do Design junto aos outros campos do conhecimento parece ser a conjunção realizada pelos designers, operando conceitos teóricos de diversas áreas e dados empíricos fornecidos pela vivência e experimentação de soluções com o objetivo de desenvolver soluções novas para determinada questão. A intuição, intimamente ligada à criação artística, em momento nenhum é descartada. Mas apenas a intuição não torna possível o desenvolvimento de um projeto em Design, uma vez que o fruto daquele momento criativo deve ser posto à prova tanto em relação ao contexto do problema, quanto, antes, em relação à sua possibilidade de concretização. Para tanto, a intuição pode ser um momento importante na definição de um objeto, mas não será definitivamente seu momento final. Vemos assim, que aquilo que define o Design é também um dos maiores obstáculos ao estabelecimento de uma Teoria do Design.

“Design se aprende fazendo”: concluindo uma análise e iniciando questões

Como outros autores, Couto não pôde deixar de considerar o propósito prático do campo ao tentar posicioná-lo junto a outros campos do conhecimento. A consonância se dá justamente na ponte construída entre conceitos, contextos e o real. O Design não parece existir sem ser feito. Mas não pode ser feito sem ser teorizado. Para aqueles que enxergam na conjugação entre o protagonismo da prática e a instabilidade dos contornos do campo – de natureza interdisciplinar, marcado pela dupla transitividade – a impossibilidade do encontro de uma fundamentação básica da área, Bomfim (1997) levanta um ponto importante: se a discussão por uma teoria é utópica, uma prática que concilie teorias de vários campos também será, pois, sem uma teoria que a fundamente, como estabelecer limites que diferenciem a produção em Design do senso comum? É nesse risco que incorre Papanek na citação anteriormente destacada. Existe uma diferença entre o reconhecimento da premência da prática e o abandono da construção de uma teoria. Existe uma diferença entre estipular para o campo um contorno marcado pela flexibilidade - fruto da visitação constante a teorias de outros campos com o objetivo de fundamentar a prática - e apagar seus limites. Pois como estabelecer então o que é a prática do Design e o que não é? Como validar a interação teórica feita com outros campos se não há uma base para a discussão e troca interdisciplinar?

Se parece haver um acordo em torno do campo de ação do Design, a forma particular de realizar o encontro entre teorias de vários campos em sua práxis é por vezes vista mais como um obstáculo à definição do campo que como uma qualidade que o diferencia. O problema de indefinição, detectado por Love e Bomfim, tende a aproximar o Design dos campos teóricos com os quais interage para fundamentar sua produção. Assim, o vácuo da discussão de uma teoria do Design acarreta problemas profundos para o campo. Pois se não pensamos o que é Design acabamos permitindo que outros campos entendam o Design como aplicação de suas teorias. Se não pensamos o que é Design, permitimos também que o mercado e a sociedade preencham este vácuo pela equivalência do Design aos produtos projetados.

Esta visão que distorce o campo constrói-se sobre a práxis como condição que suprime o corpo teórico do campo. Observando a frase à luz das definições levantadas, uma condição ganha destaque. Rita Couto destaca que o Design é uma disciplina que pode ser ensinada, mas condiciona isso a uma estrutura curricular adequada.

Certamente é um desafio do campo estruturar adequadamente seu currículo. Isto por ser uma área onde a produção se dá pela visita a outros campos teóricos, onde a experiência prática é fundamental. Entretanto, a experiência, ainda que seja condição básica para o aprendizado do Design, não pode apagar a necessidade de um preparo rigoroso para lidar com o conhecimento trazido de outras áreas. Bomfim (1994) reforça essa condição ao dizer que "o design é essencialmente uma praxis, mas, ao contrário da arte e do artesanato, uma praxis que procura seguir princípios de diversas ciências na determinação da figura dos objetos". Ele mapeia então as áreas agregadas ao currículo do curso de Design historicamente, encontrando seis grandes grupos: conhecimentos gerais sobre filosofia, política, história, comunicação, legislação, ecologia, etc.; conhecimentos relacionados a tecnologias de fabricação e materiais, planejamento e administração da produção, marketing, etc.; conhecimentos que abordam o processo de utilização, incluindo aí disciplinas como ergonomia, psicologia, sociologia, etc.; conhecimentos sobre planejamento e criação da forma, como metodologia, teoria da forma, teoria da cor, entre outros; conhecimentos sobre meios bidimensionais e tridimensionais de representação, sendo estes conhecimentos sobre linguagens e comunicação; conhecimentos instrumentais deduzidos da física, matemática, química, etc., funcionando como ferramentas auxiliares aos demais conteúdos.

Pelo levantamento, vemos a intenção de desenvolver um profundo embasamento teórico como forma de preparar os designers. Ainda assim, sem uma discussão sobre a fundamentação teórica básica da área, como garantir que o aproveitamento de tal interação interdisciplinar não se torne algo gratuito ou sem um propósito que a fundamente? Assumindo somente que "Design se aprende fazendo" podemos incorrer no erro de perpetuar uma leitura superficial de outras teorias, que abarque tão somente o conhecimento de suas linguagens em detrimento de seus conteúdos.

Tomando a frase como ponto de interseção, exploramos diversos caminhos que nos permitiram discutir sobre o campo. O "Design se aprende fazendo" revelou que o Design é uma disciplina tecnológica, que pode ser ensinada e aprendida, que se realiza nos projetos e que tem como objetivo realizar a interação entre objetos, sujeitos e contextos. Seu agente ideal reúne uma série de habilidades sob competências projetuais – regendo competências associadas. O campo tem um viés interdisciplinar e eminentemente indutivo e experimental. A extrapolação da frase permitiu o levantamento de uma série de reflexões, permitindo uma redefinição do problema inicial. Em resposta, vimos que o problema da discussão talvez centre-se na tentativa de produzir um instantâneo de um campo que possui no movimento sua maior qualidade.

Argan constrói uma profunda reflexão filosófica sobre o conceito de projeto. Se este é a arena de prática do Design, então ele é objeto de reflexão. Se podemos refletir sobre a prática e se o próprio conceito de projeto, segundo o autor, parte de uma reflexão sobre o presente para projetar o futuro, então "fazer Design" unicamente não garante o "aprender Design".

Vendo pelo prisma do campo, se o projeto em Design se vale da reunião de conhecimentos de vários campos para possibilitar o entendimento de técnicas e materiais para produção, atitudes e expectativas dos sujeitos (que produzem e que consomem), interação entre o sistema de consumo e o contexto de consumo, antecipando as condições de produção, circulação e descarte e a análise dos usos feitos, como realizar o Design sem pensá-lo? Tudo isso requer reflexão, rigor na busca de dados e na organização dos mesmos para criar soluções que lidem com problemas complexos. Sendo assim, acreditar que o Design se encerra na prática é perder uma das riquezas do campo, que é justamente não se concentrar num pólo ou noutro, mas sim no trânsito entre eles. Ao amputar um dos pólos, perde-se a ponta do vetor que é o Design, apontando pelo seu movimento para novas possibilidades de conexão entre os saberes e o real.

Referências

ARGAN, G. C. **A história na metodologia do projeto**. Revista Caramelo. Nº 6. FAU/USP. São Paulo, 1992.

BOMFIM, G. **Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação**. Estudos em Design. Ano V, vol. V. Rio de Janeiro, 1997.

BOMFIM, G. **Sobre a possibilidade de uma Teoria do Design**. Estudos em Design. Ano II, vol. II. Rio de Janeiro, 1994.

BUCHANAN, R. **Wicked problems in Design Thinking**. In.: The Idea of Design. Cambridge: MIT Press, 1995.

COUTO, R. M. S. **O Movimento Interdisciplinar de Designers Brasileiros em Busca de Educação Avançada**. (Parte I, Capítulo I). Tese de Doutorado. Departamento de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 1997.

CROSS, N. **Designerly ways of knowing**. Design Studies. Vol. 3, nº 4. Inglaterra, 1982.

LOVE, T. **Constructing a coherent cross-disciplinary body of theory about designing and designs: some philosophical issues**. Design Studies. Nº 23. Inglaterra, 2002.

PAPANEK, V. **Design for the real world – Human Ecology and Social Change**. 2ª ed. Chicago: Academy Chicago Publishers, 2000.

PERRENOUD, Philippe. **Não há competências sem saberes**. Pátio – Revista Pedagógica, Porto Alegre: Artmed Editora, nov. 1999/jan. 2000.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Guimarães Rosa e os sulcos da aletosfera

Sérgio Felipe de Lima Lage

Caixa de Ferramentas Curso Livre de Psicanálise e Ciências
Sociais

lagesergio@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

“Guimarães Rosa e os Sulcos da Aletosfera”

Esse título provém de um experimento que viemos realizando ao longo de 2010. Surgiu de uma inquietação: a premência em articular o que experimentamos e praticamos na clínica psicanalítica com outras produções da interação humana, tanto no campo das artes quanto no campo das ciências sociais.

Psicanálise e *design* podem considerar-se contemporâneos: práticas relativamente jovens, ambos são filhos da modernidade, em suas promessas e em seus impasses. Nasceram a tempo de viver o trauma da Grande Guerra, e sobrevivem num mundo transformado, portadores das sementes modernistas. Seu papel social é necessariamente controverso: *pró* ou *contra*, só conseguirão se representar diante da atualidade se puderem obter pistas seguras sobre o mundo de hoje. Em outros termos, nenhuma teoria pura do *design* ou da psicanálise será capaz de dar conta da dimensão propriamente *ética* de suas práticas. Já iniciado o século XXI, nos parece que tanto o *design* quanto a psicanálise precisarão nutrir-se de suas fronteiras.

**

“A estória não quer ser história. A estória, em rigor, deve ser contra a História. A estória, às vezes, quer-se um pouco parecida com a anedota.”¹

Abertura do ‘Tutaméia: terceiras estórias’

Sabemos que o século XX constituiu-se como um tempo não só de crise dos enquadres tradicionais e clássicos do pensamento e da representação, mas de redefinições de relações e de campos. Foucault terá sido talvez o grande teorizador dessa contemporaneidade. Define-se mais como um historiador do que como um filósofo. Sente, desde o início, que as categorias, as palavras, os rótulos, as repartições, as divisões e as divisórias disponíveis para o

¹ JGR, Tutaméia, abertura do 1º prefácio: Aletria e Hermenêutica.

pensamento não dão conta do que o próprio pensamento já pôde descortinar. Ciente de que o enquadramento de uma ‘História do Pensamento’ nos moldes tradicionais não daria conta da tarefa que se impunha tanto à filosofia quanto à história no século XX, recorre a palavras de outras origens. Evoca, como fez Freud, a *arqueologia*, para nomear seu método historiográfico. Seguindo a pista de Nietzsche, fala em termos de uma *genealogia*, para dar conta das transformações dinâmicas das práticas e dos saberes. Busca redefinições. Tem a clareza de que o solo epistêmico (o que chamou, nas ‘Palavras e as Coisas’ de *episteme*, denotando o conjunto de práticas de saber que coordenam a ação humana), determinando não somente a forma do pensamento, mas, acima de tudo, o que é *pensável* num dado momento, não é transparente nem totalmente acessível. Pois o homem longe de ser um universal, invariante, é, ele mesmo, uma figura da *episteme*.

Foucault localiza em Nietzsche, Freud e Marx os indícios de que houve uma mudança substancial no solo epistêmico: através de um novo agenciamento da função da *interpretação*, o que era apenas impensável mostra-se passível de representação²: o que se interpreta são *hieróglifos*, que têm, também eles, valor de interpretação. Teríamos então adentrado uma nova *episteme*? Falsa pergunta, e impossível de se responder: pois é apenas depois que se mostra possível pensar com Nietzsche, Freud e Marx que se pode conceber a própria idéia de *episteme*. Esse deslocamento é importante, na medida em que assinala que sempre haverá, para todo tempo, o impensável correspondente. A idéia de *episteme* implica, em primeiro lugar, que vivemos imersos em dispositivos historicamente constituídos de produção de saber e de representações, e que, para isso, não há saída (a não ser agir historicamente); em segundo lugar, que os esquemas formais de apreensão da realidade, construídos, eles sim, na História - com agá maiúsculo - da filosofia deixam necessariamente muita coisa de fora: pois, para além do Pensamento Oficial se estende o campo da representação.

N’As Palavras e as Coisas Foucault estabelece que a dupla tarefa que se impõe ao pensamento moderno consiste em, por um lado, articular uma ontologia com uma lógica, e por outro, conjugar as dimensões do tempo e do sentido. No primeiro caso reconhecemos diversas

² Cf. *Nietzsche, Freud, Marx*.

formas modernas da filosofia. No segundo, as questões ligadas à História e à linguagem. Estes dois vetores definem, segundo Foucault, o domínio da *interpretação*³.

Ora, Nietzsche, Freud e Marx serão artífices dessa nova forma de pensar, praticantes de uma atividade interpretativa que tornou-se possível a partir do solo epistêmico presente no que chamamos de modernidade. Neles, as repartições tradicionais entre história e filosofia já não funcionam tão bem. Também os limites pré-estabelecidos para o campo do real não permanecem intactos. De fato, os três homens abrem o século XX demonstrando a insuficiência do real representado pela filosofia clássica quanto à possibilidade de interpretação do mundo. A partir deles é possível estabelecer um critério de verdade ligado à eficácia *histórica*: uma interpretação é tão verdadeira quanto sua capacidade de modificar o estado de coisas. Em contrapartida, apresentam a abundância do que vinha ficando de fora das considerações quanto ao real: a violência das determinações econômicas, em Marx, os interesses viscerais indissociáveis de qualquer possibilidade de pensamento, em Nietzsche, o inconsciente para além do sexual e recalçado, em Freud.

O que Foucault faz aparecer com clareza, desdobrando o que aprendera com Nietzsche, é que, na modernidade, a filosofia e a história não podem mais ser concebidas como atividades autônomas: estão radicalmente imbricadas. Nenhuma ontologia, nenhuma lógica, pode *não* se colocar a questão do tempo e do sentido, portanto, evitar rebater-se na dimensão da história. A História, por sua vez, não pode dispensar a crítica de sua prática, sob pena de perecer diante da naturalização de seus achados.

Nietzsche mostrou à filosofia a necessidade de uma renovação radical, trazendo escândalo aos enquadramentos já estabelecidos. Marx fez valer a sua tese nº 11 sobre Feuerbach (“Os filósofos têm apenas *interpretado* o mundo de maneiras diferentes; a questão, porém, é *transformá-lo*”): Suas idéias mostraram-se capazes de sustentar a ação política, em diversos níveis, tornando-se um vetor histórico de grande magnitude. Já Freud fundou uma *praxis* interpretativa da singularidade subjetiva, visando esse homem atravessado pelas pulsões, elementos vivos que carregam para a vida humana os sedimentos da história.

³ Cf. *As Palavras e as Coisas*, cap. VI, item VIII.

No nível da teoria, Foucault visa a singularidade das práticas. Deixa em segundo plano as Grandes Referências da História do Pensamento (Descartes, Kant, Hegel são apenas coadjuvantes n'As Palavras e as Coisas) para escutar as colateralidades dos fazeres cotidianos. Agindo como arqueólogo, vai reconstituindo os estratos do solo epistêmico onde brotaram práticas tão diversas e tão interdependentes como a Gramática Geral, a História Natural e a Análise das Riquezas⁴. A partir daí pode articular indícios que tornam possível a leitura dos impasses com que se defronta o pensamento moderno, bem como de suas aberturas e possibilidades.

No nível de uma prática, a psicanálise freudiana utiliza a interpretação para fazer emergir um sujeito singular. Este sujeito não é o sujeito invariante e universal da filosofia da consciência. A singularidade visada comporta necessariamente uma dimensão histórica concreta. De modo geral, pode-se dizer que numa psicanálise interpretar é situar politicamente o sujeito na dimensão da história, dimensão esta que é múltipla: tanto da história efetivamente vivida pelo analisando quanto da história das práticas ativas em seu nascimento, e que determinam os destinos de sua família, de sua comunidade, de seu país, de sua época.

Desse modo, qualquer tentativa de deduzir também do pensar sobre a prática psicanalítica a dimensão da história conduz necessariamente à reificação dos conceitos e à reinstalação do velho sujeito da consciência.

**

Não é o chiste rasa coisa ordinária; tanto seja porque escanha os planos da lógica, propondo-nos realidade superior e dimensões para mágicos sistemas de pensamento.

Ainda "Tutaméia". Prefácio: "Aletria e Hermenêutica".

Acompanhando Foucault em sua arqueologia, percebemos que é impossível conceber uma teoria definitiva da história. De fato: teorizar a história implica em praticar,

⁴ Cf. *As Palavras e as Coisas*, cap. I a VI.

interpretativamente, a história. Isto recoloca a questão das relações entre as práticas e os conceitos. Os conceitos não subsumem as práticas, mas podem funcionar como ferramentas para organizar as abordagens históricas das práticas. Por isso, após ‘As Palavras e as Coisas’ Foucault sente a necessidade de escrever ‘Arqueologia do Saber’, um livro que operará no vetor da pura teoria, estabelecendo definições, campos e ferramentas, descrevendo métodos e apontando impasses. Em seguida, retoma o trabalho de historiador das práticas singulares, agora chamadas de ‘práticas discursivas’ e ‘jogos de verdade’, em ‘Vigiar e Punir’, História da Sexualidade, e nos cursos do *College de France*. O campo da história e o campo da teoria constituem-se, na *episteme* foucaultiana, completamente vazados. E o historiador foucaultiano se autoriza a buscar suas ferramentas em fontes não-oficiais.

Assim: em ‘As Palavras e as Coisas’ Foucault interpola a articulação das práticas do trocar, do falar e do classificar com a interpretação de manifestações culturais tão diversas e significativas como o “Dom Quixote” e o quadro “Las meninas”, que lê com valor de teoria. Não há em Foucault algo como uma teoria da arte ou uma teoria da literatura, que seja responsável pela análise das obras. Antes, é também a partir da leitura das obras de arte que Foucault se autoriza a fazer história.

É nesse ponto que se situa o nosso experimento: sentíamos a necessidade de buscar mediações que nos permitissem falar melhor do que praticamos na clínica. Preocupava-nos poder comunicar e articular algo da especificidade histórica de nossa prática. Queremos falar de uma psicanálise praticada no Brasil, no início do século XXI. E para isso não bastariam os conceitos já recortados na teoria psicanalítica. Teríamos que fazê-los ecoar com outros textos, de forma a obter meios auxiliares de representação do que praticamos. Nos veio à cabeça, então, a noção de *aletosfera*.

Aletosfera é, em primeiro lugar, uma palavra. Na realidade, uma palavra fabricada, um neologismo, proferido por Lacan, não sem hesitação, na lição de 20 de maio de 1970, durante o seminário sobre psicanálise e política. Nosso experimento se propõe a tomar a tal aletosfera em sua potência de palavra, e não como um conceito fechado. A aposta numa palavra nova, naquele momento, parece indicar justamente a perda de eficácia de outras palavras, já desgastadas em conceitos, que perderam justamente seu gume histórico. Lacan lança a

aletosfera atualizando o nome do inconsciente freudiano num momento em que as metáforas ‘siderais’ estavam bastante disponíveis nos discursos cotidianos (o homem tinha acabado de pisar na Lua, rompendo a estratosfera), tanto quanto a *aletheia* heideggeriana era popular nos meios cultos. A anedota –bastante séria – consistia na constatação de que vivemos numa época em que a esfera da circulação de saberes acaba por impor formas de representação cuja hegemonia tende a tomar o lugar da verdade. Em tempos de *aletosfera*, há de se tomar muito cuidado para não se perder contato com o particular, com o elemento local. Ao mesmo tempo, *aletosfera* remete à concretude da circulação dos saberes, ao fato de que os modos de representação hegemônicos circulam com grande força, o que impõe a tarefa de sua crítica.

A idéia de ‘sulcos da *aletosfera*’ aponta para aquilo que resta à margem dos saberes hegemônicos, aquilo que, do particular, foi sulcado pelo hegemônico. Os elementos locais, ligados às particularidades históricas de um determinado território, produzem resistência. A interpretação, tanto na prática psicanalítica quanto na história conforme Foucault, visam necessariamente a liberação desses elementos, que, em conflito com o que é hegemônico, traçam percursos subjetivos singulares.

Lendo Guimarães Rosa percebemos uma coincidência: o primeiro prefácio de ‘Tutaméia’ intitula-se “*Aletria e Hermenêutica*”. A evocação da *aletosfera* lacaniana foi inevitável. Mas nada há de muito misterioso neste fato. Tutaméia foi lançada em 1967, três anos antes, portanto, da invenção da *aletosfera*. O homem ainda não havia pisado na lua, mas a *aletheia* heideggeriana já circulava com vigor inclusive na intelectualidade brasileira. O título do primeiro prefácio (Tutaméia é um livro *sui generis*: tem quatro prefácios, espalhados pelo livro em ordem quase alfabética) tem um quê de fina ironia, fazendo um gracejo com a sisudez dos textos acadêmicos. *Aletria*, como sabemos, é um macarrãozinho fininho, que serve para fazer doces.

Porém, o que se percebe, com um pouco mais de espanto, é que o primeiro prefácio é uma espécie de texto teórico que, levado à sério, opera nas mesmas direções tanto das linhas mestras da arqueologia foucaultiana (no sentido de uma teoria da história não-tradicional, que problematize as relações entre o singular e o geral) quanto do que seria trabalhado por Lacan em 1970: os limites do uso da lógica na apreensão de um Real essencialmente *político*.

**

Uma vez que nos permitimos, não sem uma certa estranheza, prosseguir com nosso experimento, as ressonâncias entre a idéia muito geral da aletosfera lacaniana e o texto do ‘Tutaméia’ começaram a multiplicar-se. Se queríamos mediações para falar de nossa clínica, encontramos, ainda no final do prefácio, uma referência à uma estória passada no hospício de alienados, que termina com a seguinte consideração, que descreve com precisão a ética da clínica psicanalítica, que consiste em dar ouvidos ao sujeito do inconsciente:

“Apenas, nós é que estamos acostumados com que as paredes é que tenham ouvidos, e não os maluquinhos”.

Quarenta *estórias* se intercalam com os quatro prefácios. Nelas, vemos aparecer uma sucessão de personagens que são sujeitos da condição humana: como toda literatura, trata-se de situações de amor, ódio, vida, morte, alegria, luto. Cada uma das estórias é contada do ponto de vista singular de seu personagem principal. A narração varia entre a primeira e a terceira pessoa, e, no final, temos as estórias de quarenta sujeitos. Mas o cenário das estórias é o mesmo: trata-se do Brasil da segunda metade do século XX, em pleno processo de modernização. Pode-se dizer então que o tema geral das estórias é justamente o conflito entre as forças históricas locais e os vetores de modernização – o que está bem de acordo com a idéia dos ‘sulcos da aletosfera’.

Ora, supomos que o que escutamos na clínica – as *estórias* dos pacientes – está efetivamente marcado pelos ‘sulcos da aletosfera’: são fragmentos concretos da história do território de vida dos pacientes, determinados pelo entrecruzamento de diversos vetores históricos. Neste sentido, pode-se fazer uma analogia entre o que se passa na clínica e o que Guimarães Rosa realiza no Tutaméia: trata-se do registro singular de percursos subjetivos, articulados com as determinações históricas concretas de um Brasil que ainda nos é próximo.

Mas, afinal, o que pretendemos com nosso experimento? Nada mais que um exercício de sensibilidade, que nos permita permanecer atentos para modos singulares de representação. Ao mesmo tempo, utilizamos o Tutaméia para tornar mais concreta a noção de aletosfera.

Numa via de mão dupla, recorreremos a essa mesma noção como uma ferramenta de leitura, que nos ajuda a articular as *estórias* com o que experimentamos na clínica.

Pensamos que também um *design* que se interesse em manter um viés crítico, que mantenha alguma consonância com seu projeto inaugural, modernista, se interessará pelo conhecimento e o tratamento dos elementos locais da paisagem humana.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Mímesis criativa: um conceito aristotélico aplicado ao design

Sérgio Luciano da Silva e Sérgio Antônio Silva

UEMG

sergiolucianosilva@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Mimesis criativa: um conceito aristotélico aplicado ao design

Creative Mimesis: an aristotelian concept applied to design

Sérgio Luciano da Silva e Sérgio Antônio Silva

Resumo

O design tem uma exigência de criatividade associada de tal maneira aos seus processos internos que esta característica explica em parte o crescente número de publicações envolvendo tal temática. Neste contexto, a busca pelo melhor entendimento do processo criativo não somente se justifica como também pode ampliar nosso domínio sobre aspectos não mecanizados do design. O presente trabalho apoia-se na reflexão filosófica de Aristóteles e visa, em primeiro lugar, resgatar o seu conceito de *mimesis*, a partir do confronto de suas ideias com as de Platão, seu principal opositor nesse tema. Em segundo, o que consideramos a contribuição específica deste trabalho, defende a concepção de que tal conceito pode ser deslocado de seu tempo e discussão originais e aplicado criticamente na busca de uma melhor compreensão dos atuais conceitos de criação, criatividade e de cópia em design.

Palavras-chave: *mimesis*, criação, criatividade, cópia

Abstract

Design demands such an association between creativity and its internal processes that this characteristic partly explains the growing number of publications on the subject. In this context, the search for the best understanding of the creative process is not only justified but can, as well, improve the mastering of the non-mechanized aspects of design. The present work is based on Aristotle's philosophical thinking and is firstly aimed at bringing back his concept of mimesis, by confronting his ideas with those of Plato, his main opponent regarding this issue. Secondly is what we consider to be the specific contribution of this work: its aim at showing that such concept can be dislocated from its original time and discussion and critically applied to the search for a better understanding of the present concepts of creation, creativity, and copy in design.

Keywords: mimesis, creation, creativity, copy

1 Introdução

Criatividade sempre foi uma palavra associada intrinsecamente ao design. Isto se torna mais evidente quando, ao voltar nosso olhar para o passado, atentamos para o fato de que a própria palavra inglesa *design* está associada, em sua origem latina, a desígnio, intenção, propósito, cujos sentidos acompanham, em nossa tradição cultural, os diversos significados de criação. E sendo criatividade uma palavra derivada de criação, o círculo se fecha e justifica tais conexões entre conceitos. Aristóteles, como um dos primeiros pensadores ocidentais, tratou de um grande número de temas, dentre os quais figura o da criação. Seus textos foram lidos e reinterpretados pela tradição grega, árabe e latina, influenciando até os dias de hoje os mais diversos campos de pensamento. O tema da criação está, em alguns dos textos aristotélicos, mutuamente imbricado com o conceito de *mimesis*, objeto principal deste artigo.

A estratégia de abordagem metodológica que seguimos é diacrônica e comparativa. A trajetória se inicia, no entanto, com Platão, devido ao fato de Aristóteles, na construção de seus conceitos, dialogar e se contrapor às ideias de seu mestre. Contudo, dado o vasto conteúdo das obras de ambos pensadores, foi necessário fazer um recorte, com o objetivo de adequar o tema ao espaço disponível para esta reflexão. Com relação à bibliografia, a ênfase procurou colocar em relevo as posições metafísicas de cada um deles, principalmente em três obras (a *República* de Platão, a *Poética* e a *Física* de Aristóteles) deixando de lado outras questões e privilegiando aquelas que giram em torno do estabelecimento ou não de um possível estatuto ontológico para a arte na Grécia e revelando a questão da *mimesis*. Como apoio a estes textos centrais, fazemos uso aqui, não somente, das análises de historiadores da filosofia como Werner Jaeger e Cláudio Veloso e do filósofo Philippe Lacoue-Labarthe, mas também dos comentários de tradução do helenista Eudoro de Souza, da filósofa Virgínia Figueiredo e do linguista e tradutor João Camillo Penna. Nossa crença por trás deste procedimento é a da possibilidade de atualizar o conceito de *mimesis* e deslocá-lo de sua função e objetos originais. Como vimos, este tipo de conduta, na verdade, tem sido uma prática comum a diversos pesquisadores ao longo da história do ocidente, com a apropriação (fundamentada ou não) dos mais diversos conceitos como instrumento para alcançar fins que extrapolam sua função original.

Duas ressalvas devem ser feitas. Não se trata aqui de simplesmente louvar o ideal clássico grego e procurar reencontrar o que foi “perdido” com a intenção de recuperá-lo para o momento presente. Não temos a pretensão de defender, como classicistas, um retorno a esses ideais. Em segundo, o fato da discussão sobre a *mimesis*, nos textos escolhidos de Platão e Aristóteles, girar em torno do tema da arte, não significa que estamos associando arte (em seu sentido estético atual) a design. O motivo dessa escolha deve-se ao fato de tanto Aristóteles quanto Platão terem elaborado o conceito de *mimesis* no âmbito da arte de seu tempo. Isto é, uma arte entendida como arte manual, indústria, ofício, e não como hoje a pensamos, em seu sentido estético.

2 Platão

No diálogo da *República* (que tem como tema principal discutir os fundamentos de uma cidade modelo), Platão trata do conceito de *mimesis* em momentos distintos, e em todos eles busca formas diversas de argumentar contra seus opositores, os poetas. O alvo principal de Platão é obviamente Homero, considerado o grande educador da Grécia. Neste sentido, sua intenção é substituir a poesia pela filosofia, reivindicando para esta última o primado da educação e conduzindo o filósofo ao governo da cidade. A crítica platônica pode ser dividida em três partes. A primeira (de conteúdo) vai do fim do livro II ao início do livro III. A segunda (ligada à forma, ao estilo) inicia-se em 392c¹ e avança pelo livro III. A terceira (ontológica) vai do início do livro X até 608b, pouco antes do início da narração do mito de Er. Para os propósitos deste trabalho, ficaremos somente com a crítica ontológica, uma vez que esta terceira frente aberta por Platão contra a poesia parece-nos a mais contundente, posto que em sua base está a própria estrutura da metafísica platônica.

A crítica ontológica: mimesis e aparência

Se, como afirma Maria Helena R. Pereira, na introdução da *República*, (PLATÃO, 1987, p. xxxiv) o livro X é considerado pela maioria dos comentadores como um apêndice, ele ainda assim é muito bem-vindo. É aí que se vê a atitude frequente em Platão de confrontar aquilo que ele considera um problema com a sua teoria metafísica. Desta maneira, o sistema platônico (tendo como paradigma a ideia) é, neste momento, uma ferramenta usada para condenar o problema (neste caso a arte), na forma acabada da poesia. Vejamos como a argumentação de Platão se desenrola através da fala dos diversos personagens do diálogo, todos girando em torno do protagonista, Sócrates.

No início do livro X, Sócrates conduz Gláucon a imaginar um artífice capaz de executar qualquer coisa. Qualquer um pode conseguir isso com o recurso de um espelho, diz ele. No entanto, Adimanto objeta: o que está refletido no espelho é aparência. E Sócrates (que estava pedindo por esta objeção) concorda e avança: ora, o pintor e também o poeta criam um mundo que é como o do espelho, de pura aparência. Assim, o pintor e o poeta (tragediógrafo) são incluídos como pertencentes a este gênero de artífice (596e) e fica, portanto, associada à ideia de aparência ao conceito de *mimesis*. Como afirma Werner Jaeger, em sua *Paideia* (1986, p. 672), Platão “compara [aqui] a relação que existe entre a poesia e a verdade e entre a poesia e o Ser”. O exemplo da cama ideal vai dar o fecho ao argumento ontológico. Num primeiro nível (no mundo inteligível), Deus, o “artífice natural”, criou uma única cama, “a cama real”. Num segundo nível (no mundo sensível, imitação do inteligível), o marceneiro, “o artífice da cama”, cria sempre uma

¹ Esta numeração, originária da edição *in folio* de H. Stephanus e inserida nas margens dos livros, é mantida nas edições atuais para referenciar os textos de Platão.

cópia da cama ideal que é o seu modelo. No terceiro e último nível, o que resta ao pintor e ao tragediógrafo, que se baseiam no mundo sensível, é criarem uma imitação da imitação, por estarem “três pontos afastados da realidade” (PLATÃO, 1987, p. 452-456).

Assim, se concordarmos com Platão que o plano inteligível (o mundo das ideias) é o mundo real, e lá se encontra a verdadeira essência de todas as coisas e os modelos a serem seguidos, torna-se muito difícil justificar o trabalho do poeta e aceitá-lo dentro da cidade. Mas, como afirmamos anteriormente, é exatamente isso o que Platão procura, uma vez que deseja estabelecer o filósofo como o novo modelo de governante em uma cidade.

3 Aristóteles

Ao contrário da atitude de afastamento que tem Platão em relação à arte, Aristóteles, na *Poética*, busca a sua regulamentação e normatização, além de procurar descrever o que estava ocorrendo neste campo, no tempo em que vivia. Conforme Virginia Figueiredo e João Camillo Penna, Platão (que pensa em termos de uma verdade una) considera a arte tão sedutora e perigosa que o melhor a fazer é mantê-la a distância, para não correr o risco da “imitação substituir-se ao modelo” (FIGUEIREDO; PENNA, 2000, p. 10). Porém, se na *República* de Platão a arte é condenada por ser medida pelo paradigma da ideia, exterior a ela, na *Poética* de Aristóteles (1987, p. 215) não se dá o mesmo:

Se a tragédia é imitação de homens melhores que nós, importa seguir o exemplo dos bons retratistas, os quais, ao reproduzir a forma peculiar dos modelos, respeitando embora a semelhança, os embelezam. Assim também, imitando homens violentos ou fracos, ou com tais outros defeitos de caráter, devem os poetas sublimá-los, sem que deixem de ser o que são: assim procederam Agatão e Homero para com Aquiles, paradigma de rudeza.

Ora, Aquiles também é o paradigma da coragem na *Ilíada*. Para Aristóteles, não existe um paradigma da coragem externo, e a arte se dá o seu próprio paradigma. Como ele recusa o mundo das ideias, já não tem por que separar essência e aparência, como faz Platão. Assim, descolado da referência da hierarquia de um mundo inteligível, o conceito de *mímesis* pode ser compreendido para além da concepção de simples imitação. Esta concepção nos interessa aqui, pois acreditamos ainda ser possível explorá-la contemporaneamente.

As relações entre mímesis, tékhne e phýsis

Se, como afirma Virginia Figueiredo e João Camillo Penna (FIGUEIREDO; PENNA, 2000, p. 25), o livro IV da *Poética* é considerado pela tradição como o lugar para se extrair o conceito de *mímesis* em Aristóteles, consideramos que é necessário um grande esforço para aclarar tal conceito. Como aponta Cláudio Veloso (2004, p. 15), “antes de tudo, em lugar algum Aristóteles define o termo μίμησις [*mímesis*]”. No entanto, Werner Jaeger (1986, p. 710) indica-nos outra

fonte de pesquisa desta questão: “[...] Aristóteles define a relação entre a arte e a natureza, dizendo que não é esta que a arte imita, mas sim que a arte se inventou para preencher as lacunas da natureza” e remete a outra obra sua (JAEGER, 1946, p. 92-93). Nela, Jaeger diz:

É uma idéia caracteristicamente aristotélica de que a natureza é finalista em mais alto grau inclusive que a arte, e que o finalismo que reina no trabalho, seja arte ou destreza, não é senão uma imitação de finalismo da natureza. A mesma idéia acerca da relação entre as duas coisas se expressa brevemente no livro II da Física, que é um dos escritos mais antigos de Aristóteles. Também se faz alusão incidentalmente em outros lugares, mas nunca tão bem desenvolvida e articulada como aqui. Uma expressão como a seguinte é rigorosamente original: “não imita a natureza a arte, senão a arte à natureza; e a arte existe para ajudar a levar a cabo o que deixa de fazer a natureza.

Philippe Lacoue-Labarthe (2000, p. 257) vai também até a *Física* com a mesma intenção: “[...] trata-se com muita certeza de uma das mais seguras interpretações da teoria aristotélica da mimese, tal como a encontramos, com efeito, quanto ao essencial, no livro B da *Física* (194a)” e diz-nos em seguida (LACOUÉ-LABARTHE, 2000, p. 257-258):

De acordo com o que diz Aristóteles, a *tékhnē* é pensada literalmente como o a-*créscimo* da *phýsis*, quer dizer, do aparecer (*phaínen*) como o crescer, o eclodir e o desabrochar (*phýein*) à luz. [...] Formulado de outro modo: apenas a arte (a *tékhnē*) é capaz de revelar a natureza (a *phýsis*). Ou ainda: sem a *tékhnē*, a *phýsis* escapa, porque em sua essência a *phýsis kryptesthai phílei*, ela adora dissimular-se.

Ora, considerando tanto estas passagens quanto o texto do livro IV da *Poética*, aquilo que é um *acréscimo* não pode ser considerado mera imitação ou duplicação. O aprender do homem com as representações, por exemplo, “de animais ferozes e de cadáveres” (ARISTÓTELES, 1987, p. 203) aponta para um conceito de *mímesis* que busca reassumir os procedimentos da natureza. A *mímesis* está ligada ao real empírico (não é cópia de uma realidade inteligível) e não vai simplesmente reproduzir a natureza porque é ativa e criativa.

4 *Mímesis* criativa e cópia reprodutiva

Os conceitos de produção e criação

Existe um ponto nodal aqui. Uma vez que a *mímesis* é criativa e se expressa na produção das coisas, o potencial para a mesma ser explorada na análise do design, enquanto processo criativo e produtivo, é significativo. Ao delimitar (mesmo que de forma esquemática e procurando evitar equívocos hermenêuticos) os pontos de contato entre os conceitos de produção e criação, ao tempo de Aristóteles e na atualidade, restará somente deslocar o conceito de *mímesis* para o presente e apropriá-lo para o campo do design.

Os gregos, na antiguidade clássica, entendiam produção de maneira diversa daquela que a modernidade renascentista passou a conceber. Para eles, toda produção é *póiesis* (ποίησις) — ação de fazer, criação. A *póiesis*, ao atuar como força da natureza, é *phýsis* (φύσις): modalidade de produção que se faz a partir de si mesma. Um exemplo de *phýsis* é a transformação de uma semente em árvore. *Póiesis* pode ser também *tékhne* (τέχνη): modalidade de produção que ocorre não a partir de si mesma, mas a partir de outro. *Tékhne* é arte manual, indústria, ofício e tem por princípio não o fazer, mas principalmente o saber fazer, a habilidade, o método, o artifício, o conhecimento teórico que suporta uma atividade. Um exemplo de *tékhne* é o conhecimento que o marceneiro tem para transformar uma árvore em uma cama.

À *tékhne* frequentemente se junta, ou substitui de forma corriqueira (principalmente nos textos de Platão), uma palavra que atualmente é usada de maneira quase sempre honorífica: *episteme* (ἐπιστήμη) — experiência, habilidade, destreza em algo, conhecimento científico, ciência. Com a modernidade, esta concepção unificada se dividiu em três ramos distintos: ciência, técnica e arte, como hoje conhecemos. Esta divisão, em parte cartesiana, influenciou o nosso modo de entender e atuar sobre a natureza, ao mesmo tempo em que a razão moderna propôs um *modus operandi* diverso do experienciado no mundo antigo e medieval.

Outro conceito relevante, neste contexto de produção, é o de criação, particularmente o de criação divina. A ideia de criação divina a partir do nada (*ex nihilo*) de origem hebraico-cristã é oposta à concepção grega de criação a partir de uma base ou realidade preexistente. Para os gregos, somente é possível pensar Deus ou o Demiurgo como aquele que modela a matéria caótica já existente, para produzir o mundo. Para eles é impensável a criação a partir do nada (*ex nihilo nihil fit*).

Ora, talvez a visão hebraico-cristã de um ser divino que cria tudo a partir do nada, inclusive a matéria, ainda esteja suficientemente arraigada na contemporaneidade, exigindo de todos que exercem atividades criativas buscarem um ideal de originalidade pautado na geração do novo, sem recorrer ao que já existe. No entanto, se pensarmos como Aristóteles, a produção humana (enquanto atividade mimética) não é cópia ou duplicação. Se ele está certo, como estabelecido em sua *Física*, ao procurarmos reassumir os procedimentos da natureza (*phýsis*), não a reproduziremos ou copiaremos simplesmente, mas a revelaremos de maneiras diversas. Em outras palavras, se a arte (*tékhne*) — que é mimética em sua essência — leva a cabo aquilo que a natureza (*phýsis*) não faz, a *mímesis* deve ser entendida como acréscimo à natureza, como afirmou Lacoue-Labarthe. E este acréscimo, sendo o algo a mais que garante à *mímesis* ser ativa e criativa, também se encontra no design.

Deslocamento do conceito original de mímesis

Neste ponto, nossa proposta é deslocar o conceito aristotélico de *mímesis* de sua relação original

entre arte e natureza, para uma relação contemporânea e exógena entre design e natureza, e também entre aspectos endógenos do design. Estamos aceitando como pressuposto que a produção enquanto *tékhne* possa ter seu sentido ampliado até o da produção (ou criação a partir de algo) entendida como design. Nossa aposta considera o conceito de *tékhne* amplo e flexível o bastante para poder adequar-se a esta transposição, trazendo consigo o de *mímesis*. Nesse sentido, é importante ter em mente, como já foi visto, que *tékhne* e *episteme* (utilizadas, em diversos contextos da Grécia clássica, como palavras quase sinônimas) têm como uma de suas acepções a de conhecimento científico e universal, o que estreita seu vínculo com um campo de pesquisa e de trabalho como o design.

As noções de acréscimo e processo

Dada a riqueza de possibilidades inerentes ao conceito de *mímesis* aristotélico, tomaremos como ponto de partida apenas duas ideias que o mesmo comporta, para suportar nossos argumentos. A primeira, citada anteriormente, é a ideia de acréscimo. Quando em 1941, George de Mestral, enquanto caminhava pelos Alpes, voltou sua atenção para os carrapichos que grudavam em suas meias e no pelo de seu cão, ele buscava compreender um evento singular da natureza. Ao entender que os ganchos microscópicos dos carrapichos prendiam-se aos minúsculos laços do tecido das meias, Mestral revelou uma estratégia de reprodução de uma planta, que normalmente faz uso do pelo dos animais para espalhar suas sementes em vastos territórios.

Mestral, no entanto, foi além e criou o *Velcro*, um fecho que simula as características do carrapicho. Mas, obviamente, muitos anos se passaram entre o vislumbre que Mestral teve de um novo produto e a conclusão de suas pesquisas: entre um mecanismo de auxílio à reprodução de uma planta e um fecho de alto desempenho, muitos elementos e características foram acrescentados à ideia original para transformá-la naquilo que utilizamos em roupas, acessórios esportivos e até em componentes de naves espaciais. Neste caso, a tradução da estrutura original do carrapicho em um objeto produzido pelo homem é mimética na medida em que reassume os procedimentos da natureza, mas não é cópia, uma vez que os acréscimos (que envolvem estudos, pesquisas e soluções para diversos problemas) garantem à *mímesis* sua condição ativa e criativa.

Uma segunda ideia constitutiva do conceito de *mímesis* é a noção de processo. O escritor português Fernando Pessoa (1967, p. 21) tem uma interpretação acerca da *mímesis* que pode nos orientar: “O fim da arte é imitar perfeitamente a Natureza. Este princípio elementar é justo, se não esquecermos que imitar a Natureza não quer dizer copiá-la, mas sim imitar os seus processos.” Ora, no próprio exemplo do *Velcro*, podemos perceber como a noção de processo está imbricada no desenvolvimento deste produto: Mestral dedicou-se dez anos para aperfeiçoar sua invenção e adaptar os mecanismos necessários ao seu processo de produção industrial.

Mimesis endógena e cópia

Um último aspecto do deslocamento do conceito de *mimesis*, complementar à relação exógena entre design e natureza, é o caráter endógeno de realimentação positiva que cada produto pode e deve ter na busca para aprimorar-se. O *Velcro*, ao longo dos seus mais de 50 anos de existência, foi aperfeiçoado em diversos aspectos. A busca por novos materiais e formas mais eficientes de produção e disposição de seus componentes são algumas das inovações que foram implementadas. No entanto, a *mimesis* se preserva em todas essas adaptações e mudanças, na medida em que a ideia original se mantém incorporada ao produto, orientando seu propósito, não sendo simplesmente reproduzida (copiada) em seus aspectos formais e estruturais.

Ainda dentro da atuação endógena podem ocorrer evoluções que se distanciam formal e estruturalmente do produto sem, no entanto, abrir mão do conceito e propósitos do mesmo. Um exemplo disso é o *Slidingly Engaging Fastener* (SEF), também conhecido como *New Velcro* e inventado por Leonard Duffy, a partir de uma pesquisa de oito anos. A estrutura diferente do SEF faz com que ele atenda a uma série de requisitos do fecho *Velcro*, além de ser mais durável, forte, silencioso e não reter pelos, poeira e odor, como seu antecessor.

Paralelamente a estes avanços de caráter mimético, infelizmente o mercado incorpora também o oposto do que é ativo e criativo. Ocorre, por exemplo, quando uma patente expira ou não é respeitada e os concorrentes simplesmente reproduzem o que já existe, muitas vezes com perda na qualidade final do produto. Esta prática pode ser nomeada, com justa razão, de cópia.

5 Considerações finais

O par *tékhne/episteme* (entendido pelos gregos como habilidade e conhecimento teórico e desmembrado em ciência, técnica e arte, na modernidade) se apropria tanto da natureza quanto dos objetos recorrendo à *mimesis*. Neste contexto, procurar compreender a concepção aristotélica da *mimesis* é ir até um dos fundamentos mesmos da nossa cultura, resgatando um sentido ou sentidos esquecidos e transfigurados com o tempo e a história do pensamento ocidental. Dado esse passo, atualizar a relação da *mimesis* com a *tékhne*, substituindo *tékhne* por design, nos permite operar com um conceito que, pela sua riqueza de possibilidades, pode ser usado para a interpretação e entendimento de diversas questões, assim como fez Aristóteles em sua época. Aclarar a distinção entre criação e cópia em design é somente um destes temas. Quando pensamos que campos como a biônica e a cibernética (para citar apenas dois) atuam de forma mimética ao transferirem conhecimentos da biologia para diversas áreas do conhecimento, incluindo o design, a compreensão do conceito de *mimesis* cresce em importância.

Para terminar, gostaríamos de retomar algumas palavras de Aristóteles (1987, p. 203): “[...] de todos, é ele [o homem] o mais imitador, e, por imitação, aprende as primeiras noções”. Não deixa de ser curioso o fato de que, se levarmos a afirmação de Aristóteles ao pé da letra, o

esforço de trazer o conceito de *mímesis* para o presente, e para sua relação com o design, nada mais é do que uma ação mimética.

Referências

ARISTÓTELES. *A Poética*. Tradução, comentários e índices analítico e onomástico de Eudoro de Souza. São Paulo: Nova Cultural, 1987. v. 2. (Coleção Os Pensadores).

DE MESTRAL, Georges. *Velvet type fabric and method of producing same*. U.S. Patent Office # 2,717,437. Disponível em: <<http://www.google.com/patents/about?id=FR9MAAAAEB&dq=2,717,437>> Acesso em: 11 jun. 2011.

DE MESTRAL, Georges. *Separable fastening device*. U. S. Patent Office # 3,009,235. Disponível em: <<http://www.google.com/patents/about?id=mvJkAAAAEB&dq=3,009,235>> Acesso em 11 jun. 2011.

DUFFY, Leonard A. *Apparatus and method for producing structures with multiple undercut stems*. U. S. Patent Office # 7,828,545 B2. Disponível em: <<http://www.google.com/patents/about?id=xpPZAAAAEB&dq=Leonard+Duffy>> Acesso em 11 jun. 2011.

FIGUEIREDO, V. A.; PENNA, J. C. O Imperativo do pensamento. In: Virginia de Araujo Figueiredo; João Camillo Penna. (Org.). *A Imitação dos Modernos*. 1. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000, v. 01, p. 9–46.

JAEGER, Werner. *Paidéia: a formação do homem grego*. Tradução de Artur M. Parreira. São Paulo: Martins Fontes/Editora Universidade de Brasília, 1986.

JAEGER, Werner. *Aristoteles: bases para la historia de su desarrollo intelectual*. Versión española de José Gaos. México: Fondo de Cultura Económica, 1946.

LACOUÉ-LABARTHE, Philippe. *A Imitação dos Modernos*. Org. Virginia de Araujo Figueiredo e João Camillo Penna. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

PESSOA, Fernando. *Páginas de estética e de teoria e crítica literárias*. Textos estabelecidos e prefaciados por Georg Rudolf Lind e Jacinto do Prado Coelho. Lisboa: Ática, 1967.

PLATÃO. *A República*. 5. ed. Introdução, tradução e notas de Maria Helena da Rocha Pereira. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1987.

STEPHENS, Thomas. *How a Swiss invention hooked the world*. Swissinfo. Disponível em: <http://www.swissinfo.ch/eng/Home/Archive/How_a_Swiss_invention_hooked_the_world.html?cid=5653568> Acesso em: 11 jun. 2011.

VELOSO, Cláudio W. *Aristóteles Mimético*. São Paulo: Fapesp/Discurso Editorial, 2004.

Sobre os autores (nota biográfica)

Sérgio Antônio Silva é Doutor em Letras: Estudos Literários pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); professor da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), atuando na Graduação em Design Gráfico e no Mestrado em Design, com disciplinas, orientações e pesquisas ligadas à semiótica e às teorias da escrita. Leciona ainda no curso de Letras do Centro Universitário de Sete Lagoas. É autor de *A hora da estrela de Clarice*.

sergio.antonio74@hotmail.com

Sérgio Luciano da Silva é mestrando em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais, ED/UEMG, com o projeto “FACES e fontes em multiescrita: fundamentos e critérios de design tipográfico”. Suas pesquisas atuais envolvem estudos em filosofia, teoria e crítica do design, grego antigo, latim, hebraico, caligrafia medieval e renascentista. Sócio da Adaequatio Estúdio de Criação, atua principalmente com sinalização indicativa e interpretativa de cidades históricas, exposições de parques ambientais, projetos gráficos de livros e criação tipográfica.

sergiolucianosilva@gmail.com

**IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS:
palavras e coisas**

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

Três letras e seus discursos; HIV, design e prevenção

Simone Wolfgang e Denise Portinari

PUC-Rio

simone.wolfgang@terra.com.br

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Três letras e seus discursos: HIV, design e prevenção

Resumo:

O objetivo deste artigo é expor a construção dos discursos ligados a Aids/HIV que foram sendo veiculados pelos meios de comunicação durante os trinta anos de existência da epidemia. Essa exposição pretende mostrar as modificações nestes discursos, relatar algumas de suas conseqüências, notar a sua estreita relação com as campanhas preventivas veiculadas pelos governos e ONG's ligadas ao combate, cuidado e tratamento de pessoas com HIV/Aids; para propor algumas modificações estruturais na veiculação da prevenção através de uma atuação conjunta entre designers e profissionais da saúde para a elaboração de novos formatos para a prevenção em HIV/Aids.

Palavras chave:

Design, prevenção, discurso, saúde, HIV

Introdução

Este artigo pretende inicialmente apresentar diferentes discursos veiculados pela mídia e pelos órgãos oficiais de prevenção ao HIV/Aids veiculados ao longo das três décadas desta epidemia, a partir dos primeiros informes sobre a doença que eram veiculados pelos meios de comunicação de massa (já que não existia uma prevenção governamental oficial), avaliando as conseqüências que esse tipo de divulgação da informação teve sobre a condução da epidemia, de sua prevenção, e finalmente sobre o próprio saber médico. Passado este primeiro momento, com a criação da prevenção governamental oficial, já se veiculavam outros discursos sobre a epidemia, a doença e seus doentes, normalmente calcados sobre a questão da morte, do caráter universal da contaminação e também sobre a necessidade de se quebrar o preconceito com relação aos portadores.

Nossa argumentação se conclui observando a relação entre os primeiros discursos ligados à epidemia e à doença e o formato atual das campanhas de prevenção, questionando se o modelo adotado seria a melhor solução para a abordagem em saúde ligada a HIV/Aids e propondo novos rumos para se fazer e pensar a prevenção em saúde de maneira mais aberta e menos centralizada em torno de um saber exclusivamente médico.

O acervo utilizado neste artigo é composto de recortes de jornais e revistas da primeira metade dos anos de 1980, algumas peças de prevenção veiculadas pelo ministério da saúde brasileiro, e meios (mídias) de prevenção oficiais de saúde do governo norte americano.

1- O discurso do inatingível

A AIDS surge no começo dos anos de 1980, e suas características epidemiológicas trazem consigo uma série de aspectos que mobilizam a esfera social e moral, para além das questões de ordem médica. A contaminação pelo sangue e esperma, e as primeiras vítimas mais evidentes da doença – homossexuais masculinos e usuários de drogas injetáveis – trouxeram à tona discussões de ordem moral que muitas vezes passavam ao largo do problema da doença em si, e de sua grande capacidade de se alastrar. Alguns anos se passaram entre o surgimento dos primeiros casos e os esclarecimentos iniciais sobre quem estaria suscetível, as reais formas de contágio e o que poderia ser feito para que as pessoas se prevenissem.

“Nenhuma doença provocou, nos últimos anos, tantas reações de angústia e fascínio como a AIDS, ao misturar os medos e os tabus milenares de epidemia, homossexualidade e morte. Suas vias de transmissão pelo sangue e pelo esperma são carregadas de ligação com as idéias de pureza, procriação e reprodução social”. (Pollak, 1990 p 11).

Do ponto de vista da ciência médica, a difícil manipulação do vírus, operação que permitiria o seu isolamento, e por consequência a elaboração de um teste de detecção eficaz, se mostrava um desafio aos pesquisadores que tentavam dia após dia encontrar uma solução para o então “novo” problema. Porém estabilizar o vírus fora do organismo era muito difícil, já que ele morre em poucos segundos ao ar livre. Neste momento, (primeiros anos da década de 1980) pouca, ou nenhuma informação sobre a doença era divulgada ao grande público, apesar do crescente número de casos e de óbitos principalmente nos Estados Unidos. No livro “E a vida continua” (2007) são mostradas as dificuldades enfrentadas por parte dos pesquisadores e médicos do CDC¹, e o corte de recursos do governo destinados neste primeiro momento, para a pesquisa.

“O governo Carter apertou as despesas e os gastos com a saúde. Sob o governo Reagan nos vimos que poderia ser pior(...) quando ele (Westmoreland, o responsável pelo CDC na época) viu o plano de Reagan para o Centro de controle e prevenção de doenças. O gabinete executivo de administração de orçamentos queria cortar o orçamento de Carter que destinava US\$ 327 milhões para custear o CDC para US\$ 161 milhões” (Shilts 2007 p 54)²

Além disso, havia o problema da manipulação correta dos dados de saúde ligados à epidemia para uma conscientização mais esclarecedora da população o que também se apresentava como um desafio para os governos e autoridades de saúde, que muitas vezes não davam importância ao fato, ou preferiam apenas omiti-lo. Ao contrário do que poderia parecer óbvio nos dias de hoje, a primeira reação das autoridades, e da sociedade não foi a de enfatizar o “risco de contágio” como um problema de saúde pública. Exemplos práticos disso podem ser vistos nos discursos de autoridades políticas da época como é o caso do ex-ministro da saúde do Brasil Carlos Sant’anna que em 1985 declarou que:

¹ Centers for disease control O Centro de Controle e Prevenção de Doenças é uma divisão do Departamento de Saúde e Serviços Humanos do governo americano, é uma agência federal com base em Atlanta ajuda a promover e proteger a saúde da população. (fonte site do CDC: www.cdc.gov/)

² “The Carter administration held a tight line on health spending. Under Reagan we could see it would be worse (...) when he saw the Reagan plan for the Centers for disease control. The executive office of management and budget, or OMB, wanted to cut the Carter’s budget’s recommended \$327 million in CDC funding to \$161 million”

“Trata-se de uma doença preocupante, mas não prioritária” Diz o ministro da saúde Carlos Sant’anna. De acordo com ele, os 6 milhões de portadores de doença de Chagas, os 8 milhões de pessoas acometidas pela esquistossomose e o mesmo 1 milhão de tuberculosos compõe um quadro muito mais assustador do que o da AIDS.” (Revista veja edição 884 14-05-1985)

A mesma atitude aparece no tratamento que os meios de comunicação davam aos primeiros informes relacionados à doença, como é o caso da manchete exibida no jornal Frances “Le Matin” em 18 de junho de 1983: “Nova York se debate, Paris continua a dançar, A Aids é suficientemente “estrangeira” (e estranha) para não chegar a preocupar o público francês.” (Pollak, 1990 p139)

A associação do vírus com uma “vivência desregrada” “estilos de vida alternativos” e as “homossexualidades” parecia ser mais preponderante do que o perigo real representado por ele. Juntamente com a divulgação das primeiras vítimas, meios de comunicação diversos fazem suas próprias associações e divulgam as primeiras imagens da Aids, seja na forma de um discurso sintetizado nas palavras “Câncer Gay”, em imagens retratando as vítimas da doença, voluntária (como é o caso do cantor Cazuza, que se declara portador do vírus em 1988), ou involuntariamente, como é o caso de diversas pessoas que foram fotografadas nos corredores dos hospitais nos anos de 1980, por várias revistas e jornais, no Brasil e no mundo.

“Na última turnê dele, (Cazuza) pelo nordeste, eu trabalhava na acessoria de imprensa da PolyGram e me destacaram para acompanhá-lo, para controlar as entrevistas, ver como a coisa andava. Cazuza se expunha muito e isso as vezes se voltava contra ele, lembra a amiga Gilda Mattoso.” (Revista Bravo! P24 especial cazuza maio 2010)

“Conheci na época, mais de uma história de homossexuais que iam ao médico com sintomas variados e saiam de lá com diagnóstico de AIDS sem qualquer exame – só porque desmunhecavam, ou nem isso. Como complemento, muitos desses clientes chegavam a receber sermões moralizadores. Um amigo meu ator, solteiro, ouviu o mesmo diagnóstico do médico que, aterrorizado, nem sequer o tocou, ao ver uma espinha em seu rosto: era AIDS.” (Trevisan 2004, p441)

Porém, o tempo passou e ao contrário do que se poderia supor a descoberta e o isolamento do vírus e o conhecimento das reais formas de contaminação não subtraiu da literatura médica os tais “estilos de vida” como um dos supostos vetores da transmissão do vírus, e pode-se dizer que de certa forma a estigmatização ligada às primeiras vítimas da doença perdura até a atualidade. Um bom exemplo disso é a restrição imposta a homossexuais masculinos em território Brasileiro, com relação à doação de sangue. A ANVISA através da norma nº 153 de 14 de junho de 2004 estabelece que homens que declaradamente, mantiveram relações sexuais com pessoas do mesmo sexo, nos últimos 12 meses, não podem doar sangue.

Um exemplo prático disso foi documentado no jornal de Brasília de 14 de setembro de 2007, quando o garçom Marcos Araújo, então com 32 anos tentou doar sangue no Hemocentro de Brasília e foi impedido por ter se declarado homossexual, e o impedimento se manteve mesmo após afirmar que faz exames periodicamente e que não é portador do vírus HIV.

A decisão do banco de sangue tem dois apoios, o saber legal – neste caso a legislação da ANVISA – e o biomédico, uma vez que a médica Anna Esther do Hemocentro tentou justificar a conduta afirmando que:

“que há um período em que determinadas doenças não são identificadas em exames, mas podem contaminar um receptor mesmo assim. Esse período é chamado de janela imunológica, e a triagem clínica é um modo de reduzir ao mínimo o risco de contaminação. “A pessoa que vai receber o sangue está debilitada, muitas vezes com o sistema imunológico fragilizado, então temos que garantir a segurança do material”.

A fala da médica ignora os conhecimentos médicos atuais ligados à doença, além de implicitamente afirmar que somente os homossexuais masculinos estariam sujeitos à “janela imunológica”³. Porém é sabido que qualquer ser humano que tenha tido contato com o vírus pode estar em “janela imunológica” o que pela lógica incapacitaria qualquer pessoa sexualmente ativa enquanto doador de sangue.

“Apesar da permanência do modelo etiológico biomédico, o modelo etiológico social e psicológico continua a influenciar ainda hoje os trabalhos sobre o desencadeamento da doença, favorecido segundo alguns pela ação de co-fatores que podem ser de ordem “não-biológica”(…) Tal confusão criou então em muitos homossexuais o sentimento de que eram denunciados menos pelo que faziam do que pelo que eram. Daí as reações de contra denuncia , de desmentido ou... de temporização cautelosa.” (Pollak 1990 p12)

Se a condução da epidemia tivesse se dado de maneira mais lógica, uma vez evidenciadas as “verdades epidemiológicas” sobre o vírus surgiriam então novas necessidades ligadas à gestão da saúde individual. Porém, no momento em que é exposto o caráter universal da doença, o medo, os estigmas e as inverdades propagadas eram tantas que prevaleciam mais as dúvidas e questionamentos, do que os fatos em si. Os primeiros ensaios de prevenção privilegiavam basicamente a questão do risco, seja de morte, de contágio, ou de exposição, em detrimento dos procedimentos a serem adotados para minimizar o contágio que de fato era a necessidade preventiva mais urgente na época.

Mesmo o saber médico como sinaliza Pollak, estaria demasiadamente embriagado de estigmas para lidar de forma objetiva com seu mais novo desafio. Neste momento, parecia haver uma superposição entre as variáveis sociais da doença

³ Janela imunológica é o período entre a contaminação pelo vírus e a sua detecção pelos exames de sangue, o que pode ocorrer entre um e seis meses após o contágio.

e os dados epidemiológicos, o que tornaria difícil a dissociação entre sintomas. Este fator, de certa maneira, sinaliza uma sociedade pouco preparada para lidar com ameaças inusitadas desta natureza, como é o caso deste vírus que destrói algo que nos é organicamente muito precioso: a capacidade do nosso sistema imunológico de comunicar ao organismo que alguma coisa está errada para que possamos reagir.

A forma como a sociedade recebeu e reagiu ao HIV, foi fundamental para que o vírus encontrasse o meio mais propício para sua propagação, a desinformação. Os riscos envolvidos na manipulação da informação e nos cuidados com o outro, viriam a se mostrar muito mais traiçoeiros do que se poderia de fato imaginar.

2- As primeiras palavras sobre o risco e a morte

Quando se fala, pensa ou estuda a Aids uma palavra parece estar sempre ligada à epidemia e a doença: o risco. O termo ficou popular desde os primórdios da epidemia, onde se falava em risco de contágio, risco de morte, praticas mais ou menos arriscadas. O temido risco é uma terminologia que foi englobada ao imaginário ligado ao HIV de forma determinante e definitiva. É impossível traçar um paralelo entre a estigmatização ligada à doença, sem pensarmos na constituição da categoria de risco atrelada a ela.

Os primeiros “discursos sobre o risco” (que no princípio nem tinha nome, pois o vírus teve diversas denominações, oficiais ou não, antes de ser batizado oficialmente como HIV) remetiam apenas ao risco de morte, causada por uma doença que estava matando principalmente os homossexuais masculinos, e, portanto se apresentava como um risco “restrito”. Esse fator seria determinante para o posicionamento mais ou menos alarmista deste problema enquanto uma questão de saúde pública.

“Então meu médico erroneamente me disse que eu não deveria me preocupar com isso (Aids) porque eu havia feito uma histerectomia (retirada do útero) em 1985 e pelo fato de não ter mais menstruações, eu nunca teria isso” (depoimento de Brigitte, soropositiva “livro da vida” p35)

Essa “negação” da possível contaminação enquanto mal suscetível de afetar qualquer pessoa pode ser vista por diversos ângulos. Um exemplo disso foi o tratamento dado às notícias ligadas ao vírus nos primeiros anos da década de 1980, no Brasil e em boa parte da América do Sul; neste momento, tratava-se a informação de forma a parecer para o público que o mal estava confinado a terras além mar, e que não havia razões concretas para alarmar-se.. Isso pode ser visto na opinião de um colunista da revista VEJA em matéria publicada na edição de 14-09-1983 sobre a

criação de um serviço de “disk informação” para esclarecer dúvidas sobre os possíveis sintomas da AIDS.

“Trata-se, porém de um posto de serviço mais adequado Nova York do que a São Paulo já que o problema de saúde no Brasil (como provam os que telefonam) não está relacionado a doenças como a AIDS, mas sim a doenças da pobreza. Um serviço de escuta da AIDS em São Paulo não faz mal a ninguém, mas está tão deslocado quanto um serviço público de implantação de pontes de safena, na área seca, pobre e faminta do nordeste.” (Revista veja número 784 p 64 14-09-1983)

A forma como foram divulgadas as informações, assim como a condução social que a epidemia teve nos seus primeiros anos viria a marcar todo o tratamento discursivo ligado a ela, criando estigmas, e algumas vezes tornando a prevenção nebulosa, ou até literalmente equivocada. Outro grande problema fundamental na condução social da epidemia foi justamente a apropriação do saber médico por pessoas leigas, mas com alguma ressonância perante algumas camadas da sociedade, resultando na sua divulgação ao grande público sem nenhum cuidado ou pesquisa.

Propagava-se à revelia informações equivocadas sobre o suposto risco, muitas vezes ignorando o que os pesquisadores já haviam descoberto na época. O atual deputado federal e então radialista Afanásio Jazadji, por exemplo, usava seu programa líder de audiência para promover suas próprias estratégias de prevenção. Em uma ocasião o locutor afirmou: “se você tomar um cafezinho no bar, numa xícara usada por eles (homossexuais), você irá contrair a doença.” (Trevisan 2004, p 442)

Se por um lado havia um problema muito grande na divulgação de informações errôneas sobre o vírus, por outro lado, os cientistas precisavam dos meios de comunicação de massa para propagar os saberes ligados à epidemia e os resultados de seus primeiros experimentos, já que ainda não existia um meio de divulgação preventiva oficial. Fato que acaba se mostrando como mais uma particularidade desta epidemia, pois até então os especialistas em saúde, funcionavam como única fonte de legitimação técnica do saber médico. Segundo Pollak (1990) neste momento, os meios de comunicação de massa exerciam no caso da epidemia da Aids o duplo papel de instância de consagração e de caixa de ressonância.

Quanto à prevenção oficial, as primeiras campanhas oficiais de cuidados e prevenção a Aids começam a ser veiculadas no final da primeira metade dos anos de 1980. Pode-se dizer que naquele momento, elas seguiam duas estratégias básicas: a primeira era a mais informativa, cujo conteúdo era basicamente divulgar o que se sabia sobre as reais formas de contaminação – mas na verdade pouco se sabia sobre as mesmas – e a outra mais “alarmista”, ou mais voltada para a intimidação.

Entretanto, vale ressaltar mais uma vez que o conteúdo apresentado, sempre esteve muito atrelado aos discursos relacionados ao vírus no decorrer da epidemia.

No começo da epidemia, por exemplo, muito se especulava sobre as reais formas de contaminação e quem ou que estaria realmente suscetível a doença. Outra questão preponderante quanto ao conteúdo das campanhas no começo dos anos de 1980 era a clara negociação entre o que deveria ser dito, e os tabus ligados ao vírus.

Os primeiros exemplos de campanhas mostradas aqui são advindos dos Estados Unidos, algumas de fontes diversas, e outras da SFAF⁴, pois não foi possível encontrar nenhuma campanha de prevenção brasileira veiculada antes de 1987. Isso provavelmente ocorreu porque o programa oficial de prevenção brasileiro data de 1988, assim como a maioria das iniciativas de programas não governamentais, enquanto a SFAF, por exemplo, atuava desde 1983 veiculando campanhas de prevenção. A peça mais antiga encontrada é a (figura 1), de 1983. Trata-se de um cartaz que utiliza um fundo preto, fonte *bold* na cor vermelha, é uma chamada que pode ser rapidamente lida em poucos segundos.

Esse é um formato típico dos primeiros reclames que alertavam sobre a doença. O nome da doença aparece em destaque, atrelado à mensagem “Aids, é o que você faz não quem você é”. Em um momento em que aparelhos midiáticos disparavam milhares de informações truncadas sobre prováveis meios de contaminação, a peça em questão se atém apenas a um rápido reclame, breve e impactante. Pouco ou nada se falava das possíveis formas de contaminação nessa etapa, porém nesta campanha da SFAF, podemos ver uma coisa que era rara na época: a preocupação em ressaltar que qualquer pessoa pode se contaminar.



Figura 1: it's what you do 1983

Por outro lado, a (figura 2) de 1985 segue o exemplo de modelo utilizado pela maioria das campanhas de prevenção da época mostrando os dizeres: “ela tem os olhos do pai e a Aids da mãe”, a atenção fica totalmente voltada para esta

⁴ SFAF é a Ong Norte Americana San Francisco Aids Foundation

Com relação às propagandas veiculadas pelos governos, os chamados “grupos de risco” faziam uma série de críticas. A principal delas era a falta de preocupação em explicitar as diferentes necessidades de prevenção dos diferentes seguimentos da sociedade. Muitos governos optaram neste momento por veicular propagandas “neutras” seja em conteúdo ou em design – leia-se aqui opção cromática, evitar imagens chocantes – mais focadas em informar quais eram os riscos de uma maneira geral. Uma das conseqüências disso foi uma tentativa de “abafamento” de um caráter de “gravidade” ligado a doença. Sobre isso Pollak afirma:

“A campanha Francesa se distingue por seu perfil baixo, que se recusa ao mesmo tempo a lançar mão do medo e a utilizar imagens que invoquem diretamente as práticas e os grupos mais expostos. A mensagem “A Aids não passará por mim” e as imagens escolhidas, jovens quebrando uma curva vermelha ascendente, não são de natureza a provocar uma verdadeira tomada de consciência da gravidade da epidemia, nem a provocar uma identificação com a mensagem por parte das pessoas mais expostas.” (Pollak 1991 p132)

Logo, as campanhas veiculadas na mídia eram consideradas, portanto, instrumentos estratégicos das políticas públicas responsáveis pelo controle da epidemia colaborando na implantação decisiva de uma resposta social frente à Aids. Ou seja, espera-se que, aliada à ação de agentes comprometidos com intervenções e mobilizações mais pontuais (como grupos de educação sexual em escolas e trabalhos voltados para populações específicas, por exemplo) as mensagens da mídia colaborem para fomentar e difundir, o quanto mais possível, uma postura comportamental diante da prevenção. No Brasil, atualmente, por exemplo, é preciso afirmar que o modelo de prevenção defendido prega a adoção do uso de preservativos em todas as relações sexuais, bem como informar quanto ao risco do compartilhamento de seringas entre usuários de drogas injetáveis (UDI).

Os parâmetros que orientam as campanhas de prevenção são hoje divulgados permanentemente no site do Programa Nacional em DST/Aids. Há uma lista de abordagens temáticas de acordo com populações e situações específicas (transmissão vertical, profissionais do sexo e carnaval, por exemplo). As campanhas devem ser entendidas dentro de paradigmas de prevenção que determinam diretrizes para seu desenvolvimento. Note-se que apesar da experiência brasileira no controle da epidemia ser elogiada e tida como exemplar no contexto internacional, o modelo atual de prevenção, calcado no paradigma da “responsabilização individual” e que prioriza a utilização da camisinha nas relações sexuais difere, por exemplo, da política do governo Bush para prevenção a Aids nos Estados Unidos, que defendia

abertamente a prescrição da abstinência sexual como melhor forma de prevenção da Aids e DST.

Para muitos pesquisadores as políticas de prevenção vigentes são passíveis de crítica e avaliação constante. Um dos principais argumentos utilizados nestas reflexões consiste em demonstrar como os parâmetros que conformam os modelos de prevenção são pouco conectados à realidade social e cultural de grupos distintos, havendo a necessidade de rever os eixos em que foram elaborados, levando-se em consideração as especificidades e a disseminação da informação efetiva sobre o risco e suas formas de prevenção por diferentes populações.

3- Considerações finais

Muito tempo já se passou desde o “primeiro contato” da sociedade com o vírus da Aids. Além disso, foram feitas diversas descobertas científicas e sociais ligadas à doença que aos poucos foram modificando a sua conotação, e alguns fatores, como a inclusão de uma terapia medicamentosa com o apoio dos antiretrovirais⁵ foi decisiva nesta mudança já que torna possível a convivência com o HIV por tempo indeterminado. Todos estes elementos de fato alteraram alguns significados ligados à doença e também certos hábitos de prevenção presentes na vivência de muitas pessoas, e, além disso, vem mostrando uma epidemia com um tom diferente daquele, mais ligado a uma morbidez, tão marcante nos primeiros anos após o descobrimento do vírus.

É claro que o caráter mortal da doença, ainda impressiona muitos, e é por isso que constantemente nos deparamos com esse artifício preventivo, a morbidez

⁵ Antiretrovirais: são medicamentos indicados para o tratamento de infecções por retrovírus principalmente o HIV. Esses medicamentos são ingeridos pelos portadores do vírus na forma de uma terapia combinada, ou seja, dois ou mais grupos de antiretrovirais são tomados ao mesmo tempo. O tratamento é feito desta forma devido às boas respostas que pacientes vem tendo a terapia múltipla (daí o nome coquetel).

Mecanismo de ação: A replicação do vírus HIV acontece em partes distintas, cada medicamento antiretroviral atua sobre uma dessas etapas. Impedindo a sua replicação e mantendo ou restaurando algumas células do sistema imunológico humano que são diretamente afetadas pelo vírus HIV; Muito se fala na literatura sobre os inibidores de protease, e muitos acham que este termo é um sinônimo para antiretroviral. Mas o primeiro anti-retroviral descoberto, o AZT é um inibidor da transcriptase reversa. Os inibidores de protease são apenas uma classe de medicamentos antiretrovirais, e seu nome fica em evidência, pois foram os primeiros a serem utilizados com sucesso na terapia combinada. Hoje em 2010 existem 7 tipos de medicamentos que são utilizados no tratamento da infecção por HIV, são estes: Os inibidores de protease, os inibidores de integrase, os inibidores de fusão ou maturação, os inibidores da transcriptase reversa nucleotídeos, os inibidores da transcriptase reversa não nucleotídeos e os viroestáticos.

e o medo, considerado como estratégia válida por muitos meios de comunicação em saúde governamental em todo o mundo.

“As correntes de incertezas e de contradições que marcaram a representação social da Aids fazem dela um caso litigioso. Nesse contexto os conflitos se exprimem em imagens de dimensão, entre aqueles que se dedicam a “estender”, a “ampliar” as diferentes dimensões do risco ou ao contrário “traze-las de volta a sua justa proporção”(…) A desdramatização da Aids, misturou incessantemente esses dois registros retóricos: ao aumento da extensão do fenômeno acentuado pela curva ascendente das vítimas faz eco a insistência pelas vias limitadas de transmissão. Uma politização que se vale de preferência da “ampliação”, a fim de tirar dos especialistas o monopólio da palavra, começava a se estabelecer mundialmente a partir da segunda metade de 1986” (Pollak, 1990 p156)

Assim, no que diz respeito especificamente à epidemia de HIV/Aids, muita coisa mudou nessas três décadas. Não era raro ver comentários de conhecidos e amigos insistindo que a Aids não é mais “aquela coisa” que não se morre mais da mesma forma. Claro que eles tem razão em alguns aspectos.

Muita coisa foi feita pensando na redução da estigmatização relacionada aos prováveis portadores do vírus, por exemplo: atos politicamente corretos revêem as nomenclaturas utilizadas de forma pejorativa ligadas à doença como, por exemplo, o emprego do termo “aidético”, ou os “grupos de risco”. Leis já foram promulgadas para proteger os portadores, do preconceito no ambiente de trabalho. Diversas ONGs procuram levar apoio médico e psicológico aos pacientes e seus familiares, e o Brasil possui uma premiada política governamentais de saúde, no que diz respeito aos cuidados e a distribuição de medicamentos antiretrovirais de forma gratuita.

“A desdramatização se articula em torno de dois argumentos: a esperança científica de uma solução médica rápida e a recusa da classificação em “grupos de risco”. Ora, essa dupla argumentação, que pretende dominar simultaneamente um risco médico e social, criou condições de politização ligada à desilusão das esperanças desmedidas depositadas na ciência e na percepção de uma contaminação que pode atingir todo mundo” (Pollak 1990 p157)

Mas a epidemia de HIV/Aids como um fato social não é tão simples assim. E isso pode ser visto nos dias de hoje de forma muito clara na maneira como ainda se conduz a prevenção oficial no Brasil e em alguns discursos ligados à doença.

No que diz respeito à reação que a sociedade veio a ter com relação a epidemia, as campanhas de prevenção a Aids tiveram involuntariamente um papel muito curioso. Elas explicitam todo o tipo de discurso ligado à epidemia através dos anos, e as suas mudanças, funcionando desde sempre, como uma espécie de “indicador moral” de seu rumo histórico, mostrando algo que está para além dela, o seu manejo e condução social, seja por parte dos saberes médicos, legais, dos governos e dos indivíduos.

“O tratamento de uma doença é acompanhado, na maioria das vezes, por um debate social que transcende o campo médico. Para mobilizar recursos e fazer valer suas concepções e recomendações preventivas, as autoridades médicas devem valer-se do apoio de atores com objetivos e motivações diversos. A articulação de riscos sociais internos e externos no campo médico, observável na gênese do dispositivo de luta contra a Aids, determina o grau de autonomia do discurso médico como modo de legitimação das práticas preventivas.” (Pollack 1990, p 124)

Isso se dá talvez, porque as escolhas temáticas das campanhas de prevenção estão inegavelmente atreladas à história da Aids e por isso, elas nos dão uma boa pista sobre o que se passava e como se passava em cada diferente etapa da epidemia.

E isso fica bem claro ao observarmos o consenso temático sobre o tratamento das DST/Aids utilizado hoje na maior parte da prevenção oficial em todo mundo.

A maioria das campanhas de prevenção a Aids brasileiras atualmente carrega consigo e propaga a mesma mensagem que insiste ano após ano nas palavras: “use sempre camisinha”. Os lançamentos das campanhas oficiais do ministério da saúde no Brasil acontecem sempre em duas datas fixas: pouco antes do carnaval e em dezembro no dia mundial da luta contra a Aids.

No começo dos anos 2000 houve um esforço por parte do ministério da saúde brasileiro, de trabalhar a segmentação da prevenção, procurando criar peças de prevenção específicas para: homossexuais masculinos, gestantes, profissionais do sexo e também para a conscientização do profissional da saúde sobre o tratamento e aconselhamento diferenciado destinado a estes segmentos da sociedade.

Abaixo estão alguns exemplos dessas campanhas, e também de peças veiculadas no carnaval nos últimos anos pelo ministério da saúde, sempre ressaltando que a camisinha aparece como “estrela principal” de todas elas.



Figura 7 e Figura 8: campanhas de prevenção voltadas para o público homossexual masculino do ministério da saúde do ano de 2002.



Figura 9, Figura 10 e Figura 11: Campanhas oficiais do ministério da saúde referentes ao carnaval dos anos 2002, 2002 e 2009 respectivamente.

A repetição incessante do discurso sobre o “sexo seguro” ressalta continuamente a obrigação da manutenção de uma sexualidade responsável/saudável, movendo a responsabilidade sobre os corpos para o plano individual, isentando em parte a responsabilidade pública/política com relação as possíveis contaminações, uma vez que o governo prové ano após ano, a receita certa sobre o que fazer para evitar o contágio.

E de fato, ele a prové, porém sem maiores detalhes “sem uma bula”, sem fornecer informações precisas sobre contaminação, e cuidados, sem questionar as dúvidas e principalmente, sem abrir nenhuma brecha ou possibilidade para qualquer tipo de situação que não seja o sexo seguro.

Isso é de fato, um grande problema de saúde pública, uma vez que no campo prático, as demandas e dúvidas de cada individuo muitas vezes vão para além do simples questionamento do uso ou não uso do preservativo, levando a uma situação em que nota-se que um número muito grande de pessoas dispensa o uso do preservativo, ignorando a existência das campanhas anuais do governo.

Para averiguar essa informação, basta dar uma olhada nos comentários dos internautas na página do site *youtube* em que está disponível a campanha de prevenção oficial veiculada pelo ministério da saúde no carnaval de 2011⁶, alguns deles estão reproduzidos aqui abaixo:

“Música chata dos infernos. Vou transar sem camisinha só de birrinha.” Ou “Vou sim, posso sim, quero sim... o HIV já esta em mim!!!! Hauhauhauhauhauhauau”
“Só no carnaval que o HIV ataca, né? No resto do ano pode transar #semcamisinha.”
“Vamos todos no refrão pelo sim, camisinha não, pelo sim camisinha não, pelo sim...”

Logo, se as reações adversas a campanha de prevenção governamental podem ser vistas por qualquer pessoa com acesso a internet, fica a pergunta: porque

⁶ Link para o vídeo da campanha oficial do carnaval 2011 no *youtube*: <http://www.youtube.com/watch?v=KixYJpc9f7s>

a partir de um determinado momento se adota o discurso imperativo ligado ao uso do preservativo como a praxe na prevenção em saúde ligada as DST's/Aids (senão a única conhecida)?

“Nas políticas de combate a Aids, o discurso médico parece considerar os órgãos e os corpos como coisas perfeitamente reguláveis. No entanto enfrenta uma incontornável resistência: o desejo. A medicina não pode lidar com o desejo pois escapa às prescrições segundo um impulso que não é racional nem formalizável(...) Não podendo regulamentar os avatares do desejo a medicina o exclui – isto é, ele fica fora do campo do “real” –, supondo que os percursos existenciais possam ser regidos segundo convenções profiláticas, em detrimento dos fluxos das paixões, dos tesões, das intensidades.” (Perlongher, 1987 pp81.82)

Talvez as palavras de Perlongher nos dêem uma pista sobre um dos porquês da grande dificuldade por parte do saber médico de lidar com a ameaça de uma doença que tem o ato sexual como uma das principais vias de propagação. Seria possível conceber uma prescrição médica que consiga abarcar aspectos tão complexos como o desejo e as situações tão individuais presentes nos encontros sexuais?

Seria viável de fato levar em conta todas essas nuances e elaborar uma profilaxia médica, minimamente capaz de considerar todas essas questões complexas esquivando-se dos tradicionais pressupostos sanitaristas, que diante de uma ameaça a saúde pública com o porte da Aids, prescrevem uma rigorosa “higienização” dos atos sexuais?

Aparentemente, pensa-se cada vez menos nisso, e permanece a prescrição da separação máxima possível dos corpos mesmo que seja através de uma fina camada de látex, tomando-se o uso da camisinha como uma “*doctor's orders*” tão óbvia e simples, que é claro deverá ser seguida por qualquer um.

Levando-se em conta as palavras acima, devemos pensar através da análise dos discursos ligados a Aids contidos nos meios de comunicação e nas campanhas de prevenção, um caminho que vise compreender os porquês da utilização deste formato como “padrão” da prevenção em DST's/Aids; para dessa forma propormos novos rumos e novas alternativas de trabalho, visando uma melhor resposta preventiva por parte da sociedade em geral.

Para que isso aconteça é fundamental a inclusão de outros profissionais de diversas áreas na elaboração da prevenção, trabalhando em parceria com médicos, profissionais da saúde e com os pacientes que também devem ser ouvidos uma vez que eles já passaram pela experiência da contaminação e muitas vezes carregam um saber empírico que deve ser levado em conta por parte das autoridades médicas.

Referências Bibliográficas

BATTAT, Sharon, org: Keith Haring “O livro da vida”, The Keith Haring Foundation et Litmedia, Rio de Janeiro.

BRASIL. Ministério da Saúde. (1999) Coordenação Nacional de DST e Aids. Sobre a epidemia da Aids no Brasil: distintas abordagens. Brasília.

CARDOSO, Janine Miranda. “Comunicação, Saúde e Discurso Preventivo: reflexões a partir de uma leitura das campanhas nacionais de Aids veiculadas pela TV (1987-1999)”. Dissertação de mestrado. Escola de Comunicação. Universidade do Estado do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ. Rio de Janeiro, 2001.

FOUCAULT, Michel “**História da sexualidade volume I**”, Rio de Janeiro , Graal 2005.

- _____ **"Microfísica do Poder"**, Rio de Janeiro, Graal 2009
- LEMOS, João Francisco de. **"O risco em cena: análise das campanhas de prevenção à AIDS da MTV Brasil"** Dissertação de mestrado. Instituto de Medicina Social. Ciências Humanas e Saúde UERJ, Rio de Janeiro, 2006.
- NASCIMENTO, Dilene R. **"A Face visível da Aids"**. In: *Historia, Ciências, Saúde:Manguinhos*. V. 1. N. 1. Rio de Janeiro, 1997.
- PARKER, Richard. *A construção da solidariedade. Aids, Sexualidade e Política no Brasil*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará: ABIA-IMS, UERJ, 1994.
- _____. *Na contramão da Aids. Sexualidade, intervenção, política*. Rio de Janeiro: ABIA - Editora 34, 2000.
- PARKER, Richard e TERTO Jr, Veriano. (orgs) *Entre homens. Homossexualidade e AIDS no Brasil*. Rio de Janeiro: ABIA, 1998.
- PERLONGHER, Nestor: "o que é Aids", Brasiliense, São Paulo 1987
- RIOS, Luis Felipe *et al* "Homossexualidade: produção cultural, cidadania e saúde" ABIA, Rio de Janeiro 2005.
- SANTOS, Luis Henrique Sacchi dos. "Biopolíticas de HIV/AIDS no Brasil: Uma análise dos anúncios televisivos das campanhas oficiais de prevenção: 1986-2000". Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Educação. Porto Alegre, 2002.
- POLLAK, Michel **"Os homossexuais e a AIDS"**, Estação Liberdade, São Paulo 1990.
- TREVISAN, João Silvério **"Devassos no paraíso: A homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade."** Editora Record, Rio de Janeiro 2004
- Jornal de Brasília edição de 14 de setembro de 2007
- Diário de Pernambuco 10/10/2003
- <http://www.abril.com.br/noticias/comportamento/posicao-igreja-catolica-preservativo-nao-muda-diz-porta-voz-315133.shtml>
- Revista veja edição 884 pag 56 14-08-1985
- Revista veja número 784 p 64 14-09-1983
- Jornal de Brasília de 14 de setembro de 2007
- Revista Bravo! P24 especial cazuza maio 2010

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Uma imersão pela diversidade de descartes do nosso cotidiano: a memória e suas qualidades materiais e imateriais

Suzana Maranhão de Azevedo Mello

FASM

suzanaazevedo@globocom.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Uma imersão pela diversidade de descartes do nosso cotidiano: a memória e suas qualidades materiais e imateriais

Suzana Maranhão de Azevedo Mello
Mestranda do Programa de Pós-graduação/FASM

Resumo

O universo formatado nesta pesquisa pretende considerar como um desenho aberto o conceito no qual o **tempo do meio** ou processo, busca mapear a existência de um **objeto-memória** através de um sistema de abordagem artística, aqui chamado de **imersão**. O movimento compreende a formatação de um conceito que determina uma pesquisa de campo e a partilha do **tempo do meio** com o entorno envolvido. A viabilização da ideia e o seu registro, está nomeado como **almanaque** porque configura um lugar-momento onde tudo acontece em vivência e condensa um extenso calendário.

Palavras-chave: imersão, tempo do meio, objeto-memória, almanaque

Abstract

The universe formatted in this research aims to consider, as an open design, the concept in which **middle time**, or process, tries to map the existence of an **object-memory** through a system of artistic approach, known as **immersion**. The movement comprises the formatting of a concept that determines a field research and the partition of **middle time** with the involved environment. The effect of the idea and its register made practical are named almanac because they configure a place-moment in which everything happens by doing and condensate an extensive calendar.

Key-words: immersion, middle time, object-memory, almanac

INTRODUÇÃO

O trabalho de arte desenvolvido em um sistema de **imersão** constitui um processo interativo onde, ao mesmo tempo em que a pesquisa enriquece a busca do pesquisador, a vivência desse pesquisador no contexto local dá ao entorno ganho de informações e desperta, na comunidade onde a ação se desenvolve, a curiosidade por outros horizontes. Aqui não será tratado o aspecto da “vivência artística”, atualmente praticada por museus e entidades culturais. O conceito do trabalho de **imersão** vai mais além. Esta prática determina um tempo onde a vida acontece entre a ação real do trabalho de pesquisa e um limbo onde permanece atenta, mas também confortável, a atitude de adequação entre o visitante e o nativo.

Buscar no descarte proveniente do uso que fazemos cotidianamente das coisas e encontrar nos resíduos desse desuso uma memória que permita ser a matriz do reuso que dela advenha tem sido o motivo da minha observação e intervenção pelo interior de Pernambuco. Durante esse movimento de coleta de dados, o ateliê itinerante absorveu muito do meu tempo na produção específica, material. Após um período de dois anos na pesquisa de campo, senti a necessidade do distanciamento para viver um tempo de reflexão. O tempo do processo de gestação que teoriza sobre a memória, aqui denominado **tempo do meio**, se propõe a formatar, neste artigo, um perfil do que poderá ser o resultado da pesquisa de **imersão**.

Durante todo esse tempo de investigação da memória contida de forma material e imaterial no desuso, o interesse do trabalho é a configuração de um **objeto-memória**. No processo de formatação material da memória, surge um produto, aqui chamado “L Mais”, com o qual foram produzidos artefatos culturais e suportes para pintura e gravura. Essa produção acontece em sistema de experimentação, envolvendo o interesse em figurar um **objeto-memória** com valor material e subjetivo e também em modificar a atitude do grupo envolvido no trabalho, considerando esse movimento uma contribuição para conceituação dessa memória.

A essa altura foi sentida a necessidade de um público expectador para ampliar a investigação. Foram feitas experimentações com médios, onde foram agregados materiais em desuso para incremento da textura, tanto do suporte quanto do médio. Para tratar da textura, a pesquisa levou em conta a ação do sistema háptico, cuja preocupação é apontar a experiência vivida com um grupo de deficientes visuais. A fruição de obras feitas com o “L Mais” por portadores de deficiências visuais denota claramente a facilidade (de ver) desse público através da leitura tátil. Nessa ocasião foi produzido um artigo sobre a experiência publicado pela ANPAP em 2009. Esse material, portanto, vêm se submetendo aos testes necessários sobre suas propriedades materiais, ao mesmo tempo em que vem buscando fundamentação sob a luz de autores que dissertam sobre memória.

Durante o percurso da **imersão**, vivido tanto no campo quanto no ateliê, foram feitas publicações com os registros de todo o processo ou **tempo do meio**, considerando a relação entre a atemporalidade da memória e suas propriedades físicas desvendadas pelos vestígios e fragmentos presentes no desuso. Nesses documentos, aprofundo a reflexão sobre toda estação de **imersão**, sobre a qualificação e apropriação da experimentação, sobre as análises técnicas do produto. Esse desuso é, especificamente, criado com o descarte de contentores de artefatos

(embalagens) e contentores de mensagens (cartas, mapas, registros de qualquer tipo de mensagem). Toda essa transmutação e - por que não dizer - metamorfose do desuso tem como resultado um tipo de papel com propriedades peculiares, aqui chamado de “L Mais”. O produto encontrado no desuso estimula uma problematização acerca da nova personalidade ou apenas da possibilidade de novas identidades para inscrever esse material, objeto da minha pesquisa enquanto memória, no cúmulo das obras classificadas contemporaneamente como pós-produção. Ao lado da qualificação das propriedades físicas deste produto, levanto também o conteúdo imaterial presente em todos os desusos aqui, especificamente, tratando-se do “L Mais”.

UM BREVE RELATO DO PERCURSO

- 1) No ano de 2005, recebi um convite do *Imaginário Pernambucano*¹ através da professora Ana Andrade, para trabalhar em parceria no município de Goiana, na praia de Ponta de Pedras, litoral da Zona da Mata Norte do Estado de Pernambuco. Concebi, então, um projeto chamado *Mata Vida*² com a finalidade de levantar a memória da “não existente” Mata Atlântica. Neste local, desde 2005, o projeto Mata Vida continua sua ação. O grupo de trabalho composto por jovens tem uma característica instável, mas consegue manter um núcleo produtivo que o mantém superavitário e já firmou no mercado produtos que o caracterizam. Ao lado do estímulo do grupo pelo incremento da geração de renda, o trabalho de pesquisa continua, agora já na sua maturidade, realizando a qualificação do produto “L Mais”, que nesta região agrega à sua textura o “pó da cana brava”³, através do exercício artístico da técnica da gravura. Uma descrição mais completa do trabalho pode ser verificada através de artigos publicados nos anais da ANPAP, sob os títulos: “Mata Vida - uma ação educativa na região norte da Mata Atlântica pernambucana” – (XVII encontro ANPAP- Florianópolis/ SC, 2008); “Toque Ativo”: uma experiência de transversalidade do sistema háptico na poética visual do cego” - (XVIII Encontro ANPAP- Salvador/ BA, 2009) e “O Papel oriundo do descarte como suporte para uma nova poética na técnica da gravura” - (XIX Encontro ANPAP - Cachoeira, Recôncavo/BA, 2010). As publicações citadas cumprem um roteiro para situar a pesquisa que vem sendo sistematizada.

¹ Projeto de Pro-extensão da Universidade Federal de Pernambuco-UFPE.

² Projeto de minha autoria formatado a pedido do Imaginário Pernambucano, que deu início ao programa de Imersão Artística onde eu pesquiso a memória.

³ Subproduto da cestaria artesanal feita na região.

- 2) No ano seguinte, recebo mais um convite para ser parceira de uma ação artística onde coube a necessidade de residir uma semana a cada mês, durante 18 meses (2006/2007), na comunidade onde se desenvolveu a ação chamada *Estado de Arte*⁴. Este programa também abrangeu o trabalho feito no projeto *Veio da Terra*⁵ e tudo está documentado no artigo: “Estado de Arte, um projeto de vivência Artística no Interior Pernambucano”- (XVI Encontro ANPAP- Florianópolis/ SC, 2007). Essas duas ações de **imersão** deixaram como resultado o reuso do subproduto dos curtumes que beneficiam o couro de bode: “pó de couro de bode” e o resultado das serrarias de madeira : “pó de serra”.

SEQUÊNCIA E MÉTODO

O começo da minha incursão pelo interior do Estado Pernambuco para por em prática a idéia de viver um **almanaque** foi viabilizado pelos projetos citados acima. A minha primeira preocupação foi a de conhecer a memória dos lugares através da apropriação dos desusos descartados no dia-a-dia, presentes nesses locais, para assim desenhar um **objeto-memória**. A itinerância mantém o ritmo de trabalho dos ateliês de campo sem perder o foco da prática artística, enquanto os registros vêm sendo elaborados e publicados através dos meios próprios, como a Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas- ANPAP. Essa múltipla ação entre focar o conceito, possibilitar resoluções plásticas e registrar o resultado, tem seguido uma cadência na busca por uma possível verificação da memória enquanto conceito e enquanto matéria. Portanto, o fluxograma estabelecido para o trabalho compreende três fases.

- 1) Dentro do ritmo natural da **imersão** concebido pela ideia de construção de um **almanaque**, artista e comunidade mobilizam-se em busca dos valores em desuso que podem ser retomados para uma nova produção. A fase da “catação” implica não só em reunir a matéria prima contida no descarte, mas em selecionar e colecionar esses materiais, aprendendo sobre eles, sobre a memória do seu estado material e também do seu estado funcional, ou seja, do seu uso passado.

A citação a seguir, de minha autoria, é parte do artigo que vem sendo escrito, como os demais já citados, para teorizar o pensamento do trabalho na etapa atual.

⁴ Projeto onde atuei em regime de imersão artística em Serra dos Ventos - Belo Jardim - PE.

⁵ Projeto onde atuei em regime de imersão artística em Garanhuns-PE.

A busca pelo objeto/memória procura formatar uma leitura isenta do exercício artístico que se interessa pela capacidade de evocar tempo. Além da matéria específica e pontual, a memória configura o conceito dos empenhos exercidos em tempos passados, formatados como patrimônio imaterial e atemporal. Dessa forma, ela encontra-se protegida da corrosão, atesta sua aura de não existência e aceita participar desse estado ideal de tempo que não permite sentimentos de posse do agora ou perda do antes, pois a natureza de sua existência encontra-se no desejo.

Este parágrafo contém a ideia central de um artigo que fala desse interesse.

Seguindo o ritmo adotado pelo fluxograma estabelecido no desenvolvimento da **imersão**, trago um pouco do que propõe Ecléa Bosi, em seu livro “Memória e Sociedade: lembrança de velhos”, quando remete a Bergson. Diz Bosi:

Em Bergson, o método introspectivo conduz a uma reflexão sobre a memória em si mesma, como subjetividade livre e conservação espiritual do passado, sem que lhe parecesse pertinente fazer intervir quadros condicionantes de teor social ou cultural. A memória é, para o filósofo da intuição, uma força espiritual prévia a que se opõe a substância material, seu limite e obstáculo (BOSI, 2009, pp. 53-54).

Considerando o parágrafo acima, a fase de catação que inicia o fluxograma de reconhecimento não discute aproveitamento do material refugado, não dispõe condições específicas para sua participação no reuso, não se detém nas suas propriedades matéricas, mas aponta para o tempo de utilização já vivido e conservado em estado de memória em seus vestígios.

“A matéria seria, na verdade, a única fronteira que o espírito pode conhecer” (BOSI, 2009, pp. 53-54). Nesse ponto, a intenção desta pesquisa na busca pelo **objeto-memória** sofre sua primeira obstrução. Continuando a reflexão de Bosi, “a matéria leva ao esquecimento. Ela bloqueia o curso da memória. Nessa grande oposição de memória e matéria, a última aparece como algo genérico, indiferenciado, espesso, opaco” (BOSI, 2009, pp. 53-54). O manuseio do desuso em seu estado de passado e já descartado reconhece novas possibilidades para atualizar o tempo decorrido ali presente com um movimento investigativo pelos caminhos do percurso do uso/função, respeitando o peso da matéria. A fase da catação é exercitada com essa consciência.

Vivenciado o primeiro estágio do trabalho descrito acima, a observação do material colhido começa a pedir fundamentação para prosseguir com a fase seguinte, a da metamorfose ou transmutação.

- 2) Essa etapa da metamorfose ou transmutação é ousada. Aí o trabalho sai da introspecção e parte para uma ação dirigida que sinaliza com uma disposição própria dos processos criativos. É a fase da concepção da obra que nascerá

inusitada em seu conceito, impregnada do seu antigo estado matérico e, subjetivamente, de sua antiga função que se inscreve no estado de pós-produção.

Volto a citar Bosi na mesma reflexão: “Em um ponto, entretanto, esse obstáculo é vencido: naquele vértice do cone invertido, ponto móvel da percepção que avança no presente do corpo, mas entreabre a porta as pressões da memória” (BOSI, 2009, pp. 53-54). Nesta citação é possível verificar o ponto onde a obstrução cede e a matéria torna-se receptiva no seu momento presente.

O espaço contido entre a apropriação do estado de desuso do material descartado, das mensagens que já perderam a incumbência de comunicar, enfim, o espaço de tempo que é passado, mas vive presente na nossa memória e no nosso acervo de desuso, tem guarida em um lugar-momento onde é possível a verificação de uma espécie de escambo no campo ideal e material. Esse lugar-momento, que o árabe chamou de *al-mankh* e aqui chamamos de **almanaque**, acomoda o processo de busca ou **tempo do meio** que permite dotar e partilhar a ideia, a vivência e os resultados desta obra/pesquisa. Sob o título de “**Almanaque** do Tempo Comum” está congregada a rotina do percurso aqui descrito. Envolve o sentido de **almanaque** na produção que cataloga a caminhada na busca para sistematizar o fazer artístico possibilitando o reuso do mundo paralelo do descarte. Esse mundo paralelo que orbita em nossa volta fora do fluxo do uso protesta, exigindo uma outra individualidade. O desenho, “**Almanaque** do Tempo Comum”, que formata o conceito de pós-produzir o desuso está posto ao longo desses cinco anos de trabalho.

O processo criativo na arte é iniciado com uma representação da possibilidade preconizada no âmbito do pensamento. Não existe ideia perfeita que não se depare com uma obstrução em seu exercício de dar-se a conhecer. Observações feitas por Cecília Almeida Salles⁶ quanto ao desenho clareiam a necessidade de estender essa prática ao espaço, ao campo ideal, ao campo do exercício e das possibilidades:

É importante destacar que o desenho, como reflexão visual, não está limitado à margem figurativa, mas abarca formas de representação visual de um pensamento, isto é, estamos falando de diagramas, em termos bastante amplos, como desenhos de um pensamento esboçado. Não é um mapa do que foi encontrado, mas um mapa confeccionado para encontrar alguma coisa (SALLES *apud* DERDYK, 2007, p. 35).

Portanto, a constatação feita durante a prática de **imersão** mapeando o descarte, alargando das possibilidades materiais e imateriais desse universo análogo ao nosso fluxo

⁶ SALLES, Cecília de Almeida. *Redes de Criação: construção da obra de arte*. Vinheido: Horizonte, 2006.

cotidiano, pretende desenhar outros mundos com a matéria em desuso, com os hábitos e compreensões de outros ciclos culturais, com a apropriação de tempos passados que impregnam o presente, quebrando a linearidade proustiana da noção de tempo.

- 3) A terceira etapa desse trabalho trata de confrontá-lo com o seu lado prático e com a necessidade de teorização e aqui é nominada como “sistematização”. Para iniciar a descrição dessa etapa, observa-se, como contra ponto, o que diz Sol Le Witt:

Na Arte conceitual a ideia ou conceito é o aspecto mais importante do trabalho. Quando o artista usa uma forma conceitual de arte, significa que todas as decisões serão tomadas antes e a execução é um negócio mecânico. A ideia torna-se o motor que realiza arte (WITT *apud* FREIRE, 2006, pp.40-41).

O desenho montado com a prática da **imersão** para estudar o reuso do desuso pretende esculpir uma trajetória aberta que não tem a preocupação de finalizar um assunto, apenas cuida de ser “um mapa para encontrar alguma coisa”. De acordo com o lastro da ideia que tem a disposição de contínuo, o tema tratado nesta tese se oferece com pretensões de surpreender com novas possibilidades sempre. Portanto, a citação de Le Witt (*idem*) é tomada aqui como contraponto quando determina a obra em duas etapas, concepção e execução. Esta pesquisa deve considerar sua montagem na terceira e última etapa que seria a sistematização através da teorização do **tempo do meio**. Neste sentido, teremos a execução de que fala Le Witt (*ibidem*), mas não mecânica e sim reflexiva, propositiva e aberta ao contínuo.



Figura 1: *Com a planta do seu pé veja o chão do seu barro*⁷

⁷ A obra reportada pela **Figura 1** representa um rito de passagem entre os diferentes tempos da pesquisa. Título: “Com a planta do seu pé veja o chão do seu barro”. Data: 2008. Local: Oficina do Tempo – Recife.

CONCLUINDO O PENSAMENTO

A inscrição deste **almanaque** como obra, cujo esboço do conceito remonta há uma década desde a transmutação material de mensagens escritas⁸, põe-se em andamento através da prática da **imersão** artística que é o recorte estudado por mim dentre as diferentes modalidades de viver arte. Esta prática, que desenha a busca de um **objeto-memória** pelo reuso de descartes, pretende formatar sua montagem com um movimento de dobra deleuziana, teorizando sobre sua trajetória. A ação dos participantes e comunicantes desse processo poderá tratar essas informações a guisa de desdobramentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOSI, Ecléa. (2009) **Memória e Sociedade: lembrança de velhos**. 15. ed. São Paulo: Companhia das Letras.

DERDYK, Edith. (Org.) (2007) **Disegno. Desenho. Desígnio**. São Paulo: Ed. SENAC.

FREIRE, Cristina. (2006) **Arte Conceitual**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar; (Arte +) Ed.

MELLO, Suzana Maranhão de Azevedo. Estado de Arte, um projeto de vivência Artística no Interior Pernambucano. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, 16., 2007, Florianópolis. **Dinâmicas Epistemológicas em Artes Visuais**. Anais eletrônicos. Disponível em: < <http://www.anpap.org.br/anais/2007/2007/artigos/171.pdf>>. Acesso em 29 mar. 2011.

_____. Mata Vida - uma ação educativa na região norte da Mata Atlântica pernambucana. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, 17., 2008, Florianópolis. **Panorama da Pesquisa em Artes Visuais**. Anais eletrônicos. Disponível em: <<http://www.anpap.org.br/anais/2008/artigos/202.pdf>>. Acesso em 29 mar. 2011.

_____. O Papel oriundo do descarte como suporte para uma nova poética na técnica da gravura. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, 19., 2010,

⁸ Isso está descrito no artigo de escrevi também para a ANPAP em 2010 em co-autoria com Luise Weiss. Cf. WEISS, L.; AZEVEDO, Suzana. Livros-objetos e almanaques: marcas e deslocamentos. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, 19., 2010, Cachoeira – Bahia. **Entre territórios**. Anais eletrônicos. Disponível em:< http://www.anpap.org.br/anais/2010/pdf/cpa/luise_weiss.pdf>. Acesso em 29 mar. 2011.

Cachoeira – Bahia. **Entre territórios.** Anais eletrônicos. Disponível em:
<http://www.anpap.org.br/anais/2010/pdf/cpa/suzana_maranhao_de_azevedo_mello.pdf>.

Acesso em 29 mar. 2011.

_____. Toque Ativo: uma experiência de transversalidade do sistema háptico na poética visual do cego. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, 18., 2009, Salvador – Bahia. **Transversalidades nas Artes Visuais.** Anais eletrônicos. Disponível em:
<http://www.anpap.org.br/anais/2009/pdf/ceav/suzana_maranhao_de_azevedo_mello.pdf>.

Acesso em 29 mar. 2011.

WEISS, Luise; AZEVEDO, Suzana. Livros-objetos e almanaques: marcas e deslocamentos. In: Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, 19., 2010, Cachoeira – Bahia. **Entre territórios.** Anais eletrônicos. Disponível em:
<http://www.anpap.org.br/anais/2010/pdf/cpa/luise_weiss.pdf>. Acesso em 29 mar. 2011.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacentro (RDC), PUC-Rio

O livro no futuro

Thaís Cristina Martino Sehn

Universidade Federal de Pelotas

crisehn@hotmail.com

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

O LIVRO NO FUTURO

The book in the future

SEHN, Thaís Cristina Martino Sehn. Graduada. Universidade Federal de Pelotas.
crisehn@hotmail.com

RESUMO

Em sua história, o livro já passou por diversas transformações, o que pode ser percebido do ponto de vista das técnicas de produção gráfica, do desenvolvimento conceitual do objeto, bem como das formas de leitura. Hoje em dia, vive-se em um cenário de mudanças decorrentes das tecnologias da informação que estão modificando a forma de fazer e de interagir com o livro, mas será que está realmente alterando seu formato? O presente artigo discorre sobre os suportes do livro e sua influência no ato da leitura.

Palavras-chave: Livro, suporte e leitor.

ABSTRACT

Throughout its history, the book as object has undergone several changes which could be observed either from a print technology standpoint, concept development or else reading experiences. Could all the above entail alterations to its format? The following article is concerned with printing substrates and its influence upon reading experience.

Keywords: Book, format and reader.

INTRODUÇÃO

Ao longo da história do livro diversas transformações ocorreram para que a sociedade consolidasse a relação que se tem com esse objeto da maneira como o conhecemos. Chartier (In: COUTINHO; GONÇALVES, 2009) sublinha que houve três mudanças, de fato, revolucionárias.

A primeira delas seria a uma mudança de suporte, a passagem do rolo para o códice. Gonçalves (In: COUTINHO; GONÇALVES, 2009) relata que o mais antigo, já era utilizado no Egito três milênios A.C., era feito de papiro, o texto era escrito em colunas e permanecia fechado em rolos, os quais eram desdobrados na medida em que se lia. O nível de dificuldade em sua utilização era extremamente alto, já que para efetuar sua leitura era necessária a utilização das duas mãos ao mesmo tempo, posto que enquanto uma desenrolava uma ponta, a outra enrolava a extremidade seguinte. Sua leitura só podia ser feita de maneira sequencial e sua portabilidade era péssima, já que um livro costumava ter 20 rolos ou mais.

Já o códice, começou a ser utilizado no século I da era Cristã, sendo generalizado a partir do século IV. A configuração deste era semelhante a do livro que conhecemos hoje, encadernado com folhas de pergaminho ou papel, em sequência. Em virtude da necessidade de se manterem esticadas as folhas de pergaminho, era utilizada uma capa de madeira. A principal variação entre os modelos deste suporte é no que tange ao tamanho. Seu grande trunfo sobre o rolo é a sua praticidade, tendo em vista que com um simples virar de páginas pode-se ir a qualquer parte do livro e, ainda, sua fabricação permite tamanhos que podem ser transportados confortavelmente pelo leitor. Além da praticidade, outro fator agregado a este suporte é a possibilidade de concentrar em um só objeto a totalidade de uma obra.

A segunda revolução ocorreu nos séculos XIV e XV, antes da invenção de Gutenberg, com o surgimento do “libro unitário” que, nada mais é do que a reunião, em uma mesma encadernação, dos textos de um mesmo autor, ou ainda, de uma única obra, definindo, dessa forma, a ideia que temos hoje do livro como um objeto coeso, com uma lógica na reunião de seu material, práxis que anteriormente, mesmo sendo possível, não era comum (CHARTIER In: COUTINHO; GONÇALVES, 2009). Chartier se apóia em

Elizabeth Eisenstein e Adrian Johns para definir a invenção da Imprensa e dos tipos móveis, em meados do século XV, como a terceira revolução no mundo dos livros. Nesse caso o mérito não se dá por uma modificação no conceito do objeto e, sim, pela difusão do material que a tipografia disponibiliza.

Provavelmente estamos presenciando, no período atual, uma quarta revolução que a tecnologia digital está possibilitando, o que não é uma grande surpresa, já que, como ressalta Arlindo Machado, “é impensável uma época de avanços tecnológicos sem consequências no plano cultural” (MACHADO, 1993, p. 11). Entretanto, o que está mais em voga na discussão da narrativa literária é a hipertextualidade, posta em evidência na navegação *on-line*, mas que certamente já era utilizada por diversos autores no mundo impresso. Pires (In: COELHO; FARBIASZ. 2010) sublinha que no quesito hipertexto, a diferença entre o livro palpável e o digital está justamente na influência do suporte, já que mesmo que o autor proponha uma atitude mais participativa do leitor, que o convide a subverter a ordem da leitura, o próprio manuseio do objeto livro implica em manter certa linearidade, observando que em sua configuração cada página vem após a outra, enquanto que na rede é permitido ao leitor perder-se em uma teia de ligações entre textos.

O LIVRO E SEU CONCEITO

Neste universo de possibilidades o que caracteriza um livro? Chartier (In: COUTINHO; GONÇALVES, 2009) cita Borges ao definir o livro como um cubo de papel composto de folhas, entretanto, vê-se esse cubo de papel ser transportado para um universo infinito dentro de uma tela e questiona-se: será que nesse caso ele deixou de ser um livro?

Com a chegada do mundo virtual, talvez esteja na hora de haver uma reavaliação dos conceitos. As definições e hierarquias que são utilizadas para deliberar as categorias de texto e o uso da escrita se dão “a partir da relação entre objetos (a letra, o livro, o jornal, a revista, o cartaz, o formulário, etc.)” (CHARTIER In: COUTINHO; GONÇALVES, 2009, p. 40); já esse novo suporte que invade o cotidiano “não distingue mais os diferentes gêneros ou repertórios textuais que se tornaram semelhantes em sua aparência e equivalentes em suas autoridades” (CHARTIER, 2002, P. 109). Levacov

(1998) afirma que no decorrer dessa transição, “a informação torna-se cada vez menos ligada ao objeto físico que a contém” (LEVACOV; et al., 1998, p. 16), e ressalta que já é tempo da sociedade se preocupar mais com o conteúdo do que com o suporte. De encontro à apologia da desmaterialização, Farbiaz (In: COELHO; FARBIAZ, 2010) mostra que muitas pessoas, quando se deparam com a possível extinção do livro como se conhece, passam a reparar nos significados tácitos que o mesmo lhes transmite, representados pela forma física em que é apresentada a informação.

Em busca de um sentimento mais puro em relação à leitura, o objeto de estudo desta investigação se dá no âmbito das narrativas literárias, por, normalmente, estas estarem associadas à leitura *para si*, “que envolve o lúdico, o prazer, a relação íntima entre texto e leitor” (GRUSZINSKY, 2007, p. 133). Os outros tipos de leitura, que a autora define como *exterior a si*, até podem propiciar prazer para alguns leitores, mas, geralmente, o objetivo de quem lê esses textos é adquirir conhecimento ou executar alguma atividade, ocorrendo, assim, outro tipo de envolvimento do leitor com o livro, não sendo este, portanto, o foco desta pesquisa.

No cenário contemporâneo vive-se um momento em que já não é necessário ir a livrarias ou bibliotecas para se adquirir um livro, pode-se escolhê-lo na internet e aguardar sua chegada, pelo correio, em casa. Nesse processo de escolha não se tem um contato direto com o material, transformando-se em uma surpresa o objeto que irá adentrar em seu domicílio, ou ainda, pode-se optar por não se obter objeto algum, já que a tecnologia atual permite tê-lo apenas virtualmente, ficando a sua escolha lê-lo através da tela do computador¹ ou imprimi-lo.

Frequentemente quando se ouve alguém contar sobre uma história que leu e que marcou determinada época de sua vida, a memória vem acompanhada de vários detalhes que envolviam o momento da leitura, o local onde foi lido, as marcas de uso que o livro continha ou não, como eram suas folhas, suas letras, suas ilustrações, sua capa e até o cheiro do material impulsionava a nostalgia. Percebe-se que mesmo a história sendo uma coisa abstrata, que se “concretiza” na imaginação de cada um, o indivíduo acaba criando um vínculo de afeto com o objeto tátil que carrega a idéia.

¹ O computador vem representar, neste contexto, os suportes eletrônicos que possibilitam a leitura dos *e-books*, como, por exemplo, o computador pessoal de mesa, o *pda*, o *e-reader* e o *notebook*.

Levando em consideração a importância do objeto livro, hoje em dia ainda não está bem claro qual será a influência dessa nova tecnologia na narrativa, na experiência da leitura e na absorção da história; afinal, mesmo o computador não oferecendo todas essas características ele permite outros tipos de interação com a história, que podem estimular de outras formas os sentidos humanos.

O LEITOR

Cada suporte de texto exige uma postura diferenciada do leitor. Com base nesse envolvimento no ato da leitura, Lucia Santaella (2005) categoriza tipos² de leitores. Como o livro impresso costuma ficar disponível ao sujeito, podendo ser revisitado sempre que necessário, pois se sabe exatamente onde ele está; é lido pelo que ela define como *leitor contemplativo ou mediativo*. Já o meio digital possui como protagonista o *leitor imersivo* que, a partir de diversas opções, busca o conhecimento, não se atendo mais a seguir sequencialmente as páginas, e sim, criando novas sequências, com um toque ou um clique. Este leitor até pode, como faz o *leitor contemplativo*, visitar o lugar onde estivera, entretanto, ele deve saber qual o caminho que o levou a esse lugar na primeira vez, para poder reencontrá-lo, caso ele ainda esteja disponibilizado na rede.

Com relação a essas maneiras de leitura, Arlindo Machado (1993) ilustra que quando se começa a estudar determinado assunto, inicialmente se tem apenas ideias vagas e desconectadas; sem conseguir formar um discurso sequencial, parte-se a uma série de leituras e conversas com outros pesquisadores, buscando, de diversas formas, ampliar suas referências e seu repertório de informações sobre essa nova área de interesse. Após um avanço no trabalho, passa-se a estabelecer relações entre os vários fragmentos desconectados. O *leitor imersivo*, definido por Santaella, realiza esse exercício de busca que as pessoas fazem naturalmente ao se interessar por um assunto; os sistemas de hipertexto permitem isso de uma maneira mais fácil, na medida em que já trazem possíveis ligações que interligam os conteúdos através de “elos” e palavras-chaves que se conectam por características em comum.

² A autora identifica três tipos de leitor; além do *contemplativo* e *imersivo*, explicados no corpo do texto, ela nomeia também o *leitor movente* ou *fragmentado*, como sendo aquele protagonista que precisa ter uma memória mais ágil e curta, característico de centros urbanos, um “leitor de formas, (...) direções, traços, cores, leitor de luzes que se acendem e se apagam” (SANTAELLA, 2004, p. 10).

O computador pode ser usado como uma ferramenta passiva, que serve apenas como suporte de outras mídias, entretanto essa utilização é criticada por Cauduro (In: LEVACOV; et al. 1998), que ressalta que deveria ser desenvolvida uma linguagem própria da informática que explorasse os novos caminhos que ela possibilita. Indo de encontro a Cauduro(In: LEVACOV; et al. 1998), Gruszynski e Golin (2006) analisam o problema de leituras longas, sublinhando que a dificuldade de ler na tela torna necessários recursos que possibilitem a impressão do documento, reafirmando o cenário híbrido em que se vive. Entretanto concordam com o autor ao afirmar que o ideal não seria haver simplesmente uma transposição do impresso para o digital ou do digital para o impresso, já que cada suporte exige do designer ações diferenciadas para melhorar a experiência da leitura. Nessa situação miscigenada fica o questionamento da finalidade do uso do computador; estaria este sendo utilizado para disseminar o texto em questão ou propor uma nova experiência de leitura?

Giselle Beiguelman (2010, Comunicação oral³) adverte que ao tentar utilizar todas as mídias disponíveis para um mesmo objetivo é necessário tomar cuidado para não cair em redundância, uma vez que mesmo sendo uma experiência distinta apreender uma história através de um filme, de um livro ou de outra maneira, é importante que a veiculação em mídias diferentes se complementem, ou seja, que adicionem informação de uma maneira que a experiência do destinatário seja mais bem realizada naquele suporte.

É pertinente ressaltar que ao lermos um livro não o fazemos apenas com os olhos, pois uma série de fatores interfere na percepção de determinado conteúdo. É diferente encontrar um texto solto na internet e encontrar o mesmo material em um livro reunido com outros assuntos pertinentes à área. Da mesma forma que o contexto em que o documento está inserido influencia na formação da hipótese sobre o que trata o texto, os elementos da página auxiliam nessa percepção; além dos elementos visuais, podem-se ressaltar detalhes que ativam outros sentidos, como o odor de páginas novas ou velhas, sua textura, o som destas ao serem folheadas ou as palavras ditas em voz alta para uma melhor compreensão, e, até mesmo, o sabor das páginas, que pode ser sentido ao se molhar o dedo para poder virá-las, ou ainda, do café, que se bebia para tirar o sono e

³ Informação fornecida por Giselle Beiguelman, Doutora em História Social pela USP, durante a mesa redonda **Projeto em Design**, em outubro de 2010, no 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 2010, que aconteceu em São Paulo.

continuar a leitura... (FARBIAZ In: COELHO; FARBIAZ, 2010) todos esses elementos que envolvem o momento da leitura influenciam no nível de fixação do conteúdo (MOREIRA; COSTA. 2010).

Condizendo com essa idéia de atmosfera para a leitura, Norman (2008) ensina a importância que o estado emocional exerce sobre a maneira de pensar e raciocinar e, ainda, mostra como o design pode influenciar as experiências vividas pelos destinatários. Moreira e Costa (2010), a partir de uma pesquisa de natureza experimental com dois grupos, comprovaram que a estimulação dos outros sentidos, principalmente o olfato, concomitante ao uso da visão fortifica a memória do indivíduo sobre o acontecimento em questão.

Com os recursos disponíveis, ainda não é possível o computador reproduzir todos os aromas perceptíveis ao olfato humano, mas existem outras formas que podem ser exploradas para oportunizar uma experiência diferenciada para o leitor *imersivo*. É possível oferecer ao usuário *links* para conhecer virtualmente o local em que se passava tal cena, interagir com os personagens – se transformar em um daqueles que já existia na história ou até criar um novo, escrever a história junto com o autor e outras tantas inimagináveis ações; mas, diante dessa paleta infinita de opções, surge um questionamento, que talvez só possa ser respondida com o passar do tempo: será que esse material continuará sendo equiparado a um livro?

CONCLUSÃO

Ainda é necessário aprofundar mais esta pesquisa e buscar dentro desse universo de possibilidades um conceito-chave que defina o que será considerado livro diante desta quarta revolução do mundo da escrita e da narrativa. Fica claro que cada suporte influencia o leitor de diversas maneiras, como por exemplo, na sua postura perante o texto e também na memorização do mesmo. Nesse futuro que estamos próximos o ideal seria desenvolver um livro híbrido, com uma versão específica para o meio impresso e outra voltada ao meio digital. Diante dessa migração de suporte o designer exerceria um papel fundamental, pois é um profissional que possui o conhecimento necessário para adaptar o

texto para cada mídia de acordo com a intenção da divulgação nas mesmas, privilegiando a experiência do usuário em cada meio de veiculação.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BEIGUELMAN, Giselle. **Projeto em Design**. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 9. , 2010, São Paulo. (Comunicação oral). 2010.

CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. Tradução por Fulvia M. L. Moretto. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

COELHO, Luiz Antonio Luzio; FABIARZ, Alexandre (Orgs.). **Design: Olhares sobre o livro**. Teresópolis: Editora Novas Ideias, 2010.

COSTA, Filipe Campelo Xavier da; MOREIRA, Bruna Ruschel. A influência dos sentidos vitais sobre as emoções e memórias dos usuários. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 9º., 2010, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de design no Brasil, 2010. P. 3264-3273

COUTINHO, Eduardo Granja; GONÇALVES, Márcio Souza (Orgs.). **Letra Impressa: comunicação, cultura e sociedade**. Porto Alegre: Sulina; 2009.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade**. Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2007.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; GOLIN, Cida. **Periódicos científicos: transição dos suportes impresso para o eletrônico e eficácia comunicacional**. In: UNIREVISTA - Vol. 1, nº 3:(julho 2006)

LEVACOV, Marília; et al. **Tendências na Comunicação**. Porto Alegre:L&PM, 1998. (tem vários autores)

LYONS, Martyn. **A palavra impressa: história da leitura no século XIX**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 1999.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário: O Desafio das poéticas tecnológicas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1993.

NORMAN, Donald A.. **Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Tradução por Ana Deiró. Rio de Janeiro; Rocco, 2008.

SANTAELLA, Lucia. **Os espaços líquidos da cibermídia**. In:Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2005. Disponível em: <www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em: 26 nov. 2009

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

**Design de narrativas audiovisuais para dispositivos
móveis (celular): interrelações das linguagens
cinematográfica e hipermediática**

Ursula Reichenbach e Rachel Zuanon

Universidade Anhembi Morumbi

reichenbach.u@gmail.com

Artigo apresentado durante o Simpósio

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

DESIGN DE NARRATIVAS AUDIOVISUAIS PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS (CELULAR): INTERRELAÇÕES DAS LINGUAGENS CINEMATOGRAFICA E HIPERMIDIÁTICA

Design of Audiovisual Narratives for Mobile Devices: The Interrelationship of Hypermedia and Cinema Languages

Ursula Reichenbach¹; Rachel Zuanon²

RESUMO

O presente artigo aborda e discute o design de narrativas interativas para dispositivos móveis (celular) por meio da compreensão da interrelação da linguagem hipermidiática e da cinematográfica. Para tanto, analisa e sintetiza potencialidades de três obras audiovisuais – *Memento* (Christopher Nolan, 2000), *Late Fragment* (Daryl Cloran, Anita Doron, Mathieu Guez, 2007), *Nine Lives* (Kenny Tan, 2007) – sob o ponto de vista da estrutura narrativa, da interatividade e da mobilidade, por meio de uma metodologia de pesquisa de caráter bibliográfico, exploratório e de estudo de caso.

Palavra-Chave: Design, narrativa audiovisual, mídias digitais interativas, dispositivos móveis (celular), linguagem cinematográfica, linguagem hipermidiática.

ABSTRACT

This paper presents and discusses the design of interactive narratives for mobile devices through the understanding of the interrelationship of cinema and hypermedia languages. Thus, it analyzes and schematizes the potentiality of three audiovisual narratives works – *Memento* (Christopher Nolan, 2000), *Late Fragment* (Daryl Cloran, Anita Doron, Mathieu Guez, 2007), *Nine Lives* (Kenny Tan, 2007) –, in the perspective of narrative structure, interactivity and mobility through an literature research, exploratory research and case study methodology.

Keywords: Design, audiovisual narrative, interactives digital medias, mobile devices, cinematographic language, hypermediatic language.

¹ Bolsista de iniciação científica e graduanda do 8º período em Design, habilitação em Design Digital, da Universidade Anhembi Morumbi. reichenbach.u@gmail.com.

² Pesquisadora e docente do Mestrado em Design da Universidade Anhembi Morumbi e orientadora da pesquisa de iniciação científica “A interrelação das linguagens cinematográfica e hipermidiática em dispositivos móveis (celular)”, que originou o artigo aqui apresentado. rzuanon@anhemi.br

INTRODUÇÃO

Dispositivos móveis, em contraste à maquinaria do cinema, propõem um contexto de uso em meio aos estímulos das cidades contemporâneas e uma interface de dimensão desproporcional relativa a este ambiente físico que a circunda. Este contexto, no qual a enunciação de uma narrativa audiovisual em dispositivos móveis se insere, o da “cibercidade”³ (LEMOS, 2009:45), caracteriza-se pelas “infra-estruturas de comunicação e informação”, que, a partir de dispositivos e redes como os celulares 3G⁴, GPS⁵, Palms⁶, etiquetas RFID⁷, e as redes Wi-Fi⁸, Wi-Max⁹, Bluetooth¹⁰, constitui a computação ubíqua¹¹. Tal argumento fortalece a proposta da cibercultura e promove, nesta sociedade em rede, a mobilidade. Assim expõem Deleuze e Guattari (1986):

(...) as práticas contemporâneas ligadas às tecnologias da cibercultura têm configurado a cultura contemporânea como uma cultura da mobilidade. Vários autores mostram como as sociedades contemporâneas estão imersas em um processo de territorialização ou desterritorialização sucessivas (DELEUZE e GUATTARI, 1986, apud LEMOS, 2004: 21).

Nesta pesquisa, tais discussões proporcionam reflexões a respeito da narrativa audiovisual em dispositivos móveis (celular) a partir interrelação da linguagem¹² hipermidiática¹³ e cinematográfica em três principais estudos: a narrativa não-linear como proposta, a interatividade como conceito associado às novas mídias e o dispositivo móvel como objeto de estudo.

Desta maneira, o presente artigo (I) analisa três obras audiovisuais – (1) *Memento* (Christopher Nolan, 2000), sob a perspectiva do roteiro linear e narrativa não-linear; (2) *Late Fragment* (Daryl Cloran, Anita Doron, Mathieu Guez, 2007), sob a perspectiva do roteiro e narrativa não-linear e interativo; e (3) *Nine Lives* (Kenny Tan, 2007), sob a perspectiva da narrativa não-linear, interativa e móvel; – e (II) discute potencialidades para o design de narrativas interativas para celular a partir da interação com a linguagem hipermidiática.

³ As metrópoles cibernéticas contemporâneas (LEMOS, 2009).

⁴ Terceira geração de padrões de tecnologia de telefonia móvel, cuja largura de banda para transmissão é muito maior que a mínima necessária (alta velocidade).

⁵ *Global Positioning System* – Sistema de Posicionamento Global. Sistema de navegação por satélite que permite a identificação da localização de receptores móveis, como o celular.

⁶ Palm ou PDA (Personal Digital Assistants): computador de tamanho reduzido, com possibilidade de interconexão com um computador pessoal e acesso à internet.

⁷ *Radio Frequency Identification* – Identificação por Rádio Frequência. Etiquetas com capacidade de armazenar dados e permitir a leitura remota destes via sinal de rádio.

⁸ Tecnologia de rede sem fio que permite a conexão local de computadores/dispositivos individuais ou em rede à internet por meio do protocolo IEEE 802.11.

⁹ *Worldwide Interoperability for Microwave Access* (Interoperabilidade Mundial para Acesso por Microondas). Consiste na tecnologia de banda larga sem-fio capaz de atuar como alternativa a tecnologias como cabo e DSL na construção de redes comunitárias.

¹⁰ Padrão de comunicação para a transmissão de dados entre dispositivos, com baixo consumo de energia e baixo alcance (de 1 a 100 metros).

¹¹ Tecnologia computacional inserida no ambiente físico, de modo a permitir o acesso às informações e, ao mesmo tempo, ser imperceptível ao usuário. (PREECE, 2005).

¹² A *linguagem* a qual a teoria do cinema se refere e discute é a linguagem enquanto sistema de signos para a narrativa. (PARENTE, 2000).

¹³ “(...) designa um tipo de escritura complexa, na qual diferentes blocos de informações estão interconectados.” (LEÃO 2005: 9) e “Com isso, os ‘elos’ entre os documentos propiciam um pensamento não-linear e multifacetado. (idem: 16). Compreende o seu design: interface, navegação, interação, informação.

NARRATIVAS AUDIOVISUAIS E DESIGN DE NARRATIVA: ESTUDOS DE CASO

A estrutura da narrativa se constrói a partir de um enunciado em potencial, uma “unidade real da comunicação discursiva”, constituído a partir dos limites definidos pela “alternância dos sujeitos do discurso” (BAKHTIN,2003:269): o “falante” e o “ouvinte”. Bakhtin (2003) esclarece que:

o enunciado não é uma unidade convencional, mas unidade real, precisamente delimitada da alternância dos sujeitos do discurso, a qual termina com a transmissão da palavra ao outro, por mais silencioso que seja o “dixi” percebido pelos ouvintes (como sinal) de que o falante terminou. (BAKHTIN, 2003:275)

Esta teoria do enunciado, aplicado à compreensão do *cinema realista e linear* defende a técnica das transições¹⁴ para esta linguagem: antecipando ao espectador a transposição de tempo-espço “inteiramente novo”, como um “fim definitivo da cena” (GOSCIOLA, 2003).

Entretanto, tecnicamente, a estrutura não-linear reforça a importância das “unidades de discurso” para o enunciado, reduz a das técnicas de transição, e intensifica as possibilidades de inter-relações entre as unidades de discurso. Como defende Goisciola(2003):

(...) para produções audiovisuais (...) todo roteiro descreve uma trajetória demarcada por links. Além da organização da sentença e da pontuação, há outros princípios básicos, especialmente para a prosa, que são entendidos como link. (...) o link, ou o intervalo, entre as frases, diálogos ou parágrafos, pode sustentar o sentido proposto pelos conteúdos inter-relacionados; (...) o link pode manter a situação emocional de uma estrutura dramática. É pelo princípio da continuidade entre as frases, os diálogos ou os parágrafos que se prolonga ou não uma situação dramática, o desenvolvimento de um conteúdo. (GOSCIOLA, 2003: 123).

Desta maneira, obras audiovisuais não-lineares discursam e se estruturam a partir do reforço do design para a construção de possibilidades de inter-relações entre estas unidades de discurso. *Memento (2000)* demonstra estes princípios. Esta obra narra a história do personagem Leonard Shelby que, desde o estupro e assassinato de sua esposa, sofre de amnésia anterógrada. Incapaz de adquirir novas memórias, Shelby investiga a respeito do crime e escreve as pistas do assassino em tatuagens corporais e fotografias, a fim de vingar-se.

Narrada em fragmentos distintos intercalados, esta obra audiovisual é regida por dois princípios diferenciados de continuidade entre si: a cronológica e anacrônica¹⁵. A primeira seqüência expõe o princípio de continuidade que rege as partes da narrativa anacrônica de *Memento*: percorrida em sentido inverso (*Figura 1*), apresenta primeiramente o protagonista revelando a imagem do crime para, então, seqüencialmente descrever o ato do crime.

¹⁴ As técnicas de transição constituem-se em: fusão, *dissolve (fade-in, fade-out)*, elipse, corte brusco. (GOSCIOLA, 2003:123-127).

¹⁵ Decrescente. Fora do tempo seqüencial crescente.



Figura 1 – Primeira cena da obra de tratamento colorido e princípio de continuidade anacrônico. Fonte: *Memento* (2000)

Estas cenas coloridas fragmentadas, intercaladas com cenas em preto e branco, são ordenadas em uma cronologia anacrônica, em uma função $f(n \leq x \rightarrow 0) = (1, n_{n \leq x}, n_{n \leq x-1}, n_{n \leq x-2}, \dots 0)$. Ou seja, a narrativa partida em n até x vezes, se inicia com o final da história $n=1$ e retoma ao seu começo, tendendo à origem $n=0$.

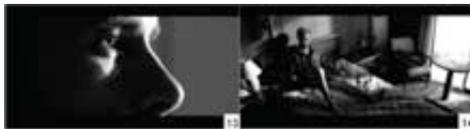


Figura 2 – Sequência 2, cenas em preto e branco. Fonte: *Memento* (2000)

Já as cenas em preto e branco, embora fragmentadas e intercaladas, são ordenadas em um princípio cronológico (sequencial), em uma função $f(n \leq x \rightarrow 1) = (0, n_{n \leq x}, n_{n \leq x+1}, n_{n \leq x+2}, \dots 1)$. Em outras palavras, a narrativa fragmentada n até x vezes, é iniciada na posição zero $n=0$ e finalizada em $n=1$.

Desta maneira, as narrativas são percebidas e organizadas em dois tempos narrativos (físico e psicológico¹⁶), duas linguagens estéticas (colorido e preto e branco) e dois princípios de continuidade¹⁷ (anacrônico e cronológico). Em suma, *Memento* constitui-se em uma **narrativa fragmentada**, que propõe a sua reconstrução a partir de *flashbacks*. Assim, ao contrário do cinema contínuo, esta obra audiovisual¹⁸ propõe a máxima¹⁹ da narrativa por desconstrução, na qual a descontinuidade espaço-temporal forja uma experiência intelectual, “ajudando-o a interpretar os fatos narrados” (GOSCIOLA, 2003:112).

Sob o ponto de vista da narrativa não-linear e interativa, *Late Fragment* (2007) permite, no contexto de um meio procedimental²⁰, a interatividade não apenas cognitiva e sim física. Esta

¹⁶ Estes tempos se cruzam e se invertem no discurso avançado da narrativa. Para um estudo de design de narrativa interativa para dispositivos móveis (celular) esta inversão reforça a técnica de imersão cognitiva para produção de sentido.

¹⁷ Relação entre as cenas de mesmo tempo narrativo e estética

¹⁸ Cf. cinema clássico. (GOSCIOLA, 2003:19)

¹⁹ Por não ser somente um contraponto ao cinema clássico e contínuo – o qual insere eventos e planos distintos, faz uso de fusões, fracionamento de imagens, câmera lenta e acelerações, na proposta de descontinuidade de tempo e espaço – e sim pela construção de narrativas não-lineares por meio de unidades discursivas conectadas por meio de signos repetidos.

²⁰ Propriedade essencial do meio digital: dá-se a capacidade de executar uma série de regras (concebidas via programação). (MURRAY,2003)

obra narra as histórias de três personagens desconhecidas entre si que se encontram em um mesmo presídio, no qual integram um grupo de justiça restaurativa²¹.



Figura 3 – Personagens protagonistas (2-4) no grupo de justiça restaurativa com o facilitador (1). Fonte: *Late Fragment* (2007)

A atividade cognitiva em *Late Fragment* (2007) é promovida tecnicamente por meio da estrutura narrativa – que considera o cenário comum entre os dramas das personagens e determina a alternância na seqüência da apresentação entre estes, sobretudo no caso da ausência de interatividade. Em outras palavras, a estrutura **narrativa paralela**, na qual a duração e a magnitude dos fragmentos são indeterminados²², promove a atividade cognitiva de reconstrução das relações e causas entre e dos personagens. A proposta interativa de “navegar entre as histórias” (LATEFRAGMENT, online, 2011)²³, por sua vez, ocorre em duas interfaces²⁴: (1) por meio do menu do DVD²⁵; (2) e por meio da interação direta e pontual sobre a interface da obra, cuja seqüência é definida pelo momento do clique: a composição de tela apresenta as **áreas variáveis** – nas quais os personagens são considerados como áreas clicáveis – e **instâncias variáveis** – nas quais o momento da interação determina a cena subsequente. A não interação do usuário com a interface promove o desencadeamento seqüencial intercalado entre as histórias. E em alguns momentos de sessão em grupo da justiça restaurativa, imagens em *loops* obrigam o interator a escolher entre dois personagens. Esta construção procedimental e proposta de design de interação é defendida por pesquisadores da área da Interação Homem-Computador (IHC):

[Brenda] Laurel alia o conceito de interatividade contínua ao conceito da primazia da ação desenvolvida a partir das idéias de transparência, de Susan Bødker, e de envolvimento direto, de Donald Norman. Ela defende a interação com a interface como uma atividade cognitiva e a prioridade da ação em atividades humano-computador. Assim se configura o computador como um meio e não como uma ferramenta, sem quebrar a imersão do usuário. Isso significa envolver o usuário de alguma forma que ele não perceba que existe uma interface – invisível – entre ele e a história da qual está participando. (...) (GOSCIOLA, 2003:89)

²¹ Grupo no qual indivíduos que se envolveram em crimes, com a ajuda de um facilitador, participam ativamente na resolução de conflitos subsequentes.

²² O cronometro regride e avança valores cada vez que uma próxima seqüência é exposta. “Magnitude” refere-se tanto à grandeza quanto à importância da unidade de discurso para o drama. A grandeza/duração das cenas acaba provocando uma incerteza de interação na ânsia de obter informações e, conseqüentemente, no descontrolo da ordem da trama.

²³ Disponível em < <http://latefragment.com/> > acesso em 10 Jan. 2011.

²⁴ “A interface é, por definição, a área de comunicação entre homem e a máquina” (ROYO, 2008:89) Assim, a interface atua como “uma espécie de tradutor” (JOHNSON, 2001:17)

²⁵ com o qual existe a possibilidade de iniciar a narrativa pelos capítulos, pelos personagens, pelos encontros da justiça restaurativa, assistir a seqüência de abertura ou os créditos.

Já sob o ponto de vista da narrativa não-linear, interativa e móvel, *Nine Lives* (2007)²⁶ permite a interatividade física-espacial²⁷ emergida a partir do **conceito** do *Location Based Mobile Cinema*²⁸ e viabilizada por meio da **tecnologia** do dispositivo móvel com GPS²⁹ somado a um software³⁰ leitor dos fragmentos da obra audiovisual, conforme a localização do interator. Para a técnica de fragmentação da história em unidades discursivas, a obra considera a teoria da estrutura narrativa de Gustav Freytag (GANCHO, 2006), que compreende *a exposição, a complicação, o clímax e o desfecho* da cena.³¹



Figura 4 – Sequência de abertura da obra. Fonte: *Nine Lives* (2007)

A *Figura 4* corresponde à seqüência de abertura da obra, cujo propósito satisfaz a *exposição* dos personagens (imagens de 2 a 11) e o *clímax* (imagem 1), no qual o protagonista foge desorientado pela cidade. Esta interface é apresentada toda vez que o sistema identifica uma nova posição espacial urbana do usuário, entre as nove zonas da cidade, e o fragmento correspondente é somado a cada enunciação. O *desfecho* da obra, no qual o protagonista é apresentado amaldiçoando o gato místico pelos acontecimentos e descobrindo sua verdadeira valia, é disponibilizado ao interator para que este possa assisti-lo ou não a qualquer instante. A *complicação* corresponde a nove fragmentos (ponto de vistas³²), cujas óticas experimentam um mesmo fenômeno: o crime que envolve trocas por engano e a injusta perseguição.

²⁶ Direção e roteiro de Kenny Tan, produção de Scott Hessels, e colaboração de estudantes de arte e engenharia da Universidade Tecnológica Nanyang no Singapura

²⁷ Coordenadas latitudinal e longitudinal no espaço físico do interator determinam enunciação.

²⁸ *Cinema de Celular Baseado em Localização*. Conceito explícito à própria obra e difundido pela GPSFILM, cujo princípio interativo para a visualização de fragmentos da narrativa se dá por meio da locomoção do interator pelo espaço urbano: as coordenadas da posição do usuário, bem como seu tempo de permanência nestes espaços revelam conteúdo correspondente e proporcional. Assim, tempo necessário para o trânsito de uma zona à outra – possui cerca de 5 minutos de vídeo relevante para a narrativa, o restante é transmitido conforme a mobilidade do interator. Embora a enunciação, nestas condições, ocorra de forma automática, é possível também que o interator utilize o software GPSFILM para selecionar a zona no mapa para rever alguma seqüência. Nestes casos, os paradigmas de interação correspondem aos dos dispositivos móveis: por meio de teclado físico determina-se a posição da área ativa.

²⁹ GPS: *Global Positioning System* – Sistema de Posicionamento Global.

³⁰ Software *Open-Source* para Windows Mobile . GPS FILM: LOCATION BASED MOBILE CINEMA. Disponível em <<http://dshessels.com/artworks/gpsfilm/index.html>> acesso em 10. Jan. 2011.

³¹ exposição (situa o espectador, fatos iniciais), complicação (desenvolve conflito), clímax (tenciona o drama, ponto de referência) e desfecho (soluciona o conflito). GANCHO, Cândida Valadares. *Como analisar narrativas*. 9 ed. São Paulo: Ática, 2006.

³² A expressão “ponto de vista” refere-se à idéia de cada personagem coadjuvante (inclusive o próprio objeto promotor do conflito – o gato místico contido na mala) agregar valor (juízo e/ou informação) ao drama cômico, na qual a câmera permanece subjetiva.



Figura 5 – Mapa de Navegação do Filme interativo com as cenas correspondentes a cada quadrante (Q)
Fonte:GPSFILM

Como ilustra a *Figura 5*, cada quadrante do mapa da cidade possui uma unidade de discurso (a), um personagem interpretante (b) e uma razão de locomoção (c)³³, por exemplo, o quadrante 1 – no qual “um crime” é testemunhado por uma senhora, a qual alerta o protagonista a respeito da troca proposital de sua mochila pelo criminoso, que, então, foge assustado. Em outras palavras, *Nine Lives* apresenta uma estrutura **narrativa cubista**³⁴, que promove a atividade cognitiva da reconstrução da história a partir de perspectivas sob um mesmo fenômeno. Nesta estrutura, embora a obra exiba a cada fragmento um horário, não se faz necessária a construção do discurso por meio de uma seqüência linear, pois cada fragmento constitui-se em um enunciado, ou seja, em uma “unidade da comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2003:270), cujas magnitudes se equivalem entre si e somados compõem a mesma unidade dramática – a complicação.

A todo este contexto, somam-se, ainda, os planos³⁵. A obra apresenta uma técnica de multiexposição do conteúdo, ou seja, o encadeamento de telas em *Split Screen* (GOISCIOLA, 2003), cuja finalidade compõe duas variáveis: a expressão estética-dramática (*Figura 6*) e a função narrativa (*Figura 7*).



Figura 6 – Imagens distintas da seqüência de Chinatown. Split Screen de função estética-dramática. Fonte: GPSFILM

A exemplo desta cena (*Figura 6*), a função da técnica de multiexposição para a expressão estética-dramática reside na dramatização do conflito da narrativa, na qual o protagonista é acusado por todos coadjuvantes: apresentado no centro da interface o personagem principal representa o foco de atenção enquanto os outros o apontam.

³³ Com exceção da narrativa em Pearl's Hill (Q4) que ocorre “há 45 anos” e que apresenta o motivo do conflito.

³⁴ O termo “cubista”, neste caso, refere-se aos conceitos [grifo nosso] particulares e latentes do movimento artístico do Cubismo (1907-1914): simultaneidade de perspectivas sob um mesmo objeto.

³⁵ Consiste no enquadramento de um ou mais elementos no quadro visual da tela cinematográfica.



Figura 7 – Imagens distintas da seqüência de Chinatown. Split Screen de função narrativa. Fonte: GPSFILM

Já o *Split Screen* de função narrativa (Figura 7), permite enunciar a seqüência dos fatos e o encadeamento de ações, como por exemplo, quando a personagem do quadrante esquerdo se relaciona com a cena paralela por meio do texto da sua fala (Imagem 1), ou quando a relação entre os personagens localizados nos distintos quadrantes ocorre pela troca de olhares. Enquanto no primeiro caso, a multiexposição não representa uma problemática para a enunciação – visto que seu propósito restringe-se ao exagero dramático-artístico –, no segundo, a redução dos planos representa uma diminuição sensível da visibilidade dos elementos narrativos, o que, conseqüentemente, pode comprometer o entendimento da narrativa.

DESIGN DE NARRATIVA INTERATIVA MÓVEL

Narrativas interativas móveis se estruturam em hipertexto³⁶, de forma que os links³⁷ entre as unidades de discurso se formalizam, entre outros, por meio: da **(I)** repetição de signos³⁸ – como em *Memento* (2000), seja pelo tratamento das imagens³⁹, para a distinção entre as narrativas de princípio anacrônico e cronológico, seja pelos fenômenos⁴⁰ (objetos e acontecimentos) associados, como no caso das fotografias; da **(II)** relação entre as unidades discursivas paralelas confluindo em uma unidade discursiva comum – como em *Late Fragment* (2007) no qual três personagens (unidades discursivas paralelas) se encontram no grupo de justiça restaurativa (unidade discursiva comum); ou da **(III)** constância de fenômeno – como em *Nine Lives* (2007) o qual enuncia diversas narrativas a respeito de um mesmo crime. Somada a estas associações, o design de narrativas para os dispositivos móveis considera, ainda, a estética paradoxal – como em *Late Fragment* (2007), construída na contradição dos enunciados – e a estética linear – como em *Nine Lives* (2007), expressa na estrutura dramática (*exposição, complicação, clímax e desfecho*) que também designa o tipo de interação e acesso a estas partes.

³⁶ "(...) um método intuitivo de estruturação e acesso à base de dados multimídia (...) um sistema de auxílio à argumentação" (PARENTE, 1999:80) PARENTE, André. *Narrativa e modernidade: Os cinemas não-narrativos do pós guerra*. Tradução: Eloisa Araújo Ribeiro. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

³⁷ "(...) link é o elemento de ligação entre os conteúdos" (GOSCIOLA, 2003:80)

³⁸ "(...) um estímulo, (...) uma substância sensível (...) que tem por função evocar por vista a uma comunicação" (GUIRAUD, 1973:35)

³⁹ Como exemplo de *signos expressivos*, perceptível pelos sentidos, com efeito de experiência estética (GUIRAUD, 1973)

⁴⁰ Pertencentes aos *signos lógicos*, com propósito de "significar a experiência objetiva" (GUIRAUD, 1973:65)

A partir deste contexto, é possível esclarecer que, enquanto a narrativa interativa, a partir de estruturas não-lineares, reforça as unidades de discurso para promover o enunciado, o design de narrativa móvel organiza as informações destas unidades de forma hierarquizada – nas quais as primeiras instâncias revelam o assunto mais relevante –, dada a necessidade de considerar o contexto de uso do dispositivo móvel em meio a estímulos externos de duração indeterminada. Assim, argumenta-se que a proposta de interatividade das narrativas no contexto da mobilidade se transfigura, visto que a fragmentação da percepção do espectador requer narrativas cujas funções estão prioritariamente pautadas na imersão⁴¹ cognitiva e menos na emotiva.

Já a imprevisibilidade da narrativa interativa quando transposta para o contexto da mobilidade se configura como em *Nine Lives* (2007), no qual a interface do mapa, dividida em zonas e quantidades correspondentes de enunciados, permite interagir de forma metódica, propondo por isso, apenas algumas analogias com os princípios do *Rizoma*. O primeiro princípio, o de (I) *linha fuga* – “aquilo que aumenta o número de conexões a cada nível da divisão ou da composição” (DELEUZE E GUATTARI, 1997:197) –, permite diferentes enunciações em conformidade com o deslocamento do interator pelo espaço urbano. Os princípios de *conexão e de heterogeneidade (II)* – “qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo” (DELEUZE E GUATTARI, 1995:15-16) – aplicados ao design da narrativa móvel garantem a navegação/ o acesso às enunciações distribuídas no espaço físico. E, por último, o princípio de *multiplicidade (III)* – por meio do qual “(...) não tem nem sujeito nem objeto, mas somente determinações, grandezas, dimensões que não podem crescer sem que mude de natureza (as leis de combinação crescem então com a multiplicidade).” (ibidem) – assegura que as enunciações formalizem um discurso lógico ao enredo e permite que a mobilidade múltipla (trânsito na mesma latitude e longitude realizado diversas vezes) enuncie narrativas com pequenas alterações de significado ou que, ainda, considere o fator *tempo* como variável de um mesmo fenômeno.

Neste sentido, é possível identificar duas formas de interatividade no design de narrativas interativas móveis: uma pela navegação na relação espaço-narrativa – como em *Nine Lives* – e outra sobre a interface digital – como em *Late Fragment*. Entretanto, esta última proposta de interatividade, questiona a utilização de *Split Screen*, a exemplo de *Nine Lives* (2007), visto que este artifício reduz ainda mais a área de visualização e interação.

⁴¹ Refere-se ao conceito de estar submerso na água, “sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha” (MURRAY, 2003 :102) na qual “(...) não existe um relacionamento simples do tipo ‘ou...ou’ entre a distancia crítica e a imersão (...) um processo intelectualmente estimulante” (GRAU, 2007: 30)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O contexto de uso dos dispositivos móveis, no qual a percepção do interator se dispersa em meio a estímulos externos, formaliza uma nova proposta imersiva, não mais hipnótica como no cinema da sala escura, e que requer uma maior atividade cognitiva do usuário, em virtude da natureza fragmentada da narrativa móvel. Para tanto, o design de narrativa interativa móvel avalia a relevância de cada fragmento – unidades de discursos - e as organiza em função do tempo. A relação entre estas se estabelecem por meio: de repetições de signos – elementos de cenas –; de relações entre unidades discursivas – cena central composta por diversos personagens que possuem narrativa própria –; ou ainda, por meio de um personagem ou acontecimento chave que perpassa todas as cenas da narrativa. A interatividade do usuário, por sua vez, ocorre por meio de sua interação sobre a interface digital, bem como na sua relação com o tempo-espaço da narrativa. Ambas as ações são concomitantes ao seu deslocamento físico pelo espaço urbano.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. *Os Gêneros do Discurso*. In: BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. *Estética da Criação Verbal*. 4 ed. São Paulo: Martin Fontes, 2003. p.261-306.
- DELEUZE, Gilles. *Mil platôs - capitalismo e esquizofrenia*, vol. 1 / Gilles Deleuze, Félix Guattari; tradução de Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. — São Paulo: Ed. 34, 1995.
- _____. *Mil platôs - capitalismo e esquizofrenia*, vol. 5 / Gilles Deleuze, Félix Guattari; tradução de Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. — São Paulo: Ed. 34, 1997.
- GOSCIOLA, Vicente. *Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.
- GRAU, Oliver. *Arte virtual: da ilusão à imersão*. Tradução: Cristina Pescador, Flávia Gisela Saretta, Jussânia Costmilan. São Paulo: Editora UNESP: Editora SENAC São Paulo, 2007.
- GUIRAUD, Pierre. *A Semiologia*. Tradução: Filipe C.M. Silva. Lisboa: Editora Presença, 1973.
- LE MOS, André. *Cibercultura e mobilidade: era da conexão*. In: Leão, Lúcia (org). *Derivas: cartografias do ciberespaço*. São Paulo, Annabulmme; SENAC, 2004.
- _____. *Cidade e Mobilidade*. In: APROPRIAÇÃO do (in)comum: espaço público e privado em tempos da mobilidade. Organização: Giselle Beiguelman (et. al) São Paulo: Instituto Sergio Motta, 2009.
- MURRAY, Janet H. *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. Tradução: Elissa Khnoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural, Unesp, 2003.

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

11, 12 e 13 de maio de 2011

Auditório Rio Datacenter (RDC), PUC-Rio

Por uma antropologia social do design brasileiro

Zoy Anastassakis

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social-Museu
Nacional/UFRJ

zoy74@terra.com.br

IX Simpósio Interdisciplinar do LaRS: palavras e coisas

Rio de Janeiro: Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, 2011.

ISBN: 978-85-99959-12-1

www.simposiodesign.com.br

Esta obra é protegida pela lei de direitos autorais

Em consideração aos princípios que vêm sendo adotados pelo LaRS, não há um formato padrão para os arquivos, respeitando-se as características individuais.



Departamento de Artes & Design

Autora: Zoy Anastassakis

Titulação: Designer (ESDI/UERJ, 1999), mestre em antropologia social e doutoranda em antropologia (PPGAS-MN/UFRJ). Professora do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio.

Título: Por uma antropologia social do design brasileiro

Resumo

Nesta comunicação apresento os resultados parciais da pesquisa desenvolvida no âmbito do curso de doutorado em antropologia, realizado no PPGAS-MN/UFRJ, em que me dedico à construção de um olhar antropológico sobre a disciplina do design no Brasil. Propondo tomar a disciplina como ponto de partida para o exame das relações entre ela e os processos de formação de uma identidade nacional brasileira, observo a institucionalização do design como campo profissional e acadêmico face ao contexto sócio-cultural em que ela ocorreu, buscando desenvolver uma antropologia social do design brasileiro.

Abstract

This paper presents some partial results of the research carried out within the anthropology PhD course, held in PPGAS-MN/UFRJ, in which I dedicate to the construction of an anthropological review of the design discipline in Brazil. Proposing to take the design discipline as a starting point for examining its relationship with the Brazilian national identity, I observe the institutionalization of design as a professional and as an academic field face to the socio-cultural context in which it has occurred, in order to develop a social anthropology of Brazilian design.

Palavras-chave: Aloísio Magalhães - Lina Bo Bardi - design brasileiro - antropologia

Nesta comunicação apresento os resultados parciais da pesquisa de doutorado em antropologia, onde proponho um comentário (Foucault, 1996), ou a construção de um olhar antropológico sobre a disciplina (Peirano, 2006) do design no Brasil. Seguindo algumas pistas encontradas no trabalho da antropóloga Mariza Peirano, tomo a disciplina como ponto de partida para examinar as relações entre ela e os processos de formação de uma identidade nacional brasileira. Observando a institucionalização do design como campo profissional e acadêmico no país, busco desenvolver uma antropologia social do design brasileiro.

Buscando dialogar com algumas séries descontínuas de discursos (Foucault, 2007), articuladas por diversos atores-autores no campo do design brasileiro, em diferentes momentos e contextos, tenho por objetivo expandir o diálogo, colocando em diálogo. Nesse sentido, elejo como interlocutores tanto os produtores de uma reflexão sobre o design brasileiro hoje, quanto alguns designers que são eleitos por eles como os principais articuladores de uma ampliação do espectro de atuação e discussão sobre o design no Brasil, bem como alguns cientistas sociais que têm se dedicado a investigar as relações que diversos ramos do conhecimento têm estabelecido com o contexto nacional brasileiro e com projetos de modernidade.

Seguindo algumas pistas encontradas em Peirano (2006), em um projeto de auto-consciência crítica estudo o meu próprio grupo de formação (sou designer, formada pela ESDI/UERJ, em 1999). Ao me aproximar de uma perspectiva antropológica - utilizando a antropologia como um dispositivo de distanciamento crítico, proponho integrar perspectivas de dentro e de fora, com os objetivos de problematizar alguns mitos associados ao momento sociogenético da disciplina do design no Brasil, e também de ampliar os limites que conformam as fronteiras do design no país hoje.

Assim, pretendo colaborar com a construção de uma identidade disciplinar para o design brasileiro, seguindo as trilhas abertas por alguns colegas e professores que têm levantado perguntas e problemas aos quais o meu próprio questionamento busca se alinhar. Dessa forma, sinto-me obrigada a apresentar e discutir, contribuindo para o seu adensamento, os questionamentos teóricos herdados por mim, enquanto designer. Ou seja, é preciso, antes de mais nada, explicitar os contextos de interação a partir de onde discuto.

Aceitando a provocação de Peirano, que discute as questões enfrentadas por um 'nativo' que busca construir uma visada antropológica sobre o seu próprio grupo ou sociedade, lanço-me ao desafio proposto buscando elaborar alguns sentidos perdidos através de um engajamento dialógico com múltiplas fontes e perspectivas. Nesse sentido, busco construir uma leitura crítica sobre algumas questões e temáticas obrigatórias no que tange às relações do design com o contexto brasileiro.

Quando iniciei o mestrado, interessou-me investigar questões relacionadas às políticas de preservação do patrimônio cultural. Em meio às leituras sobre o tema, me deparei com a referência a Aloísio Magalhães, que era, para mim, até então, um designer. Mas, naquela bibliografia, seu nome estava associado a uma mudança de paradigma no campo das políticas

de preservação do patrimônio cultural no país, no sentido de uma orientação ‘antropológica’ que aquela política teria adotado a partir de sua entrada em campo. Interessada em entender a presença do designer no campo das políticas culturais, investi em um aprofundamento da pesquisa sobre o tema.

Entre as narrativas sobre as políticas públicas de preservação do patrimônio cultural no Brasil há um consenso quanto a delimitação histórica de duas fases – a ‘heróica’ e a ‘moderna’, segundo as quais a trajetória dessas políticas teria sido organizada. Em um primeiro momento, iniciado com a criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Sphan) em 1937, o ‘patrimônio’, orientando segundo um paradigma histórico, teria voltado sua atenção para a proteção dos bens ‘de pedra e cal’. Nesta fase, denominada de ‘heróica’, compunha o quadro do Sphan uma série de intelectuais ligados ao movimento moderno brasileiro, entre eles o arquiteto e urbanista Lúcio Costa.

Ainda segundo aquelas narrativas, é consensual a percepção de que o ano de 1979 seria o marco divisor entre a fase ‘heróica’ e a fase ‘moderna’, que, orientada segundo um paradigma antropológico, teria ampliado o conceito de patrimônio cultural, incorporando, progressivamente, bens de natureza imaterial ou intangível. Em 1979, foi nomeado presidente do Iphan o designer pernambucano Aloísio Magalhães.

Interessada em compreender os parâmetros a partir dos quais se reorganizaram as políticas de patrimônio cultural no Brasil a partir do fim da década de 1970, e, mais exatamente, em compreender de que modo se operou a ‘virada antropológica’ dessas políticas, iniciei a pesquisa que resultou em uma dissertação sobre o CNRC (Anastassakis, 2007). Naquele momento, interessava problematizar a associação de uma perspectiva histórica das políticas de preservação do patrimônio cultural ao nome de um arquiteto modernista e, face a isso, a vinculação do marco de transformação daquela perspectiva - para uma orientada segundo paradigmas antropológicos, ao nome de um designer.

A primeira questão que se colocava era: o que aconteceu na segunda metade dos anos 1970 para que uma política orientada segundo uma visão histórica fosse reformulada a partir de uma mirada antropológica? Acompanhada dessa questão, estava uma outra, mais curiosa ainda: como e por que se associava a primeira perspectiva à arquitetura moderna brasileira e a segunda ao desenho industrial?

Com essas inquietações, comecei a investigar a atuação de Aloísio Magalhães na área das políticas culturais e, mais precisamente, à frente do CNRC. Pesquisando sobre o órgão, notei que a literatura sobre o patrimônio cultural brasileiro considerava-o como o

embrião, ou o ‘locus de experimentação’, das propostas que o pernambucano leva para a esfera oficial, quando assume a presidência do Iphan, em 1979. Ora, se foi no período compreendido entre 1975 e 1979 que se gestou uma nova conceituação do patrimônio cultural no país, me pareceu que aprofundar a pesquisa sobre aquela experiência seria um passo fundamental para a compreensão da perspectiva que se instaura durante a fase ‘moderna’ do patrimônio.

Me debruçando sobre aquela literatura notei que o CNRC é tomado como mais um episódio da trajetória das políticas oficiais de patrimônio cultural, vinculadas, desde 1937, ao Iphan e, por extensão, ao Ministério de Educação e Cultura. Contudo, conforme aprofundava as leituras sobre o tema, tal inserção soava como uma indexação forçada, anacrônica. Quando tive acesso aos documentos produzidos pelo Centro, percebi que sua proposta inicial era outra, desvinculada, a princípio, das questões que regiam o campo do patrimônio cultural.

A partir de tal constatação, decidi ensaiar um movimento diverso do seguido pela literatura associada ao patrimônio cultural no que tange à reflexão sobre o CNRC. Considerei retirá-lo do quadro das políticas públicas de preservação cultural, e pesquisar, a partir do material produzido pelo Centro, as justificativas de sua criação e as questões que norteavam aquela iniciativa.

Pesquisando sobre o CNRC, e buscando compreender o cerne de um (dito) ‘novo paradigma antropológico’ associado às políticas culturais veiculadas pelo Iphan a partir da administração de Aloísio Magalhães, não encontrei menções significativas à antropologia, mas, sim, ao design. Observei que o que foi tomado (pela literatura corrente) como ‘paradigma antropológico’ – associado às idéias e ações de Aloísio – era, em sua concepção original, uma tentativa de busca por um design propriamente nacional.

Assim, explorei a hipótese de que Aloísio Magalhães entrou para o campo das políticas culturais pensando em design e em projeto, e não em antropologia - especulando que talvez a sua concepção de design fosse tal que suscitasse associações diretas com a disciplina antropológica. Nessa medida, interessava, então, investigar em profundidade no que consistia a concepção de design elaborada por Aloísio.

Nesse caso, por razões que merecem ser consideradas em maior profundidade, percebo que as fronteiras entre design e antropologia não são tão facilmente delimitáveis. Ou melhor, o que tem sido lido (pela literatura sobre patrimônio cultural no Brasil) como perspectiva antropológica, pode ser também compreendido também como uma visão de design.

A partir dessas observações, me propus a refletir sobre as questões que estão

envolvidas quando se toma por ‘antropológico’ um discurso que se formula a partir do campo do design. Em funções de tais questionamentos, decidi avançar em uma investigação mais detalhada sobre o pensamento social de Aloísio Magalhães, considerando-o, a princípio, como um pensamento social de design.

Em um texto de 1977, Aloísio cita um artigo da arquiteta italiana Lina Bo Bardi, publicado no ano anterior. A partir da leitura desse e de outros textos de Lina, e também da observação de que a Lina, assim como a Aloísio, uma determinada literatura (seja com fins acadêmicos ou políticos) atribui a responsabilidade por uma ‘virada antropológica’ (no caso dela, em torno da compreensão do que deve ser a arquitetura brasileira, mas também em relação a uma proposta para o artesanato e toda a produção cultural popular), decidi associar à pesquisa sobre o pensamento do designer pernambucano uma investigação sobre as questões discutidas pela arquiteta italiana.

A decisão em pesquisar comparativamente as proposições e as trajetórias de ambos se mostrou ainda mais acertada depois de um primeiro exame das literaturas sobre a história do design e da arquitetura no Brasil, em que diversos pesquisadores têm associado as propostas de Lina e de Aloísio. Realizando pesquisa de campo em encontros ligados às políticas culturais em diversos locais e em diferentes instâncias, ouvi os nomes de Lina e Aloísio citados de forma casada inúmeras vezes, como se estivesse ‘no ar’, e interessando a uma série de diferentes agentes, a idéia de que Lina e Aloísio são ‘bons para pensar’ uma série de questões ainda hoje, na área de políticas culturais.

A partir de tais questionamentos, decidi aprofundar a pesquisa sobre os pensamentos de Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães, e, mais especificamente, no que tange às possibilidades de vinculação entre design e identidade nacional, no Brasil, no contexto das décadas de 1950 a 1980. Nesse período de tempo, tanto Lina quanto Aloísio estavam envolvidos em projetos que buscavam criar soluções alternativas para a questão da produção nacional. Tanto ele quanto ela elaboravam articulações entre as produções industrial e artesanal, ela transitando no eixo Roma-São Paulo-Salvador, ele no eixo Recife-Rio de Janeiro-Brasília. Ambos desenvolveram iniciativas no âmbito da produção cultural, em articulação com as áreas de artesanato, cultura popular, indústria, comércio e tecnologia, e com o campo político.

Suas reflexões transbordaram as áreas específicas de suas atuações profissionais, espalhando-se para áreas contíguas a elas - ambos agiram no sentido de um transbordamento de sua prática profissional, em direção à reflexão e à busca por soluções para a questão do

desenvolvimento nacional, articulado, em seus pontos-de-vista, necessariamente, aos valores culturais do país.

Estando dentro das instituições que viabilizaram o diálogo Brasil-Alemanha (ela no IAC-MASP e no MAM-BA, ele no MAM-RJ e na ESDI), sendo figuras estratégicas para a criação do ambiente de design no Brasil, Lina e Aloísio não se furtaram a problematizar as consequências da transposição do modelo ulmiano para o contexto brasileiro, buscando nos EUA, na Itália e no contexto popular nacional o suporte para o desenvolvimento de outras perspectivas para a prática projetiva no país.

Em momentos diferentes - ela na Salvador dos anos 1960, ele no Rio de Janeiro ao longo daquela década e, de forma mais objetiva, na Brasília dos anos 1970, os dois chegaram a romper (de forma mais ou menos explícita) com a posição majoritária vigente no projeto de instalação do design, tal qual ele foi levado a cabo no país, propondo, cada um a seu modo, alternativas - tanto para a prática projetual, quanto para o ensino e para a pesquisa em design.

É curioso perceber que o direcionamento de seus discursos e de suas propostas não representa um rompimento com a tradição européia, nem tampouco uma identificação total e irrestrita com o modernismo arquitetônico brasileiro, sintetizado na figura de Lucio Costa. Observando a realização de um projeto moderno de construção de uma determinada cultura material face às possibilidades apresentadas pelo contexto brasileiro, Lina e Aloísio, e cada um deles a seu modo, pareciam estar discutindo o estabelecimento de uma prática de design mais sintonizada com o próprio país e, nesse sentido, seria necessário repensar tanto a perspectiva adotada pelo modernismo arquitetônico brasileiro quanto aquela proposta pela vertente alemã do design moderno, afastando-se, inclusive, dos limites mais estritos do design até uma aproximação com questões ligadas de forma mais ampla às condições de produção da cultura material no contexto nacional.

Dessa forma, pensar o design implicaria também – e necessariamente - em pensar o país. A ‘outra vertente’ (Leite, 2006) em que Lina e Aloísio estariam situados e que apontava alguns ‘sinais de divergência’ (Nobre, 2008) face ao modelo ulmiano de design transposto para o país, é denominada por Souza como ‘design de identidade nacional’ (Souza, 1996, p. 258).

Hoje, é exatamente quando se pretende discutir as relações entre design, cultura, sociedade, e identidade nacional brasileira que as literaturas sobre design e arquitetura recuperam as figuras de Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães. Se, na literatura sobre patrimônio cultural, as políticas de preservação levadas a cabo durante a gestão do pernambucano no Iphan estão associadas a uma perspectiva antropológica, na literatura sobre

design (assim como em parte da literatura sobre arquitetura) Lina e Aloísio estão associados às questões de responsabilidade social e a uma tendência mais nacionalista e contextualizadora na prática de projeto, e, por que não dizer, ao enfrentamento das questões mais comumente relacionadas às ciências sociais.

Ou seja, aqui como lá, as questões discutidas pela arquiteta italiana e pelo designer pernambucano têm sido ‘boas pra pensar’ uma certa proposta de transformação, uma determinada reconceitualização dos termos a partir dos quais se definem algumas práticas, a saber, as políticas de preservação do patrimônio cultural e as práticas e o ensino de projeto em design. Aqui, assim como lá, vale a pena observar de que forma a literatura e os agentes no campo vêm se apropriando desses dois personagens. Na medida em que nos aproximamos dos discursos sobre a história do design brasileiro produzidos hoje, percebemos que este campo (design), assim como aquele (patrimônio cultural), buscam, ao se aproximar das discussões propostas por Lina Bo Bardi e por Aloísio Magalhães, uma via de acesso para a requalificação de suas próprias práticas.

Se nas políticas de patrimônio se vem tentando, ao longo dos últimos anos, conjugar a preservação dos bens culturais materiais a uma nova perspectiva que se orienta para a consideração do que é imaterial, intangível, ou seja, dos processos culturais - o que permitiu que essa nova perspectiva fosse associada a uma mirada antropológica -, também no campo das disciplinas relacionadas à produção da cultura material (a saber, a arquitetura e o design), ocorre uma tentativa de aproximação aos significados culturais que condicionam a produção e a valoração do que é projetado, desenvolvido, construído. É nesse sentido que os nomes de Lina e Aloísio são acionados, em diversos encontros, palestras, mesas redondas e debates em que se discute as futuras possibilidades para a prática do design no Brasil.

Esse questionamento, presente hoje nos debates sobre a disciplina, encontra nas figuras de Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães fortes referências a partir das quais se ensaia problematizar as relações entre o design e uma identidade cultural brasileira. Se os modelos formulados por ambos não foram disseminados sistematicamente nos momentos em que foram propostos (as ações de Lina na Bahia foram interrompidas pelo governo militar e sua Escola de Desenho Industrial e Artesanato não chegou a funcionar, de fato; e as ações de Aloísio foram parcialmente interrompidas com sua morte em 1982), é notável a existência, nos dias de hoje, de um fenômeno de re-apropriação dos pensamentos e das propostas de ambos que vem se consolidando de forma significativa desde o fim da década de 1980. Esse fenômeno, que se estende do campo político-governamental ao campo acadêmico, merece

uma olhar mais atento, uma vez que em torno dele se articulam questões fundamentais para uma reflexão sobre design e sociedade nacional e, de modo geral, sobre a produção e sobre a preservação da cultura material no Brasil.

Referências bibliográficas

ANASTASSAKIS, Z. *Dentro e fora da política oficial de preservação do patrimônio cultural no Brasil: Aloísio Magalhães e o Centro Nacional de Referência Cultural*. Dissertação. PPGAS-MN/UFRJ. RJ, 2007.

BARDI, L. B. *Tempos de grossura: o design no impasse*. SP: Instituto Bardi, 1996.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. RJ: Forense Universitária, 2007.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. SP: Ed. Loyola, 1996.

LEITE, J. S. *Aloísio Magalhães, aventura paradoxal do design no Brasil*. Tese. PPCIS/UERJ. RJ, 2006.

LEITE, J. S. (org.). *A herança do olhar: o design de Aloísio Magalhães*. RJ: Artviva, 2003.

MAGALHÃES, A. “Da invenção e do fazer – reflexão sobre o artesanato e o homem”. In: *Separata da Revista Pernambucana de Desenvolvimento*, v. 4, 1977, n. 1, jan./jun., p. 125-135.

NOBRE, A. L. S. *Fios cortantes: projeto e produto, arquitetura e design no Rio de Janeiro (1950-70)*. Tese. Dep. Hist., PUC-Rio, 2008.

PEIRANO, M. *A teoria vivida: e outros ensaios de antropologia*. RJ: Jorge Zahar, 2006.

SOUZA, P. L. P. *ESDI: biografia de uma idéia*. RJ: EdUERJ, 1996.



LaRS



Departamento de Artes & Design

Laboratório de Representação Sensível

Rua Marquês de São Vicente, 255

Prédio Frings, sl 711 Gávea

22453-900 Rio de Janeiro Rj

www.simposiodesign.com.br