

# DESIGN & ARTE

Entre os limites  
e as interseções



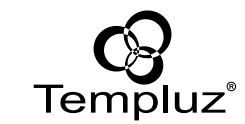
Camilo Belchior & Rita A.C. Ribeiro

# DESIGN & ARTE

Entre os limites e as interseções

Rita A.C. Ribeiro & Camilo Belchior

Patrocínio



Realização

Ministério da  
Cultura





The Scope Design - Cadeira Flow



# DESIGN & ARTE

Entre os limites  
e as interseções

Rita A.C. Ribeiro & Camilo Belchior



# DESIGN & ARTE

Entre os limites  
e as interseções

## Expediente

Autores: Camilo Belchior e Rita A.C. Ribeiro

Assistente de pesquisa: Pâmilla Vilas Boas

Coordenação gráfica: Cláudio Valentin

Revisão: Stéphanie Bollmann

Foto de capa: Martin Girard © Cirque du Soleil

Foto da contracapa: Martin Girard shootstudio.ca © Cirque du Soleil

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Ribeiro, Rita A. C.

Design & arte : entre os limites e as interseções / Rita A. C. Ribeiro & Camilo Belchior ; assistente de pesquisa Pâmilla Vilas Boas ; coordenação gráfica Cláudio Valentin. -- 1. ed. -- Contagem, MG : Ed. do Autor, 2014.

1. Artes 2. Artes - Brasil 3. Design 4. Design (Projetos) - História 5. Design - Brasil 6. Design - Pesquisa 7. Designers I. Belchior, Camilo. II. Vilas Boas, Pâmilla. III. Valentin, Cláudio. IV. Título.

14-11419

CDD-745.4

### Índices para catálogo sistemático:

1. Design : Artes 745.4

## INSPIRAÇÕES

Muitas são as pessoas a quem temos de agradecer. E, certamente, cada uma delas nos inspirou de uma maneira particular. Em primeiro lugar, gostaríamos de lembrar de nossos entrevistados que dispuseram de tempo e paciência para responder nossas muitas indagações. Agradecemos também aos nossos queridos colaboradores Cláudio Valentin e Pâmilla Villas Boas, que com sua dedicação e profissionalismo ajudaram na construção deste trabalho, à nossa revisora Stéphanie Bollmann, à Jamile Lage, que nos cedeu o espaço para nossas entrevistas, aos nossos parceiros da Gráfica Formato, em especial ao Ricardo Henrique, ao estimado amigo, escritor, crítico e curador de design John Thackara que escreveu o prefácio da obra.

Aqui nos remetemos, em especial à lembrança de um dos nossos maiores inspiradores, o pesquisador Marc Gobé, que nos deixou no início de 2014. A sua frase "design é jazz" é um dos motivos porque escrevemos essa obra.

### Camilo Belchior e Rita A.C. Ribeiro

*Pesquisar, assimilar o conteúdo, construir uma ideia e escrever é um trabalho fascinante. Há até bem pouco tempo atrás não tinha um contato tão próximo com esta nova habilidade que estou descobrindo em mim mesmo. Mas este percurso não se faz sozinho, muitas pessoas generosas emprestaram seu tempo e conhecimento para nos auxiliar. Quero agradecer em especial a minha querida amiga e parceira neste trabalho, a Dra. Rita A. C. Ribeiro e ao apoio da minha família, que é a base de quem eu sou.*

### Camilo Belchior

*Escrever em parceria é sempre um trabalho delicado, pois é um encontro de duas formas de pensar diferentes. Escrever com o Camilo foi muito mais um prazer que um desafio. Agradeço por ter um parceiro tão dedicado, dono de uma visão peculiar e de uma generosidade sem limites. Trabalhar com você é uma inspiração.*

*Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais - FAPEMIG, pela bolsa concedida e incentivo à pesquisa.*

*Finalmente, agradeço às minhas duas maiores inspirações: meus alunos da Escola de Design, que me ensinam coisas novas todos os dias e meu marido Wander Lamego. Como sempre, você é meu Norte.*

### Rita A.C. Ribeiro

# Índice

Prefácio	7
Cruzando Fronteiras	10
Capítulo 1 - É arte ou design?	12
Capítulo 2 - Quando a arte e o design se encontram na cultura de massa	30
Capítulo 3 - A arte seduz pelo design	49
Capítulo 4 - A emoção como fator essencial que liga a arte e o design	68
Capítulo 5 - Design e Arte caminhos inseparáveis	80
Conclusão - E então, é arte ou design?	133

## Prefácio

Os maiores desafios com que nos deparamos – e as maiores oportunidades – envolvem a criação de valor sem a destruição dos recursos naturais e sociais. Pense sobre os sistemas alimentares de uma cidade; a recuperação de um rio; a gestão dos mercados informais; o cuidado com pessoas idosas. Tais desafios não podem ser abordados com sucesso sem o engajamento dos diversos sujeitos envolvidos. Uma variedade de diferentes interessados – formais e informais, grandes e pequenos – precisa trabalhar juntos. O processo pelo qual pessoas e grupos tão diferentes sejam habilitados a trabalharem juntos é, em si, uma importante prioridade do design.

Uma enorme quantidade de criatividade emerge a partir do momento em que cidadãos descobrem novas maneiras de enfrentar as necessidades da vida diária de forma colaborativa – de vestuário e comida a abrigo, cuidados e aprendizagem. Em nível local, os esforços se aglomeram em grande variedade em micro-economias sociais, nas quais pessoas compartilham habilidades, tempo e recursos. Existe uma ênfase na colaboração e compartilhamento; nas interações face a face; no cuidado e na manutenção dos recursos existentes. Uma grande quantidade de energia está focada na co-criação de ferramentas e plataformas que tornam mais fácil para as pessoas o compartilhamento de recursos, tais como energia, matéria, tempo, habilidade, software, espaço ou comida.

Nessa economia regenerativa que vem surgindo, a eficiência dos recursos e a inovação estão no coração dos processos não apenas técnicos, mas também sociais. Esta dimensão social é o motivo pelo qual os produtos e serviços do amanhã serão projetados no âmbito do open design (Design aberto). O design aberto estreita relações entre as pessoas que o fazem e os materiais utilizados. Ao contrário dos produtos de propriedade ou de marca, cujas origens são obscuras, soluções abertas tendem a ser fáceis

de manter e reparar localmente. Eles são o oposto do modelo “vida curta”, “use e descarte” e “lavou jogou fora” dos produtos de consumo tradicionais. Essas soluções – por serem descentralizadas, compartilhadas e distribuídas – fornecem soluções gratuitas e abertas para problemas comuns. Tecnologia e plataformas de tecnologia (softwares em particular) são apenas um dos muitos aspectos de um movimento cuja missão de longo prazo é a produção entre pares.

“Se você deseja construir um navio, não divida o trabalho e dê ordens; ensine-os a ansiar pelo vasto e infinito mar”. Com essas palavras o avião e escritor francês Antoine Saint-Exupéry acertou em cheio: o ponto crucial – para pessoas, organizações e governos – é saber onde nós queremos estar. Para fazer as coisas de maneira diferente nós precisamos ver de uma forma diferente – e é aí que a convergência da arte com o design é significativa: ela fornece visões compartilhadas que são necessárias para concentrar nossos esforços de inovação. A combinação da arte e do design facilita um sentido de pertença e de se sentir em casa no mundo; ela chama a atenção para as qualidades positivas dos muitas vezes pequenos e humildes seres vivos que nos cercam; ela cria espaço para que as pessoas experimentem relações com sistemas vivos, por menor que sejam.

A abundância da era do petróleo nos distraiu da riqueza da vida natural na terra. A precariedade desses novos tempos nos lembra quão bom seria nos aproximar dos solos, florestas e plantas e oceanos sobre os quais toda a vida, incluindo a nossa, depende. Práticas estéticas nos fornecem diferentes maneiras de imaginar uma cultura que valoriza a criação mais do que a extração. A arte pode ajustar o nosso interesse, redirecionar nossa atenção e iniciar conversas sobre as formas de vida que nos reconecta com o mundo natural. A arte pode nos ajudar a imaginar um mundo no qual “a economia” é um subconjunto do meio ambiente - e não o contrário. Arte, com design, pode ajudar a redefinir o interesse público como sendo o bem estar de todos os sistemas vivos, não apenas de seres humanos, e reacender nosso senso de obrigação para com as gerações futuras.

A convergência entre a arte e a prática do design já impulsionou mudanças sociais anteriormente. A tecnologia do século XIX foi moldada por concepções de velocidade e tempo que definiu a cultura da modernidade. Hoje, a transição para a sustentabilidade exige outra mudança cultural – dessa vez, para a saúde dos sistemas vivos, um modelo cultural, bem como técnico, para as mudanças que precisamos fazer.

**John Thackara**  
Ganges, França

# Cruzando fronteiras

Foto: Cyro José

A mobilidade e a fluidez são características dos tempos atuais. A internet nos possibilitou comunicar com, praticamente, todas as partes do planeta. Ainda que estejamos fisicamente presentes em nossos lugares, podemos alçar voos por diversas regiões, por assuntos e culturas jamais antes imaginados.

O que antes era apenas do domínio da imaginação, agora se concretiza. Mas toda mudança tem seu preço. E com tantas possibilidades se abrindo, certamente surgirão milhares de novas questões. Esses são os desafios que movem o ser humano. Foi assim que surgiu a ideia deste livro.

Muitas vezes nos deparamos com objetos que não sabemos bem conceituar. Em qual campo determinada peça está – na arte ou no design? A arte, ao longo dos tempos e, mais incisivamente, a partir do século XX, começa a contestar os seus campos de atuação. O mesmo ocorre com o design. Os dois campos se misturam e se confundem, sendo, por vezes, impossível estabelecer uma separação clara.

Nosso trabalho parte das investigações no campo do design, que é a nossa área de pesquisa. Não temos aqui a pretensão de criar uma teoria que explique os dois domínios, pois entendemos que nossa tarefa é discutir as indagações sobre esse fenômeno que se estende a ambos. A pergunta “isso é arte ou design?” é implícita em toda a presente obra. Antes de iniciarmos a escrita, começamos a procurar designers que trabalhavam com referências artísticas em suas peças e artistas que utilizam o design em suas obras. Assim, fomos buscando referências em diversas partes do mundo. As entrevistas que fecham o livro são o registro dessas indagações.

Na primeira parte, discutimos o campo da cultura, as novas formas de fruição artística e a instituição da cultura de massas. Apresentamos o design como parte do processo cultural da nossa sociedade, assim como a arte. Nosso foco se inicia no século XX, pois nesse momento o design se concretiza como uma área específica.

Nos capítulos que seguem, analisamos obras da cultura de massas que se utilizam dos domínios da arte, bem como do design. E fazemos também outro caminho, apresentando obras de arte que se utilizam dos saberes do design. As fronteiras cada vez mais se misturam.

A experiência concreta com a obra, seja pela observação ou pela utilização do artefato, é sempre mais prazerosa. Por isso, não satisfeitos em apenas observar, reunimos designers e artistas para nos apresentarem pessoalmente seus pontos de vista sobre o assunto. Esse é o capítulo 4, que também tem como foco das conversas a relação com a emoção e a memória, dois elementos imprescindíveis para a criação artística e cada vez mais componentes do design.

Por último, apresentamos as entrevistas que fizemos com designers e artistas brasileiros e estrangeiros ao longo de nossa pesquisa e que nos apresentam pontos de contato ou de separação entre as duas áreas. O trabalho desses profissionais nos mostra como é cada vez mais difícil criar fronteiras claras sobre o tema.

Mas entendemos que a função do pesquisador não é estabelecer fronteiras e sim, cruzá-las. Este é o nosso mapa. Esperamos que seu percurso traga ainda mais perguntas.

**Os autores**



# É arte ou design?

## capítulo 1

Foto: Cyro José

A história do homem também se revela por seus feitos. Sejam eles conquistas, descobertas ou invenções. "Cada período é portador de um sentido, partilhado pelo espaço e pela sociedade, representativo da forma como a história realiza as promessas da técnica" (SANTOS, 2002, p. 171). Uma história simplificada das técnicas do homem poderia se resumir em três palavras: "a ferramenta, a máquina e o autômato". A ferramenta movida pela força do homem, a máquina que funciona sob seu controle e o autômato, que age a partir de informações já recebidas, portanto agindo independente do homem.

No século XXI, ao presenciarmos a concretização de promessas tecnológicas, que em anos passados seriam consideradas ficção científica, vislumbramos como os aparatos técnico-científico-informacionais influenciam e modificam a sociedade cada vez mais. A mobilidade conseguida pela transformação dos meios de informação continua a se modificar e a estabelecer novas regras.

Essas modificações ocorrem em praticamente todos os domínios e interferem diretamente nos modos de vida dos indivíduos, em seus relacionamentos e na sua percepção. Com a crescente industrialização que começa a se fortalecer a partir dos anos de 1950 e a consequente criação da chamada sociedade de consumo, os padrões de interação social começam, gradativamente, a se modificar.

A partir da década de 1990, a disseminação da internet promove mudanças ainda mais radicais e profundas na sociedade. A mediação antes promovida quase que exclusivamente pelos meios de comunicação de massa deixa de ser um privilégio de corporações midiáticas e novas redes comunicacionais começam a se estabelecer, privilegiando o homem comum. Outro fator que permite o avanço dessas mudanças é o barateamento das tecnologias de informação. Hoje, qualquer pessoa pode produzir conteúdo e veicular seu produto na internet.

Os avanços tecnológicos promovem também mudanças nos processos de produção, nos relacionamentos com o consumo e na forma como as pessoas vivem as experiências. Os padrões culturais tendem a hibridizar-se, assim como os processos artísticos.



No momento atual vivenciamos o estabelecimento de um novo paradigma econômico e tecnológico cujas bases ainda estão se consolidando (Castells, 2003). Toda ruptura paradigmática promove mudanças. Percebemos que essas mudanças se concretizam em todos os domínios de nossas vidas. Padrões de comportamento, formas culturais, tudo tem sido revisto e colocado em xeque. As fronteiras entre os domínios da ciência, da tecnologia e da arte tendem a se fluidificar.

E o design, como produção cultural da sociedade, reflete essas transformações.

O design já nasce atemporal porque não chega a marcar época: se o progresso tecnológico envolve a produção, a eficiência funcional é tragada pela forma que, por sua vez, cede ao mercado e à persuasão publicitária do consumo. Da função à forma, da produção ao consumo e ao mercado, do possível tecnologicamente ao aceitável publicamente, escreve-se uma história de transformação da cultura e dos seus valores: uma intensa e rápida história que percorre estágios que vão do valor de uso funcional ao valor de troca comercial e o mundo da produção industrial caracteriza-se, exatamente, por aquela representação camuflada visualmente e pelas artimanhas previsíveis que, monitoradas pelo interesse comercial, alicia todos os signos. (FERRARA, 2004, p.53.)

O design no século XXI abrange novos aspectos e anseia outras linguagens. Deixa de lado seus aspectos de indústria e trilha novos caminhos. Como uma arte que é ao mesmo tempo competência técnica, as possibilidades de atuação nos dois campos são imensas e imprevisíveis.

Essa transição que observamos atualmente só se faz

possível porque o panorama da produção cultural no século XX sofre uma transformação irreversível a partir da criação de dispositivos tecnológicos. Dispositivos que mudam o modo de produção das artes, mas também as formas como os indivíduos passam a percebê-las, desfrutá-las e as incorporar em seu cotidiano.

## A transição da arte contemplativa para a arte da fruição

“Já não posso pensar o que quero pensar. As imagens em movimento tomaram o lugar dos meus pensamentos.” (Georges Duhamel: *Scènes de la vie future*, Paris 1930, pág. 52.) (DUHAMEL, 1930, p.52)

A Revolução Industrial, mais especificamente a 2ª Revolução Industrial (após 1850), teve o papel decisivo na ciência ao promover a inovação (CASTELLS, 2003). Um fato que deve ser percebido é que, ao mesmo tempo em que surgem máquinas de produção de bens, também vimos o surgimento de máquinas de produção de bens simbólicos, como as câmeras fotográficas e o cinematógrafo. Paralelamente ao desenvolvimento de uma cultura de consumo, começa a se desenvolver a cultura de massas.

Vivemos atualmente o momento da chamada convergência das artes. O cinema funde-se ao vídeo, que se mescla à música, à pintura, aos quadrinhos e à fotografia. A arte deixou, há muito, de ser exclusividade de uma elite letrada. Com o advento das novas tecnologias, o homem pode ser criador e criatura em suas obras.

Percebemos que esse é um fenômeno que se exacerba no século XXI. No entanto, suas origens remontam ao início do século XX, mais precisamente a partir do advento do cinema. Antes deste, a fotografia já ensaiava os primeiros passos na libertação das artes para o domínio do homem comum, a partir da disseminação da técnica. A câmera fotográfica pode ser considerada um dos primeiros artefatos que aproximam o homem do fazer artístico sem que ele seja, necessariamente, obrigado ao domínio da técnica. O artefato realiza por si o registro das imagens.

Pela primeira vez, com a fotografia, a mão liberta-se das mais importantes obrigações artísticas no processo de reprodução de imagens, as quais, a partir de então, passam a caber unicamente ao olho que espreita por uma objectiva. Uma vez que o olho apreende mais depressa do que a mão desenha, o processo de reprodução de imagens foi tão extraordinariamente acelerado que pode colocar-se a par da fala. (BENJAMIN, 1936)

A introdução da fotografia no final do século XIX já prepara o campo para a grande revolução que será criada pelo cinema. O advento das imagens em movimento liberta o poder de criação do homem de forma nunca imaginada. Ele permite não apenas o registro das imagens cotidianas, mas a criação de universos que antes só eram possíveis na literatura. Cabe ao cinema, inaugurado por Georges Méliès, o poder de transformar em imagem qualquer ideia. De as viagens à lua à reconstituição de fatos históricos, para essa arte não existem limitações. Hobsbawm (2013) atribui ao cinema o status de “melhor e mais original criação artística do século XX”, desenvolvida a partir da junção da tecnologia e do consumo de massas.

Ao cinema pode-se atribuir a disseminação de padrões de consumo, de comportamento, de beleza e da memória em larga escala como nenhum veículo foi capaz até então.

Transformou totalmente nossa maneira de apreender a realidade e a produção de arte, sobretudo acabando com o tradicional status privilegiado das “artes” na velha sociedade burguesa, quer dizer, sua função como medida do que é bom, do que é ruim, como transmissoras de valores: verdade, beleza e catarse. (HOBBSAWM, 2013, p.14.)

Walter Benjamin (1936), ainda nos primórdios do cinema sonoro, já pode vislumbrar a sua capacidade de modificar a percepção e o modo de fruição das artes, antecipando aquilo que se constitui majoritariamente a partir do advento das mídias digitais e da internet: a capacidade de o homem comum ser também o produtor de suas próprias obras. Para o autor, na cultura de massas “qualquer homem, atualmente, pode ter a pretensão de ser filmado” (BENJAMIN, 1936) Ele atribui à evolução da imprensa essa capacidade de interação, pois cada leitor poderia remeter aos jornais suas opiniões e experiências. Não é o que verificamos com a explosão dos blogs, vídeos e selfies com que nos deparamos cotidianamente?

Assim, a diferença entre autor e público está prestes a perder o seu carácter fundamental. Esta diferença torna-se funcional, podendo variar de caso para caso. O leitor está sempre pronto a tomar-se um escritor. Com a crescente especialização do trabalho, todos os indivíduos tiveram de se tornar, voluntária ou involuntariamente, especialistas numa dada área, ainda que num sentido menor, assim tendo acesso à condição de autor. (BENJAMIN, 1936)

Coube ao cinema, no início do século XX, o papel de disseminar padrões de comportamento que, em meados do século, se transformariam em padrões de consumo. Ao disseminar modas e modos de vida, o cinema preparava a audiência para o que viria a se concretizar como a sociedade de consumo. O cinema, ao proporcionar aos espectadores novas realidades, criou uma aura de desejo por modos de vida impensáveis antes da cultura de massas. O desenvolvimento da produção de bens de consumo em escala industrial veio para preencher essa necessidade que, aos poucos, foi disseminada pelas imagens do cinema.

“Aproximar” as coisas espacial e humanamente é actualmente um desejo das massas tão apaixonado como a sua tendência para a superação do carácter único de qualquer realidade, através do registro da sua reprodução. Cada dia se toma mais imperiosa a necessidade de dominar o objecto fazendo-o mais próximo na imagem, ou melhor, na cópia, na reprodução. (BENJAMIN, 1936)

Flusser aponta o design como o responsável pela ponte que se estabelece entre o domínio das artes e o mundo da técnica e das máquinas no final do século XIX ou, mais especificamente, entre os domínios da ciência e da estética. Para o autor, isso acontece porque o design explicita a interação entre técnica e arte. “E por isso design significa aproximadamente aquele lugar em que arte e técnica (e, conseqüentemente, pensamentos valorativo e científico) caminham juntas, com pesos equivalentes, tornando possível uma nova forma de cultura” (FLUSSER, 2007, p.184).

Entendemos que o design não se constitui como uma forma de cultura, mas como expressão cultural que vem se mesclando aos nossos comportamentos e modos de ver o mundo. Hoje é difícil separar o design de nossas ações, pois cada vez mais o incorporamos e moldamos nossa percepção aos seus produtos e valores neles embutidos.

## Design como prática cultural

Ao longo do século XX, e de forma acentuada nesse período, o design vem se afirmando como fator preponderante na cultura, inclusive tendo seu sentido transformado e reapropriado em diversas manifestações. Atualmente,

percebemos que o seu valor deixa de lado os aspectos físicos para se caracterizar pelos aspectos simbólicos inerentes ao seu conteúdo. Para compreendermos melhor essa transição do valor de uso dos objetos para os novos significados simbólicos e demarcar nossa perspectiva de análise, nos ateremos, de maneira breve, à discussão acerca dos conceitos de formas simbólicas e cultura.

Cada sociedade possibilita o surgimento de várias identidades, formadas por um conjunto de aspectos ou formas simbólicas que determinam suas peculiaridades. Ao utilizarmos o termo formas simbólicas, nos remetemos à concepção de Thompson (2002) segundo a qual estas constituem “uma ampla variedade de fenômenos significativos, desde ações, gestos e rituais até manifestações verbais, textos, programas de televisão e obras de arte” (THOMPSON, 2002, p. 183).

Com o crescente desenvolvimento dos meios de comunicação massiva e das novas tecnologias de comunicação, a partir de meados do século XX, e mais ainda neste século que se inicia, presenciamos um vertiginoso aumento da circulação das formas simbólicas que têm, nesses veículos, um poderoso agente de disseminação de suas mensagens. As identidades incorporam e se modificam também em função dessas novas mediações simbólicas.

O estudo das formas simbólicas é nosso ponto de partida para o entendimento da cultura contemporânea, que se manifesta dentro dos contextos específicos de sua produção, circulação e recepção. Apesar de o conceito de cultura ser algo difícil de estabelecer em um consenso, entendemos como Thompson (2002) que:

[...] a vida social não é, simplesmente, uma questão de objetos e fatos que ocorrem como fenômenos de um mundo natural: ela é, também, uma questão de ações e expressões significativas, de manifestações verbais, símbolos, textos e artefatos de vários tipos, e de sujeitos que se expressam através desses artefatos e que procuram entender a si mesmos e aos outros pela interpretação das expressões que produzem e que recebem. (THOMPSON, 2002, p. 165).

O entendimento, portanto, do design como uma manifestação cultural deve considerar não apenas as manifestações em si, mas o contexto sócio histórico de sua produção, as regras e convenções sociais, os modos de disseminação de



seus produtos e a forma como são produzidos e recebidos. O estudo de uma dada sociedade pode ser feito também a partir da identificação dos seus sistemas de objetos, conjugados aos sistemas culturais. Dessa forma podemos entender manifestações do presente, que se atrelam a transformações do passado.

O conceito de cultura é discutido por autores de diversas áreas. Privilegiamos a abordagem de Williams (2007), Elias (1994), Gomes (2006) e Thompson (2002). Tal conceito atrela-se, desde seu surgimento, à ideia de desenvolvimento, confundindo-se, por vezes, com aquele de civilização. Uma pequena discussão acerca do termo cultura se faz necessária para melhor compreendermos como o discurso ligado a ela muitas vezes pode revelar visões elitizadas e excludentes.

O termo cultura deriva do latim e está ligado aos processos de cultivo ou cuidado com grãos ou animais.

*Cultura* assumiu o sentido principal de cultivo ou cuidado, incluindo, como em Cícero, cultura animi, embora com significados medievais subsidiários de honra e adoração. [...] As formas francesas do latim cultura eram *couture*, do francês antigo, que a partir de então desenvolveu seu próprio sentido especializado, e mais tarde *culture*, que por volta do S15 havia passado para o inglês. O sentido primordial referia-se, então, a lavoura, isto é, o cuidado com o crescimento natural. Em todos os primeiros usos, cultura era um substantivo que se referia a um processo: o cuidado com algo, basicamente com as colheitas ou com os animais. (WILLIAMS, 2007, p. 117-118).

Thompson (2002) nos mostra que o termo, a partir do

século XVI, expande-se para o desenvolvimento humano. No entanto, como substantivo o termo começa a ser empregado na França e Inglaterra em fins do século XVIII e início do XIX. No início do século XIX, o termo cultura era usado nos dois países como um sinônimo de civilização (derivada do latim *civilis*: referindo-se a ou pertencendo aos cidadãos), um movimento em direção ao refinamento, à ordem, oposto à barbárie e selvageria. Tal definição, ainda segundo o autor, era pautada nas ideias voltadas para o caráter progressista difundidas pelo Iluminismo europeu. Ambas as expressões passaram então a designar um processo de desenvolvimento humano.

A diferenciação dos termos acontece no idioma germânico. *Zivilisation* adquire um caráter negativo, estando atrelada apenas à polidez e refinamento das maneiras, enquanto *Kultur* era usada ao se referir a produtos intelectuais, artísticos ou espirituais que expressavam qualidades das pessoas. Tal diferenciação é apontada por Thompson como um dado de estratificação social:

A polêmica contra as classes superiores era expressa em termos do contraste entre *Kultur* e *Zivilisation*. ‘Tornamo-nos cultos através da arte e das ciências’, afirmava Kant, ‘tornamo-nos civilizados [pela aquisição de] uma variedade de requintes e refinamentos sociais. A *intelligentsia* alemã usava o termo *Kultur* para expressar sua posição peculiar, para distinguir-se em suas realizações das classes superiores às quais não tinha acesso. (THOMPSON, 2002, p. 168)

Na França, em contrapartida, intelectuais como Diderot e Voltaire foram assimilados sem muitas arestas pela sociedade cortesã. O valor simbólico do termo apresentava-se na tradição alemã como forma de distinção entre os

que possuíam os bens tangíveis e aqueles que tinham acesso a outras formas de bens, os produtos simbólicos.

O termo também era usado no mesmo período em obras que buscavam traçar “histórias universais da humanidade”. A conotação do termo estava atrelada, dentro da filosofia iluminista, ao melhoramento e desenvolvimento das qualidades físicas e intelectuais de um povo. Coube a Herder o cunho da expressão “culturas” com o objetivo de distinguir as características peculiares de cada grupo, nações e períodos históricos. “Nada é mais indeterminado que essa palavra e nada mais enganoso que sua aplicação a todas as nações e a todos os períodos” (HERDER apud WILLIAMS, 2007, p.119). Seu principal argumento era a necessidade de se falar de culturas específicas e variáveis, não apenas em diferentes períodos, mas dentro de uma mesma nação. Quanto à propriedade de seu pensamento, basta nos ater às diferenças culturais entre as regiões do Brasil. Expressões, culinária, festas tradicionais, mesmo em tempos de globalização, ainda se mantêm vivas.

A visão de Herder influenciou a elaboração de trabalhos de pesquisadores do século XIX que atribuíram ao conceito de civilização o estágio de desenvolvimento humano desde a selvageria, passando à domesticação e, finalmente, à liberdade. E. B. Taylor e Gustav Klemm figuram como os principais responsáveis pelo estabelecimento desse sentido predominante nas ciências sociais.

O surgimento da Antropologia em fins do século XIX deslocou o sentido anterior dado ao termo cultura, denominado por Thompson (2002, p. 170) como concepção clássica, segundo a qual “cultura é o processo de desenvolvimento e enobrecimento das faculdades humanas, um processo facilitado pela assimilação de trabalhos acadêmicos e artísticos e ligado ao caráter progressista da era moderna” e proporcionou o surgimento de outros conceitos ligados à cultura. O autor distingue dois pressupostos básicos, ainda que simplificadores, para esse conceito: a concepção descritiva e a concepção simbólica de cultura.

A concepção descritiva, desenvolvida por Klemm e Tylor, estabelece, a partir dos pressupostos metodológicos traçados por Tylor, a cultura como objeto de pesquisa sistemática, promovendo assim a transição da visão clássica humanística,

para a “cientificação do conceito de cultura”. Porém, tal conceito, afinado ao ideário evolucionista de fins do século XIX, ainda apresentava-se imbuído da ênfase na ideia de progresso.

Apoiando-se numa visão funcionalista, de acordo com a qual a análise dos fenômenos culturais levaria em conta a satisfação das necessidades humanas, Malinowski (1944), entre outros antropólogos do início do século XX, defendeu uma “teoria científica da cultura”. Thompson (2002) considera, apesar das diferentes ênfases, que o trabalho de Tylor e Malinowski, entre outros, exemplifica o conceito de “concepção descritiva da cultura”, assim definido:

A cultura de um grupo ou sociedade é o conjunto de crenças, costumes, idéias e valores, bem como artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade; e o estudo da cultura envolve, pelo menos em parte, a comparação, classificação e análise científica desses diversos fenômenos. (THOMPSON, 2002, p. 173)

O autor questiona, no entanto, a fragilidade de tais concepções. A ausência de especificações dos métodos de análise, entre outros aspectos, enfraquecem o conceito de cultura, sendo necessário o surgimento de uma concepção mais ampla, denominada por ele como “concepção simbólica”, que nos interessa diretamente.

Os símbolos estão presentes em toda a história humana. O termo “simbolização” foi cunhado pela primeira vez em 1940 na obra *A Ciência da Cultura*, de L. A. White. White argumenta que “cultura é o nome de uma ordem ou classe distinta de fenômenos, a saber, aqueles eventos

ou coisas que dependem do exercício de uma habilidade mental, peculiar às espécies humanas a que denominamos ‘simbolização’” (WHITE *apud* THOMPSON, 2002, p. 175).

A concepção simbólica da cultura ganha fôlego em anos recentes, a partir do trabalho de Clifford Geertz, que no livro *A Interpretação das Culturas* (1973) cria um paradigma voltado para as questões de significado, simbolismo e interpretação, entendendo a análise da cultura “como sendo não uma ciência experimental em busca de leis, mas uma ciência interpretativa em busca de significados” (GEERTZ *apud* THOMPSON, 2002, p. 175).

Portanto, ao analisar uma determinada cultura estamos descrevendo e talvez reescrevendo ações que já são significativas para outros indivíduos que produzem, recebem e interpretam tais ações no seu cotidiano. O estudo da cultura por essa abordagem é mais um processo de interpretação do que um processo de classificação e quantificação, como na antropologia descritiva. Assim, Thompson (2002) define a concepção simbólica da cultura como:

Cultura é o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências concepções e crenças. A análise cultural é, em primeiro lugar e principalmente, a elucidação desses padrões de significado, a explicação interpretativa dos significados incorporados às formas simbólicas. (THOMPSON, 2002, p. 176)

Como afirma Milton Santos (2002, p. 101), “se o espaço é como pretendemos, um resultado da inseparabilidade

entres sistemas de objetos e sistemas de ações, devemos causticar [...] o equívoco epistemológico, herdado da modernidade de pretender trabalhar a partir de conceitos puros”. A análise de um fenômeno cultural, portanto, pressupõe uma investigação que se debruce para além do objeto pura e simplesmente. Discorremos acerca do significado de cultura para tentar delimitar uma metodologia de análise que permita ver as formas simbólicas que permeiam o design dentro de sua complexidade, não privilegiando apenas determinados aspectos, pois os fenômenos culturais envolvem diversas instâncias.

Os fenômenos culturais estão sujeitos, portanto, à interferência de diversos fatores históricos, sociais, espaciais. Pela proximidade estabelecida pelos meios de comunicação de massa, as culturas se misturam, se interpenetram e novas culturas surgem de seus contatos. Da mesma forma, as identidades se misturam e outras se fundem a partir desses encontros, modificando também sua relação com o consumo dos objetos.

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 e coroas que distinguem a realeza do homem comum.

Norman (2008) nos lembra que, além do design propriamente dito de um objeto, existe um componente pessoal que são os significados inerentes aos artefatos que são socialmente atribuídos, seja pelo conjunto da sociedade em termos de demonstração de riqueza ou status – um carro do ano –, seja por nos remeter à lembranças positivas – um souvenir de viagem. “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, os objetos passam a ser indicadores da condição social



do indivíduo, podendo ser o último modelo de carro esportivo ou um novo modelo de 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.)

Atualmente, os artefatos ganham sentidos diferenciados e fazem parte do cotidiano não apenas como ferramentas de trabalho ou utilitários. Agora estes 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 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, em grande parte, constituídos pelo discurso publicitário atrelado aos produtos, criando valores simbólicos diferenciados baseados no público-alvo aos quais 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.

## Design como afirmação de identidade

As diversas identidades e os conflitos gerados entre e por elas têm sido objetos de estudo e discussão desde o século passado. A fragmentação de identidades e a criação de novas identidades a partir de outros processos de identificação que não os tradicionais (família, Estado, religião e etnia) são hoje determinantes de processos que, entre outros, modificam as relações sociais e se refletem em todas as instâncias, inclusive no consumo.

A quebra das barreiras entre os padrões culturais e a assimilação de comportamentos difundidos pelas diversas mídias refletem-se nas culturas locais e nos padrões de identidade dos povos. Se por um lado vemos surgir a todo o momento conflitos que visam à demarcação de identidades, como os conflitos étnicos e religiosos, por outro vemos surgir uma grande crise dos padrões identitários.

A definição do conceito de identidade hoje nos parece, cada vez mais, tarefa imprecisa. Stuart Hall (2005) argumenta que poderiam se estabelecer três distintas concepções de identidade: o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. A primeira, concebida a partir do homem do Iluminismo, entende que este

já nasceria dotado das capacidades de razão, consciência e de ação. O centro essencial do “eu” era a identidade da pessoa, que nascia e permanecia com ela durante toda sua existência.

A partir da emergência do paradigma sociológico no século XIX, estabelece-se uma nova concepção de identidade, a identidade sociológica que tem como prerrogativa a concepção “interativa” da identidade e do eu. Assim, a identidade é formada na interação entre o “eu” e a sociedade. O “eu real” é formado e modificado a partir do diálogo com os mundos culturais exteriores.

Nessa concepção, a identidade seria concebida como o espaço entre o mundo pessoal e o mundo público, atrelando o sujeito à estrutura, estabilizando tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos mais unificados e previsíveis.

A chamada globalização produziu nas sociedades modernas mudanças constantes, rápidas e permanentes. Mudanças que promoveram também a transformação das relações de tempo e espaço. Uma das consequências desse processo seria o desalojamento do sistema social, ou seja, a extração das relações sociais dos contextos locais de interação e sua reestruturação ao longo de escalas indefinidas de espaço-tempo.

No final do século XX, portanto, surge outro sujeito, denominado por Stuart Hall como o sujeito pós-moderno, que transita entre as diversas escalas espaço-temporais. Assim, o sujeito concebido anteriormente como uma só identidade está se fragmentando, composto não de uma, mas de várias identidades, por vezes contraditórias. A identidade torna-se uma “celebração móvel”, formada

e transformada continuamente em relação aos sistemas culturais que nos rodeiam, possibilitando que o sujeito assuma formas diferentes, em diferentes momentos. Não existe mais um “eu” único. A identidade conforma-se a partir dos vários papéis sociais que cabem ao indivíduo representar: na família, no trabalho, com o grupo de amigos, associações, etc.

As mudanças nas relações de força, a hegemonia norte-americana na produção cultural massiva, a flexibilização das relações sociais e familiares, a transformação nos relacionamentos, tudo isso contribui para a fragmentação do modelo identitário em circulação até os anos 90 do século passado. No século XXI, cada vez mais as identidades se configuram a partir de referenciais simbolicamente constituídos que, por vezes, encontram-se distantes espaço e temporalmente, mas que interferem diretamente no cotidiano das pessoas, seja pelo aparato informacional, seja pelos produtos da mídia.

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.

Termos como multiculturalismo, diáspora, cruzamento de fronteiras, nomadismo, hibridização, miscigenação, e sincretismo remetem à ideia de mobilidade entre os diferentes territórios da identidade. Silva (2000) afirma que tais movimentos contribuem para subverter o sentido essencialista da identidade, contrastando com o processo que tenta fixá-las, conformando-as dentro de uma ideologia hegemônica, processos que evidenciam a dinâmica da produção da identidade e da diferença. As identidades que se formam a partir desses processos não constituem integralmente nenhuma das identidades originais, embora guardem traços destas.

Para Castells, a transição da sociedade industrial para a sociedade informacio-

nal acarreta o estabelecimento de novos paradigmas, incluindo-se neles a busca pela identidade, tão importante quanto as transformações tecnológicas e econômicas no registro dessa nova fase histórica. Castells argumenta que um novo modelo, que visa à reestruturação do modo capitalista de produção, emerge a partir do final do século XX. Chamado informacionalismo, baseia-se na premissa de que as sociedades organizam-se a partir de relações sociais historicamente determinadas e mediadas pela produção, experiência e poder.

Produção seria assim definida como o ato de se apropriar da matéria bruta transformando-a em bens que serão consumidos por alguns, tendo seu excedente acumulado para investimento. Experiência é definida por Castells como a ação dos sujeitos sobre eles mesmos, a partir de determinantes biológicos e culturais constituídos a partir das relações construídas em seus ambientes sociais e naturais. Por último, o poder é a relação que impõe a vontade de alguns sujeitos sobre os outros, baseada na produção e na experiência, sendo exercido a partir do exercício de violência física ou simbólica, reguladas pelas instituições sociais.

O autor nos mostra que a construção social da identidade constitui-se a partir de atributos históricos, geográficos, sociais e culturais específicos em um contexto sempre marcado, portanto, por relações de poder. Estes contextos definem-se a partir das interações simbólicas, mediadas pela comunicação e pelo consumo.

A comunicação simbólica entre os seres humanos e o relacionamento entre esses e a natureza, com base na produção (e seu complemento, o consumo), experiência e poder, cristalizam-se ao longo da história

em territórios específicos, e assim geram culturas e identidades coletivas. (CASTELLS, 1999, p. 52)

Nosso período histórico é marcado pelo enfraquecimento de instituições sociais, pelo declínio das organizações tradicionais, pelo esvaziamento dos movimentos sociais e pela cultura do excesso e da instantaneidade. O autor ressalta que a identidade se configura como a principal fonte de significado, pois “cada vez mais, as pessoas organizam seu significado não em torno do que fazem, mas com base no que elas acreditam que são” (CASTELLS, 1999, p. 41). E a afirmação dessas identidades se revela nos diversos consumos.

## O consumo como processo de identificação social

Gilles Lipovetsky (2004) usa o termo hipermodernidade para conceituar o atual período. Para o autor, esse é o momento da exacerbação do individualismo, da instantaneidade e da valorização do prazer.

Dos objetos industriais ao ócio, dos esportes ao pasatempo, da publicidade à informação, da higiene à educação, da beleza à alimentação, em toda parte se exibem tanto a obsolescência acelerada dos modelos e produtos ofertados quanto os mecanismos multiformes da sedução (novidade, hiper-escolha, self-service, mais bem estar, humor, entretenimento, desvelo, erotismo, viagens, lazeres). O universo do consumo e da comunicação de massa aparece como um sonho jubiloso. (LIPOVETSKY, 2004, pág. 60.)



O sonho de felicidade vendido pela mídia confunde-se com a realidade e incita ao consumo. As identidades fragmentadas transitam por fronteiras, nem sempre demarcadas de maneira clara, pois os limites se confundem e as referências se misturam.

Nasce toda uma cultura hedonista e psicologista que incita à satisfação imediata das necessidades, estimula a urgência dos prazeres, enaltece o florescimento pessoal, coloca no pedestal o paraíso do bem-estar, do conforto e do lazer. Consumir sem esperar; viajar; divertir-se; não renunciar a nada; as políticas do futuro radiante foram sucedidas pelo consumo como promessa de um futuro eufórico. (LIPOVETSKY, 2004, pág. 61.)

Numa era em que os projetos políticos não mais têm força, em que as antigas regras de coesão social não têm mais valor, o consumo passa a ser 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 refletirmos sobre a sociedade do hiperconsumo, percebemos que somos inevitavelmente levados 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 tablet, 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. Hoje é moeda corrente considerar que a variedade de produtos e a exigência do novo são necessidades criadas pelo excesso de produtos.

No entanto, como demonstra Forty (2007), desde o século XIX já se verificava a produção de designs diferenciados em categorias que refletiam nos objetos as noções de diferenças sociais. O design já assumia seu papel de diferenciador social de forma tangível. “Ao contrário da maneira confusa e contraditória que essas ideias costumavam assumir na mente de homens e mulheres comuns, o design as representava numa forma que era ao mesmo tempo clara, tangível e irrefutável” (FORTY, 2007, pág.90).

Hoje, portanto, são esses artefatos que nos ajudam a criar a nossa noção do estar no mundo. O que eu tenho, o que me revela, é o que trago comigo. A multiplicidade de papéis sociais reflete-se na quantidade de artefatos que possuímos.

A associação entre o design e a comunicação massiva promove o estabelecimento de uma nova cultura em que os valores começam a se mesclar, assim como as linguagens. As distinções de classe ainda permanecem, mas suas fronteiras tendem a se tornar mais fluidas. Um bom exemplo pode ser percebido com o surgimento do rock’n’roll. Até o início dos anos de 1950, o rock era considerado música para consumo apenas das populações negras e pobres. O rádio e posteriormente a TV (não deixando de lado o cinema) foram responsáveis por sua universalização entre o público jovem. No final da década e, definitivamente, nos anos de 1960, o rock se transformou no ritmo da juventude. Toda uma gama de produtos

é a ele associada, desde os discos até as vestimentas por ele inspiradas.

Atualmente, não consideramos que seja possível mais pensar em cultura de massas. A polaridade entre as chamadas culturas eruditas e populares perdeu sua força ao longo do século XX e é cada vez menos presente nesse início do XXI. Atribuimos a isso a presença maciça das formas simbólicas disseminadas pelas diferentes mídias e cada vez mais presentes no mundo virtual com o advento da internet.

Essas tendências para a estetização da vida cotidiana relacionam-se com a distinção entre alta-cultura e cultura de massa. Um movimento duplo sugere a derrocada de algumas das fronteiras entre arte e vida cotidiana, bem como a erosão da condição especial da arte como uma mercadoria protegida. Em primeiro lugar, verifica-se a migração da arte para o design industrial, a publicidade e as indústrias associadas à produção de símbolos. (FEATHERSTONE, 2007. P.45.)

A arte no século XXI é feita para ser consumida em grandes bocados. Como já alertava Benjamin, se mudam as massas, muda sua forma de fruição. Ao possibilitar a qualquer pessoa criar um filme, fazer fotografias, divulgar sua música ou seus pensamentos on-line, o estatuto das artes também se modifica e se democratiza.

Da peça única à arte efêmera pintada no viaduto e que desaparecerá na manhã seguinte, o homem, junto aos dispositivos tecnológicos, vem tecendo sua história. Buscando a permanência na memória ou a fugacidade do momento, a arte encontra-se hoje intimamente ligada à tecnologia.

Voltamos assim à ponte de Flusser – o design. Muito além da construção de artefatos, o design no século XX passou a ser parte da cultura. Movimentos culturais como o skate e o hip-hop se constituem a partir de representações gráficas pelas quais o design é responsável. Seja nos *shapes* dos skates ou na estrutura dos grafites, essas culturas se construíram a partir também de referenciais visuais promovidas pelo design (Gobé, 2010).

Grande parte dos movimentos culturais que aconteceram a partir dos anos 60 do século passado estão intimamente ligados ao design. A pop art, o movimento hippie, o punk. O design acompanha de perto e promove a desmaterialização dos consumos e da cultura. Por outro lado, alguns artefatos construídos pelo design transformam-se em objeto de culto artístico. A última coisa que se pensa ao comprar um espremedor Juicy Salif de Phillipe Starck é utilizá-lo para espremer frutas. O próprio Starck afirma “*design is a dreadful form of expression*”.

Sendo uma expressão cultural de nosso tempo, o design, e conseqüentemente os produtos, revestem-se de valores intangíveis. As relações que se estabelecem com os diversos consumos também se modificam. O que busca o consumidor? Experiência. Se os produtos tendem à padronização, o que vai diferenciá-los reside justamente nos valores intangíveis que o design ajuda a fomentar.

Adquirir um produto com a assinatura de Karim Rashid ou dos irmãos Campana atribui ao artefato um valor subjetivo. Clifford Geertz afirma que os indivíduos tecem junto aos objetos suas “teias de significados”. No entanto, a mídia, ao promover determinados nomes e marcas, cria novos significados que são incorporados como atributos aos produtos. E é esse caráter simbólico que dá sentido ao consumo.

Maffesoli (2008) 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. Nessa perspectiva, os meios de comunicação de massa, associados ao design, 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.

Hoje nos deparamos com a dificuldade de se separar os domínios da arte e do design. Percebemos que como produtos de seu tempo, essa distinção começa a perder sentido. Hobsbawm (2013) afirma que já não possuímos palavras ou conceitos que possam definir o caráter dessa dimensão de nossa experiência nesse início de milênio.

Porém já não compreendemos o atual dilúvio criativo que inunda o globo de imagens, sons e palavras, nem sabemos lidar com ele, dilúvio que quase certamente se tornará incontrolável tanto no espaço como no ciberespaço. (HOBSBAWM, 2013, p.15.)

É arte ou design? Essa é uma questão que não nos atrevemos a responder, pois os seus domínios são cada vez menos claros em nossa sociedade. Mas podemos entender que essa mistura retrata de forma fidedigna os anseios do homem do século XXI, que transita entre o real e o virtual e para quem esses limites também são cada vez mais difusos.

Ao examinar o trabalho de designers, artistas, artistas-designers, pretendemos ao menos tentar entender, não os limites de cada disciplina, mas as diversas possibilidades de interação que elas nos propõem diariamente. Nos próximos capítulos veremos como o trabalho de designers envolvem os aspectos artísticos e como a arte vem se apropriando das linguagens do design. Deixamos de lado, portanto, a noção estática do **ser** – é arte ou design? E optamos pela conjunção – arte **e** design, pois acreditamos que esse é um destino inexorável.



---

## Quando a **arte** e o **design** se encontram na **cultura de massa**

---

### capítulo 2

Batman - Frank Miller

A influência da cultura de massas no século XX alterou a forma como recebemos a comunicação e percebemos os artefatos. O que ocorre quando o design se encontra com as artes da chamada cultura de massas? Devemos considerar que o século XX e ainda esse que se desenvolve, os dispositivos midiáticos têm uma enorme presença em nossas vidas. Cinema, TV, música, quadrinhos. Estamos rodeados por sua presença, absorvemos seus produtos, sua estética e nem nos damos conta de como o design está presente nessas obras.

Dado o tamanho e a complexidade do universo da cultura pop, elegemos alguns produtos para nossa análise, assim como alguns autores e diretores. Começamos a pensar nesse aspecto a partir do cinema, denominado Sétima Arte, não por acaso. Maffesoli (2008) 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, 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, podendo até mesmo iniciar relações de proximidade.

No cinema, o espectador vive uma relação de encantamento e sedução com as imagens. É quase um processo de “sonhar acordado”. Os personagens não precisam contar ao espectador o que sentem, pois ele percebe aquela presença e realidade como se fosse sua, como se dela fizesse parte. Béla Balázs nos chama a atenção para esse processo de identificação:



Embora nos encontremos sentados nas poltronas pelas quais pagamos, não é de lá que vemos Romeu e Julieta, Nós olhamos para cima, para o balcão de Julieta com os olhos de Romeu e, para baixo, para Romeu, com os olhos de Julieta. Nosso olho, e com ele nossa consciência, identifica-se com os personagens no filme; olhamos para o mundo com os olhos deles e, por isso não temos nenhum ângulo de visão próprio. Andamos pelo meio de multidões, galopamos, voamos ou caímos com o herói, se um personagem olha para o outro nos olhos, ele olha da tela para nós. Nossos olhos estão na câmera e tornam-se idênticos aos olhares dos personagens. Os personagens vêem como nossos olhos. É neste fato que consiste o ato psicológico de “identificação”. (XAVIER, 2008, p.85.)

A identificação do espectador permite que ele vivencie nas imagens do cinema seus sonhos mais distantes, viva as aventuras mais audazes, faça conquistas e seja dono de sua liberdade. Situações distantes da vida real da maioria das pessoas, que vivem subjugadas diante de aparelhos feitos para o trabalho, sejam eles máquinas industriais ou computadores sofisticados. A chamada magia do cinema é fruto, em grande parte, das técnicas do design. Desde os primeiros processos de trucagem criados pelo mágico Georges Méliès nos primórdios do ainda chamado Cinematógrafo, até os universos criados pelos mais ousados filmes de ficção científica, o design tem papel preponderante. Em alguns casos, ele é personagem da própria história.

## Francis Ford Coppola – da experiência visual de One From the Heart ao preciosismo de Drácula de Bram Stoker

Como disse o mestre Federico Fellini: “Cinema verdade? Prefiro o cinema-mentira. A mentira é sempre mais interessante do que a verdade”.

A carreira do cineasta americano Francis Coppola é marcada por sucessos reconhecidos mundialmente, mas também por suas experiências com as imagens. Seu primeiro grande êxito como diretor acontece em 1972 ao dirigir “*The Godfather*”, no Brasil, “O Poderoso Chefão”, adaptado do livro homônimo de Mario Puzo. “*The Godfather*” venceu o Oscar de melhor filme e Coppola foi indicado ao de melhor diretor e venceu junto com Puzo na categoria de melhor roteiro adaptado.

Em 1974 Coppola filma “*The Godfather: Part II*”, que se tornaria a primeira sequência a ganhar o Oscar de melhor filme, vencendo em outras cinco categorias, incluindo melhor diretor e melhor roteiro adaptado. Em 1979 ele ganha a Palma

de Ouro em Cannes por “*Apocalypse Now*”, uma adaptação do livro “O Coração das Trevas”, de Joseph Conrad, provocadoramente situada em plena guerra do Vietnã. A aproximação do cinema com a literatura se mostrou, no caso do diretor, um sucesso.

No entanto, ao se aventurar na área da experimentação, um dos seus exercícios mais radicais foi unir o design ao cinema, o que acontece com “*One From The Heart*”, lançado em 1982, que foi um fracasso enorme, e o deixou com uma dívida de US\$ 30 milhões. Com o passar do tempo, o filme teve seu mérito reconhecido, pois, de fato, foi uma experiência nova em termos imagéticos e que abriu caminho para diversos novos diretores.

“*One From the Heart*” é uma experiência estética até então inédita nos filmes dos anos 80. Totalmente filmado em estúdio, com a fotografia de Vittorio Storaro, o filme abusa da utilização de filtros e cenários oníricos para contar a história de pessoas comuns, que se perdem



Cena do filme One from the Heart  
Francis Coppola



e se reencontram na noite em Las Vegas. A exuberância do visual contrasta com a caracterização do casal de protagonistas, que vivem, assim como nós espectadores, seus sonhos nas telas de cinema ou na paisagem de Las Vegas. Ao associar a trilha sonora assinada por Tom Waits, a obra garante uma experiência visual e sonora que foi copiada exaustivamente nas décadas seguintes: na linguagem dos videoclipes que nasciam nesse período e no cinema de outros que viriam nas décadas seguintes.

A estética do filme de Coppola é um dos melhores exemplos do design a serviço do cinema. As imagens meticulosamente pensadas exercem no espectador o que Donald Norman (2008) denomina de “efeito uau!”, ou seja, algo que causa um arrebatamento no primeiro olhar. Hoje entendemos o pioneirismo do diretor, que se atreveu a arriscar seu estúdio para produzir uma obra de arte.

Outro exemplo da originalidade na visão do diretor em associar o design à

estética cinematográfica pode ser percebido em sua adaptação pouco convencional do romance gótico “Drácula de Bram Stoker”. O filme homônimo foi realizado em 1992, 10 anos após “*One From The Heart*”.

A princípio seria mais uma história de terror, não fosse a habilidade do diretor em buscar elementos da arte do final do século XIX – a referência às obras de Gustav Klimt é uma das mais belas feitas até hoje no cinema, associadas às sombras do Expressionismo Alemão.

O resultado, longe de ser um filme de terror – não que as imagens assustadoras não estejam presentes –, é um dos mais belos e trágicos romances feitos no final do milênio. O design entra como elemento fundamental da narrativa, delineando as mudanças que ocorrem na cidade com a chegada do monstro e a transformação dos personagens ao longo da narrativa. Assiste-se a “Drácula de Bram Stoker” como se estivéssemos num sonho.



## Baz Luhrmann – entre o pop e o retrô

Quando se trata de sonho, um cineasta de uma geração mais recente vem se tornando especialista no assunto. O australiano Baz Luhrmann fez sua estreia no cinema em 1992, com “Vem Dançar Comigo”. Com uma estética cheia de excessos que beiravam o excêntrico, o diretor dava seus primeiros passos em direção ao sucesso que se concretiza em seguida, com sua estreia, em 1996, no cinema norte-americano com a adaptação “Romeo+Juliet”, baseada no romance de William Shakespeare.

“Romeo+Juliet” tem toda uma caracterização contemporânea, com música pop, mas respeita o texto original em inglês. A mistura dos elementos visuais, associada à trilha sonora e aos diálogos, desestabiliza o espectador, levando-o a uma dimensão em que o tempo cronológico não conta. Em que ano se passa o filme? Não sabemos e isso é o que menos importa. A experiência radical do diretor, apoiada no design, promove o que os autores contemporâneos denominam de fragmentação do espaço-tempo. Tudo é possível de acontecer, pois o tempo deixa de ser uma variável, já que o cinema pode moldá-lo à sua vontade.

Outra experiência radical do diretor revela-se em “Moulin Rouge”, de 2001. O musical, livremente inspirado em três óperas/operetas (“La Bohème”, de Puccini; “La Traviata”, de Verdi e “Orphée aux Enfers”, de Offenbach) é ambientado na Paris de 1900. O diretor emprega novamente a excentricidade na construção dos personagens que gravitam em torno do casal de amantes desafortunado, que se movimentam em cenários oníricos, embalados por hits da música pop.

Somos novamente deslocados do conforto do espaço-tempo determinados e lançados na experiência sensorial de formas que contrastam radicalmente com a trilha sonora. A estética de Luhrmann nos remete aos fundamentos do design retrô.

A palavra “retrô” tem um significado muito específico: refere-se a um fetiche autoconsciente para um período de estilização (na música, roupas, design) expressa de forma criativa através de pastiche e da citação. Retrô em seu sentido estrito tende a ser a preservação de estetas, apreciadores e colecionadores, pessoas que possuem uma profundidade quase acadêmica de conhecimento com um agudo senso de ironia. Mas a palavra passou a ser usada como uma



Cenas do filme  
Romeu e Julieta

forma muito mais vaga de descrever praticamente qualquer coisa que se relaciona com o passado relativamente recente da cultura popular. (REYNOLDS, 2011, p. Xii e Xiii. Tradução nossa)

Assim como o design, o cinema lança mão de artifícios que recriam memórias. Falsas, porque não vividas, mas nem por isso desnecessárias.

Como o cinema, a música se utiliza do design de diversas formas. Desde a criação das capas dos álbuns dos antigos LPs, passando pela concepção cênica dos shows e, cada vez mais, na construção de suas performances. Entendemos aqui a performance como na definição de Gonçalves, para quem:

A performance poderia ser considerada uma manifestação artística em que o corpo é utilizado como um instrumento de comunicação e arte que se apropria de objetos, situações e lugares - quase sempre naturalizados e socialmente aceitos - para dar-lhes outros usos e significações e propor mudanças nas formas de percepção do que está estabelecido. (GONÇALVES, 2003, p. 12)

Artistas como Madonna e Florence and The Machine são exemplos contemporâneos dessa utilização do design enquanto ferramenta para a construção de performances. No entanto, preferimos nos remeter a dois exemplos de artistas que usaram a performance propiciada pelo design como instrumento de afirmação de suas identidades e manifestos.



## James Brown: o design da alma

“A cultura, forma de comunicação do indivíduo e do grupo com o universo, é uma herança, mas também um reaprendizado das relações profundas entre o homem e o seu meio” (SANTOS, 2002, p. 326).

A música do século XX, acreditamos, pode ser dividida em duas fases: antes do *Rock'n'roll* e depois dele. O mundo nunca mais seria o mesmo após o advento do rock, nem os jovens. Surgido nos guetos negros, filho do *Rhythm'n'blues*, o rock se distancia das raízes negras nos anos 60. Em contrapartida, nesse mesmo período surge um estilo musical que será o porta-voz da cultura negra: a *Soul Music*. O ideário da *Soul Music*, pauta-se pela busca de relações de igualdade racial, sendo fortemente influenciado pelo movimento pelos Direitos Civis, ocorrido nos Estados Unidos. Os líderes religiosos Martin Luther King e Malcolm X são ícones e o orgulho negro, ou *black power*, disseminado pelo discurso, entre outros, do partido *Black Panther Party of Self Defense*, foi rapidamente incorporado às suas músicas.

Vários cantores, músicos e compositores são responsáveis pelo sucesso da *Soul Music*, mas nenhum deles conseguiu reunir tantas características do ideário Soul como James Brown. James Brown aliou diversos fatores que proporcionam ao mesmo tempo uma identificação e um modelo para os fãs. Começando por sua infância pobre, o desenvolvimento de uma carreira de sucesso e milionária, a exaltação do orgulho de ser negro e as polêmicas em que frequentemente se envolveu criaram uma aura de fascínio e identificação, típica do herói comum, como apontado por Morin:

Certamente os heróis continuam heróis, isto é, modelos e mediadores. Mas, combinando cada vez mais intimamente, e de forma variada, o excepcional e o habitual, o ideal e o cotidiano, eles passam a oferecer a identificação de pontos de apoio mais e mais realistas. (MORIN, 1989, p. 13)



Imagens do cantor  
James Brown



As características musicais e as performances de Brown no palco, passionais, levavam as plateias ao delírio. A utilização de elementos vocais de exaltação da tradição gospel, associados à sua potente voz e a uma dança surpreendente marcou profundamente toda uma geração de músicos e intérpretes. A utilização dos elementos da cultura afro-americana, desde as tradicionais performances religiosas, até o encerramento de shows com um manto sendo jogado em suas costas, trouxe aos fãs negros uma identificação de sucesso, de afirmação de sua autoestima. Brown, certamente, foi um dos primeiros a usar os elementos da performance para criar a persona James Brown.

Se por um lado a peculiaridade do trabalho de Brown afastou-o, num primeiro momento, do público branco, por outro trouxe aos fãs negros uma característica distintiva. Era um negro que fazia música e falava de questões que pertenciam a um universo exclusivamente negro.

O fascínio pelo cantor, que morreu em 2006, ainda no auge de sua forma, apesar dos seus 73 anos, contribuiu para o crescimento de seu mito. Diversos cantores copiaram seu estilo, músicos se utilizaram de sua batida. Sua aparição no cinema no papel do Reverendo Cleophus James em *“Blues Brothers”* (1980, direção de John Landis), serviu para reacender o mito. O filme é um dos primeiros a reverenciar o talento dos grandes mestres do *Blues* e do *Soul* (nele participam Cab Calloway, John Lee Hooker, Ray Charles, Aretha Franklin e uma série de outros nomes). O papel de Brown é tão carismático que ele voltou a interpretá-lo em *“Blues Brothers 2000”* (2000, direção de John Landis). Brown fez, inclusive, participações em outros filmes e seriados no período.

Mas sua maior contribuição reside na utilização de elementos cênicos e de performances que afirmam o *Black Power*. James Brown é um artista que foi designer da autoestima do movimento *Soul*.





David Bowie em um dos seus personagens mais famosos, Aladdin Sane, considerado uma evolução do Ziggy Stardust de 1972.



Cena do cantor David Bowie no filme *Labyrinth*

## David Bowie: desenhando personagens

Quem hoje admira a elegância sóbria do inglês David Bowie se assustaria ao conhecer algumas das personas do músico, tais como Ziggy Stardust e Aladdin Sane. Na música e no cinema, ele assumiu uma quantidade enorme de personagens: o alienígena de "O Homem que Caiu na Terra" (1975), de Nicolas Roeg, Andy Warhol em "Basquiat" (1996), de Julian Schnabel, o major Jack Celliers em "Furyo, em Nome da Honra" (1982), de Nagisa Oshima, ou em personagens surreais, como o mago em "Labirinto a Magia do Tempo" (1986), de Jim Henson, ou na vampiro sexy de "Fome de Viver" (1983), de Tony Scott.

A carreira de Bowie começa no final dos anos de 1960, quando entra nas paradas com "Space Oddity". O sucesso viria mesmo com o lançamento do disco e da persona "Ziggy Stardust". Bowie começa a injetar a teatralidade no rock, sendo considerado um dos principais nomes do chamado *Glam Rock*. O gênero que, felizmente, teve vida curta, é considerado como um rock com riffs fáceis, cantores maquiados e com glitter nos cabelos. David Bowie certamente dispensa o brilho irreal do glitter, porque sua carreira, a partir de então, vai trilhar rumos diferentes e surpreendentes.

Bowie foi o primeiro músico a se aproximar do universo da moda. Em 1973 ele baseou seu figurino nas

peças assinadas pelo estilista japonês Kansai Yamamoto. Sua ousadia estética abriu caminho para uma parceria que até hoje é frequente entre cantores e estilistas.

"Uma roupa é uma completa experiência de vida. Uma roupa é muito mais do que apenas algo para se vestir. É sobre quem você é, é uma insígnia e se torna um símbolo (BOWIE *apud* PAYTRESS, 2011)", argumenta o cantor.

A influência de Bowie ao longo dos mais de 40 anos de carreira reside no fato de ele dialogar para além do seu tempo. Discussões como a identidade sexual, autoria e cultura pop fizeram e fazem parte, ainda hoje, de sua obra. Questões que foram, ao longo dos anos, sendo incorporadas aos debates da pós-modernidade. Muito mais que um cantor ou ator, David Bowie é um artista que integra o universo do design, pois suas personas ainda hoje constituem referência para a construção de objetos, modas, e até mesmo estilo musicais.



## Frank Miller e Allan Moore – os quadrinhos viram coisa de adultos

Para Gilbert Durand (1984), toda cultura assimilada pela educação é um conjunto de estruturas fantásticas. Pois, após o estágio educativo, a função fantástica tem papel direto na ação: as obras da imaginação e toda criação humana, mesmo a mais utilitária, são criadas a partir da fantasia. A necessidade da função fantástica, portanto, reside na faculdade que tem o imaginário de ultrapassar a temporalidade e a morte.

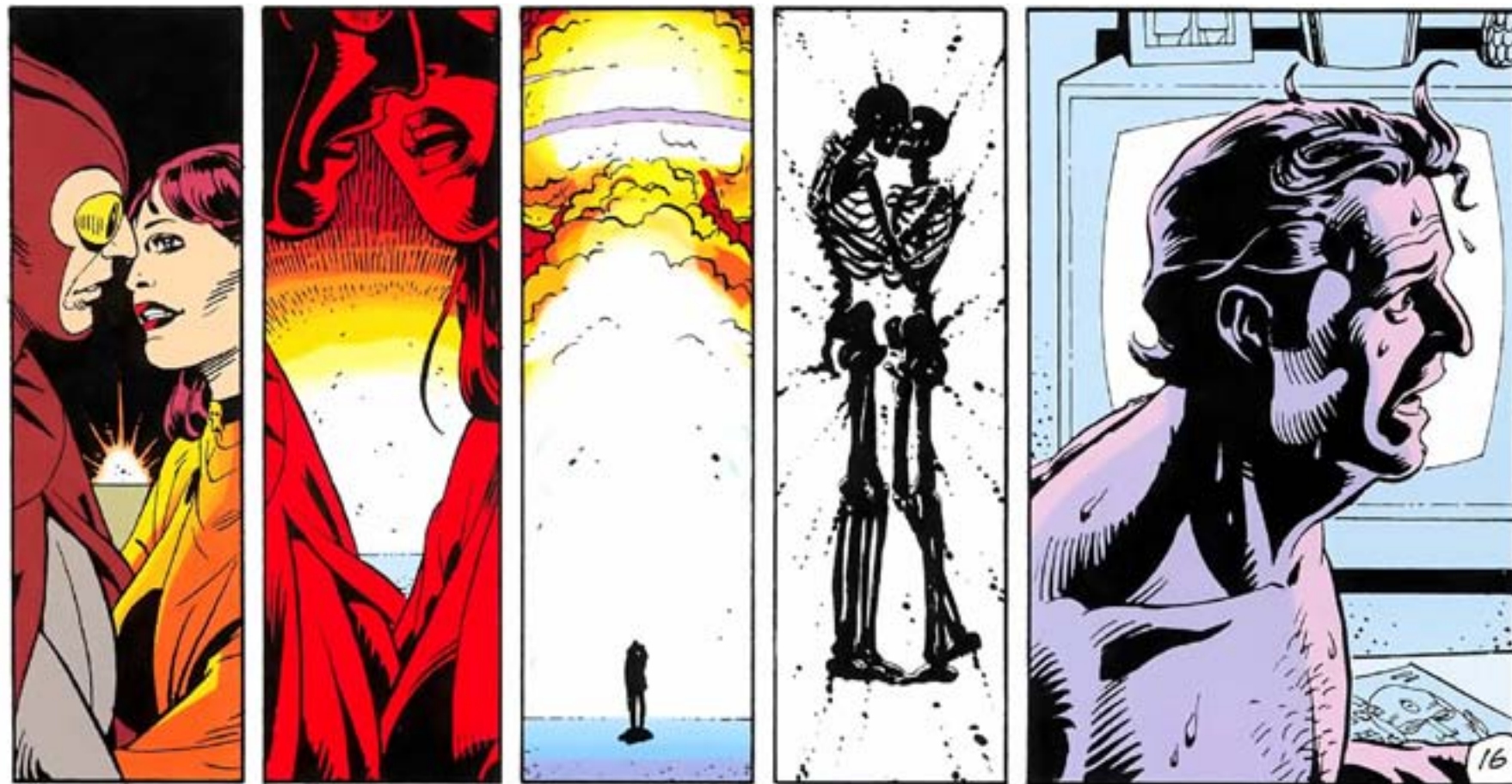
Um dos produtos da cultura de massas, as histórias em quadrinhos foram, ao longo da primeira metade do século XX, consideradas produtos para diversão de crianças. Graças a autores como Will Eisner, nos Estados Unidos, ou Guido Crepax e Milo Manara, entre outros na Europa, os quadrinhos começaram a ser vistos como produtos destinados a adultos e traziam em suas páginas questões desse universo.

Eisner publicou em 1985 o livro “Quadrinhos e a Arte Sequencial”, que analisa os aspectos técnicos da estrutura narrativa das HQs, discutindo as relações entre texto escrito e imagem, criação do efeito de passagem do tempo, entre outros aspectos. Já nesse momento, os quadrinhos se constituíam como objeto de estudo e culto em todo o mundo. Atualmente percebemos que os quadrinhos deixaram o fundo das prateleiras e ganharam status de linguagem própria, merecendo estudos, congressos e diversas publicações acerca dessa arte sequencial.

As histórias em quadrinhos disseminam parâmetros de identificação nos quais o homem comum se reconhece, pois tratam de temas que lhe são familiares, frutos do conhecimento do cotidiano do leitor. No contato mensal ou quinzenal com os quadrinhos, o leitor vai conhecendo os personagens e travando uma relação contínua, cada vez mais íntima com eles, à medida que

DESIGN&ARTE

DESIGN&ARTE



Cenas do quadrinho Watchmen

suas histórias são contadas e seu passado revelado, trazendo uma explicação para suas atitudes.

A densidade emocional do personagem é fator fundamental para a identificação com o leitor. O lado humano e as contradições têm que estar presentes durante todo o tempo. O homem não vive somente de heróis perfeitos, porque assim não haveria um ponto comum com o qual pudesse se identificar. É justamente por meio das falhas e da fraqueza do herói - que ainda assim consegue vencer - que nos identificamos e almejamos, como ele, conseguir superar nossas próprias dificuldades e limitações.

A complexidade de uma personagem e suas contradições têm que se manifestar para que seja verossímil, real. Quanto maior for sua densidade humana, mais real nos parecerá. Um grave erro na configuração de uma personagem é pretender que seja perfeita. Por natureza, o ser humano é imperfeito e, portanto, contraditório e conflituoso. (COMPARATO, 2009, p. 128)

Os modelos do herói, seja nos quadrinhos, no cinema ou na TV, utilizam-se de elementos originados a partir de contos e lendas. Porém, com o tempo, esses arquétipos sofrem adaptações para dialogar com as necessidades e incertezas do homem contemporâneo. Os meios de comunicação de massa, tendo o design como ferramenta, contribuem para uma construção simbólica mais complexa, capaz de interferir na forma como os sujeitos localizam-se no mundo e constroem sua identidade. Hoje vemos uma profusão de filmes ligados aos super-heróis que agradam aos adultos. Mas como foi que esse processo se iniciou? A grande revolução ocorre nos anos 80 com a publicação de uma série de Graphic Novels - a começar por “Cavaleiro das Trevas”, de Frank Miller, seguida de outros sucessos como “V de Vingança” e “Watchmen”, ambas de Alan Moore, que, definitivamente, estabeleceram os quadrinhos no universo adulto e passaram a influenciar a criação de diversos produtos associados, como filmes, games, roupas e outros artefatos, ganhando o interesse de pesquisadores em todo o mundo.





Batman de Frank Miller

## Frank Miller e o Cavaleiro das Trevas: o homem comum se torna herói

Quando eu estava estruturando Cavaleiro das Trevas a primeira coisa que eu fiz foi estabelecer o esquema de 16 quadros em que a série inteira iria ser baseada. Isto era eu tentando tratar os painéis como notas musicais em um pulso, para controlar o passo. Era um livro muito denso, eu estava empacotando coisas de maneira extremamente forte nesse ponto, mas você notará que a tensão desses pequenos painéis em staccato é quebrada de vez em quando por uma meia página ou por uma imagem de página inteira que é destinada não a retirar você da história, mas fazer com que você dê uma pausa e se dê conta de onde a história está, qual é o objetivo. (MILLER apud SALISBURY, 2000, p. 176)

O norte americano Frank Miller é considerado um dos mais importantes desenhistas da atualidade. Miller pode ser considerado um dos principais responsáveis por trazer os quadrinhos para o universo adulto, a partir da releitura das histórias de personagens que, até sua entrada, eram desenhados e concebidos para um público juvenil. A visão artística de Miller confere aos quadrinhos uma outra dimensão. Suas cenas são criadas como elementos gráficos que servem, não apenas como elementos textuais, mas também como narrativa.

A primeira grande incursão de Miller enquanto autor foi na revisão de um personagem considerado auxiliar – O Demolidor (Dare Devil). O autor redesenhou e criou uma

personalidade, a partir de seu traço, que transformou o Demolidor em um herói como poucos nos quadrinhos. Da mesma forma, ele criou a parceira do herói – Elektra – e seu antagonista, um dos melhores vilões, impressionante pelo traço e pelas características de sua personalidade – o Rei do Crime.

No entanto, seu maior êxito viria ao assinar uma nova versão do hoje conhecido como Cavaleiro das Trevas – Batman. O herói, após o seriado televisivo dos anos 60, mais voltado para a comédia, perdera seu status de super-herói. Miller traz o personagem de volta, envelhecido e amargurado. Toda a loucura dos personagens que viriam posteriormente nos filmes e na trilogia mais famosa de mesmo nome, dirigida por Christopher Nolan, advém da visão de Miller: forte, com um traço que influenciaria toda a linguagem dos quadrinhos posteriores.

Frank Miller não se ateu apenas aos quadrinhos. Sua incursão no cinema gerou produtos como “Sin City” (2005) e “Sin City, a dama fatal” (2014), dirigidos em parceria com Robert Rodriguez. Sua história “300” também se transformou em filme, com direito à continuação em 2013. Miller ainda dirigiu, em 2010, o comercial do perfume Guilty Gucci. Em todas as obras, as referências ao seu traço estão presentes. O trabalho de Frank Miller leva os quadrinhos à maturidade estética.

## Alan Moore: o discurso da anarquia

Talvez você nunca tenha ouvido falar de Alan Moore, mas, certamente, reconhece as máscaras usadas nos protestos juvenis dos últimos tempos: um rosto branco com um sorriso de escárnio e um bigode. Sim, essa é a marca de "V de Vingança", a obra prima anarquista escrita por Moore em parceria com David Lloyd, em 1982. Ambientada num cenário soturno de uma Londres num futuro distópico, dominada pelo fascismo, a história é um convite à revolução. O trabalho de Moore foi adaptado para o cinema pelos irmãos Wachowski em 2005 e foi um sucesso, apesar de ter amenizado o caráter anárquico da história. Ainda assim, o design do personagem principal continua incitando revoluções pelo mundo afora.

Um outro sucesso de Alan Moore, desenvolvido nos Estados Unidos para a DC Comics entre 1986 e 1987 e desenhada por David Gibbons, é a série "Watchmen". Jun-

V de Vingança



to ao "Cavaleiro das Trevas" e "V for Vendetta", "Watchmen" é considerada uma das maiores séries já escritas. Sua história é centrada num grupo de super-heróis na meia idade que caem no ostracismo e vivenciam as dúvidas e os dilemas do homem comum. Mais conhecidos como vigilantes, daí o título, a história é um *thriller noir* cheio de referências gráficas ao cinema e à literatura. Os personagens vivem o dilema de seu passado, o desprezo pela população e a desconfiança do governo. O tratamento adulto, associado à linguagem cinematográfica dos quadrinhos, promove uma das melhores junções da

arte ao design gráfico. "Watchmen" teve também uma adaptação para o cinema, dirigida por Zack Snyder (2009).

Atualmente é cada vez mais difícil estabelecer a separação entre o domínio da arte e aquele do design. As artes se utilizam do design das mais diversas formas e este oferece suporte à elas, influenciando-as em sua linguagem. No entanto, esse é um pensamento recente, fruto das diversas transformações que já apontamos. No final do século XX, alguns designers eram taxativos quanto ao assunto. Para Gui Bonsiepe:

Watchmen





Design não é e nem será arte. Não há justificativa para uma interpretação do design como uma atividade artística, supostamente intuitiva. A arte, através de seus arquétipos há muito hegemônicos (pintura, escultura, desenho etc.), não é a única possibilidade da experiência estética. O mundo do design está ligado ao da estética, mas não necessariamente ao da arte. (BONSIEPE, 1982)

Da mesma maneira, Alexandre Wollner afirmava que design não é arte, mas não negava que ele não apenas influencia como também sofre a influência de outras linguagens, como no caso da sua crítica ferina à televisão:

A TV ainda não encontrou sua linguagem visual própria. A que existe hoje, rápida e cheia de elementos, não é para ser entendida, não contém mensa-

gem alguma. Ela é inútil e descartável. Essa rapidez das imagens está influenciando o design gráfico atual, que é feito para não se perceber, não se ver. Inútil e descartável. É aquilo que a Bauhaus já condenava como supérfluo e decorativo.

Design não é arte, como definimos arte. Considero uma coisa orgânica no sentido social, cultural e econômico. Não considero uma coisa especial. As pessoas vêem coisas que fiz e não sabem que fui eu e eu acho ótimo. A busca da perfeição é o caminho do design. (WOLLNER, 1982)

No entanto, nos tempos hipermodernos, essa separação-se mostra desnecessária ou mesmo injusta. Isso veremos nos próximos capítulos com exemplos e opiniões dos artistas designers.



Watchmen

## A arte seduz pelo design

### capítulo 3

Banco de papelão criado pelo designer Cláudio Menezes com ilustrações do artista Ataíde Miranda



A arte tem sido, desde os primórdios da civilização, um elemento que reflete o comportamento humano e dita novas posturas para a sociedade. Também não podemos negar que a arte foi, e de certa forma ainda é, um instrumento de transformação cultural.

Fazendo um breve histórico, ao falarmos de arte rupestre ou pré-histórica nos deparamos com um ser humano que mesmo sem se expressar através da fala ou da escrita, já era capaz de se expressar artisticamente, mostrando através de desenhos, símbolos e sinais o seu cotidiano e cenas do seu dia a dia, como a caça para sua subsistência, rituais, danças e muitos outros exemplos de comportamento.

Mesmo milhões de anos depois, a arte continuou sendo um instrumento para representar e expressar o comportamento humano de determinada época e, principalmente, ditar novos comportamentos e estilos de vida. Um excelente exemplo disso é o trabalho de Yves Saint Laurent que, em 1965, produziu uma coleção de moda inspirada no trabalho neoplasticista de Piet Mondrian. Mondrian buscava, através da arte, ultrapassar o realismo externo e material, dando prioridade à essência. Este pensamento foi retratado na sua pintura através de formas geométricas abstratas em conjunto da utilização das cores primárias (vermelho, azul, branco, preto, amarelo). O interessante na utilização destas cores é que as mesmas demonstram uma relação bem íntima com as teorias estéticas da Bauhaus.

Esta coleção tornou-se conhecida como a “Coleção Mondrian” sendo destaque na capa da Revista Francesa Vogue de 1965 e em muitas outras revistas de moda. O material foi imediatamente copiado por fabricantes de produtos para “a massa”, que produziu cópias baratas. Posteriormente à arte de Mondrian e ao trabalho de Yves Saint Laurent surgiu no mercado uma série de outros produtos, como móveis, embalagens, calçados, painéis decorativos, produtos de beleza e etc sendo um belo exemplo de como a arte tinha o poder de ditar comportamentos.



A arte de Piet Mondrian se transforma em peças de moda.

Mas se paramos um pouco para analisar esta mesma situação, poderemos começar a perceber relações muito íntimas entre a arte e o design. No exemplo anterior podemos ver claramente como a arte seduz pelo design. Ou seria o contrário?

É interessante e instigador o limiar entre arte e design. Uma das características recentes e muito importante do design é a sua questão estratégica. De certa forma, a arte não se utilizava deste instrumento. Mas quando analisamos a trajetória de alguns artistas, como Pablo Picasso que, em 1900, estrategicamente se muda para Paris, capital artística da Europa no período, percebemos como o pensamento estratégico, ainda que intuitivo, estava presente. Foi a partir deste momento que Picasso passa a desenvolver-se mais como pintor e a ganhar notoriedade. Mas suas estratégias não param aí. Picasso não se ateu a ser apenas um pintor, ele é considerado um dos mais versáteis artistas da época. Além da pintura, desenvolveu trabalhos com esculturas e cerâmicas, usando vários tipos de materiais e desenvolvendo, assim, o que conhecemos hoje como “produtos” elementos resultantes do trabalho do designer.

Mas, a pergunta continua: o que distingue a arte do design? Por um lado, podemos pensar que o design é utilitário, ou seja, tem uma função bem clara e objetiva, diretamente ligada às marcas e suas estratégias e à comunicação com a sociedade. De outro lado, a arte não tem nenhum tipo de obrigação, a não ser a de expressar a sua subjetividade através do olhar do artista que a desenvolveu. Porém, quando analisamos essa situação nos dias de hoje, começamos a perceber interseções e interligações entre as duas disciplinas. O que nos faz pensar que, sem dúvida alguma, em alguns momentos, uma utiliza a outra.



O artista Pablo Picasso também criava produtos a partir de suas obras de arte



Tutty Gualberto, em seu blog, traz algumas diferenças entre as duas disciplinas, que não necessariamente concordamos, mas que consideramos provocadoras:

- A arte inspira. O design motiva.

- A arte é interpretativa.  
O design é compreendido.

- A arte é uma questão de gosto.  
O design não.

- A arte é um talento.  
O design é uma habilidade.

- A arte envia uma mensagem diferente para todos. O design envia a mesma mensagem para todos.

(disponível em: [http://andafter.org/publicacoes/a-diferenca-entre-arte-e-design\\_1545.html](http://andafter.org/publicacoes/a-diferenca-entre-arte-e-design_1545.html))

Rique Nitzche acredita que “Arte é design (assim como a Administração, Engenharia, Medicina e tantas outras). No blog Artigos, ele nos fala que:

“Quem já passou pelas páginas de um livro sobre a história da arte já viu as imagens pré-históricas das pinturas rupestres europeias ou das primeiras esculturas de algumas dezenas de milhares de anos des-

cobertas pelos arqueólogos. Porém, os livros dos historiadores do design também começam com essas mesmas imagens geradas pela necessidade humana de comunicação. No início da civilização, a manifestação artística teria funções místicas para tentar entender o mistério da vida humana dentro da natureza. A palavra original latina *ars*, *artis* significava habilidade técnica em algum exercício humano. Hoje, a palavra ainda gera debates calorosos e, para mim, permanece indefinida. A definição de arte pode variar no tempo, no tipo de cultura ou na subjetividade humana. Há quem diga que as sociedades pré-industriais não possuíam um conceito para designar arte.” Victor Papanek relata sua experiência entre os balineses e os inuits. Ambas as culturas não possuem uma palavra para o conceito de «arte» ou «artista». «Enquanto os balineses dizem “não temos arte, apenas fazemos o melhor que podemos”, a expressão inuit é “um homem deve fazer todas as coisas corretamente”. Entre os inuits não existem as palavras «criar» ou «fazer» como conhecemos. O conceito mais próximo é «trabalhar com». A arte se confunde com a vida. (disponível em: <http://www.contadores.cnt.br/portal/noticia.php?id=31193>).

Então, para entendermos melhor estas relações, vamos analisar o trabalho de algumas personalidades deste cenário e assim tirarmos nossas próprias conclusões.



## Da Vinci – Artista ou designer?

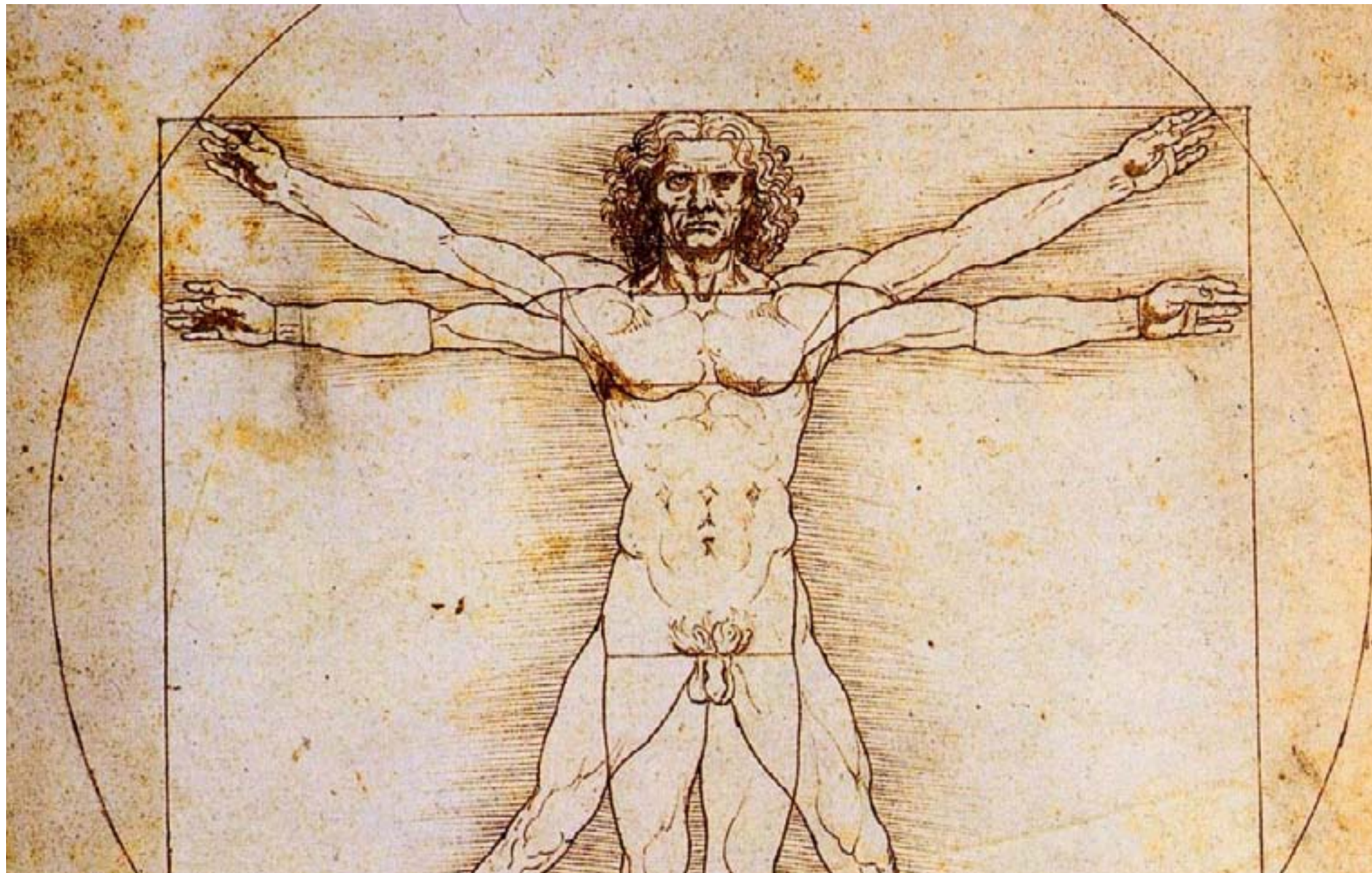
Há mais de 400 anos, nascia na província de Vinci, cidade pertencente à Florença/Itália, Leonardo Da Vinci que, além de artista, pode ser considerado cientista, engenheiro, inventor, anatomista, pintor, escultor, botânico, poeta e músico. É uma das expressões do Renascimento.

Ao longo de sua vida, Da Vinci utilizou de sua aguda observação da natureza para representá-la nas artes, como pintor e escultor. Mas esta habilidade o levou além dessas duas disciplinas. Sem dúvida, Leonardo foi hábil na aplicação de estudos da anatomia humana, matemática e botânica para a concepção de pinturas, esculturas e inúmeros inventos, como a ideia do helicóptero, tanques de guerra, robôs, máquinas a vapor, submarinos e muitas outras que só seriam executadas séculos depois. Se paramos para analisar, não seriam essas características e atribuições dignas da profissão de designers dos tempos atuais,?

O artista e observador Da Vinci era capaz de unir arte e ciência, combinação importante para a resolução de problemas e criação de oportunidades. Quando instigado por sua habilidade perceptiva, transitava entre diversas técnicas, das pinceladas em quadros até o aproveitamento da energia das forças da gravidade. Assim, podemos pensar que este novo design, como o conhecemos hoje, nasce de uma postura bem característica das artes: uma acuidade de percepção privilegiada. Trata-se de uma atenção especial e cuidadosa sobre os fatos e a realidade em questão e dos conceitos e imagens relacionadas ao ser humano, pesquisando seu comportamento e necessidades, criando possibilidades para mudanças que necessitam de inovações pioneiras e originais, testando-as constantemente e, por fim, transformando-as em mudanças reais.

Não poderíamos deixar de citar o belíssimo trabalho de Da Vinci e o seu mais famoso desenho, “O Homem Vitruviano”, que é um estudo das proporções do corpo humano, ligando arte e ciência em um único trabalho. Não seria talvez este trabalho o primeiro estudo antropométrico ou ergonômico?

É inegável a influência de Leonardo Da Vinci na história da arte europeia. Algumas técnicas desenvolvidas por ele, como: o *stumato* e *chiaroscuro* tornaram-se regras para a pintura dos séculos seguintes. Além disso, Leonardo era considerado um polímata, que se envolvia em uma variedade grande de áreas do conhecimento.



O homem Vitruviano de Leonardo Da Vinci



## A arte cinética de Theo Jansen

Por mais de 15 anos, o artista, escultor e engenheiro Theo Jansen vem se dedicando, por meio de sua arte, a criar uma nova forma de vida: as chamadas “strandbeest” ou animais de praia. Ao presenciar pela primeira vez, quem não conhece seu trabalho é capaz de confundi-los com animais pré-históricos ambulantes. Nada mais é que a junção de tubos de PVC flexíveis, fita adesiva e fios de nylon. Na verdade os pincéis, tintas e formão de Theo Jansen são materiais da era industrial.

Em seu atelier, localizado em Ypenburg, Holanda, Jansen estuda minuciosamente a história da evolução biológica, base para a geração de suas criaturas que se movem ao vento. Tudo começa na mente de Theo que, depois de imaginar as várias possibilidades, passa sua ideia para o computador, onde tem condições de simular a estrutura do organismo, bem como seu processo de funcionamento, que se dá através do estudo do ar comprimido. Seu trabalho é inspirado na teoria da evolução de Darwin e a cada obra que executa tira uma avaliação, identificando possíveis problemas e/ou melhorias para aplicar nas próximas obras.

Ao analisar o trabalho de Jansen podemos perceber uma similaridade muito grande com o processo de design, que se dá através da prototipagem, ou seja, o exercício do faz e refaz, até chegar ao ideal. No caso específico de Jansen, sua arte utiliza muitas técnicas que são naturais do

design, como o uso de materiais industriais, a questão da prototipagem em si e a formulação de um projeto anterior, com o ato de projetar antes de executar.

A arte cinética alcança seu principal propósito estético quando começa a se movimentar, seja por meio do ar ou de motores convencionais. Na contemporaneidade, a primeira escultura cinética é atribuída a Marcel Duchamp, que utiliza uma roda de bicicleta para criar sua obra.

É interessante pensar que, para Theo Jansen, os limites entre arte e engenharia existem apenas na nossa mente. É exatamente por isso que ele continua trabalhando cada vez mais no aprimoramento de suas criações “vivas”. A proposta de Jansen é que, no futuro, suas ideias e criações possam servir para o desenvolvimento de equipamentos de transporte completamente sustentáveis. Ora, essa também não é uma das atribuições do design?

Tido por muitos como o “Leonardo Da Vinci da atualidade”, Jansen associa seus conhecimentos de engenharia à arte, resultando no trabalho que hoje conhecemos como uma das possíveis soluções para problemas de locomoção e outros mecanismos sustentáveis. Arte e conhecimento resultando em inovação. Soa muito similar ao papel do design, considerado por muitos a soma da inovação e das tecnologias.



Theo Jansen e suas Strandbeests



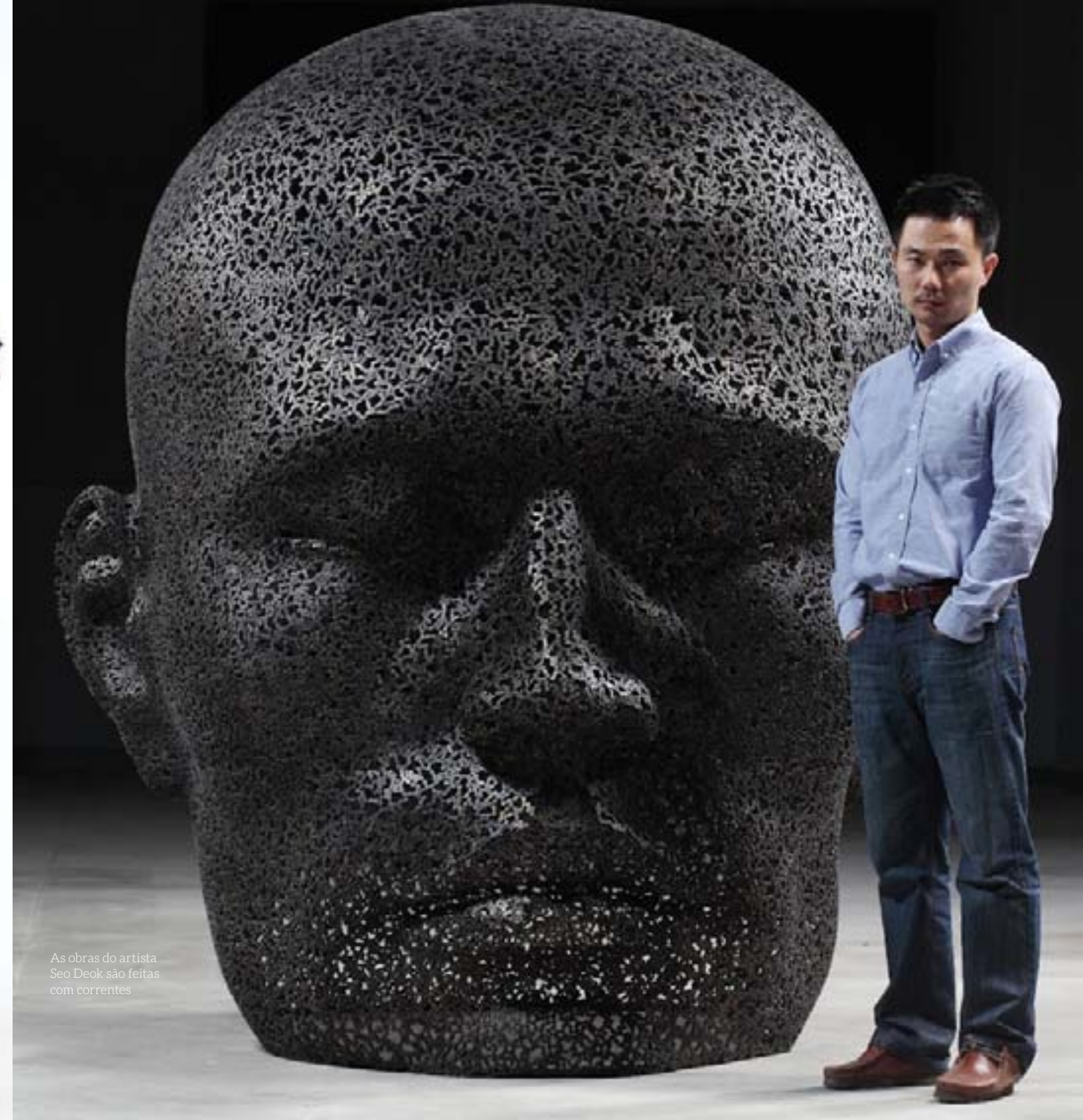


## Seo Yeong Deok o artista do improvável

O que para nós seria improvável e impensável, para Seo Yeong é a matéria prima para a produção de suas obras como artista plástico – correntes industriais de bicicletas e de motos, minuciosamente escolhidas e preparadas, são soldadas elo a elo, resultando num trabalho magnífico de esculturas que retratam a figura humana.

Seo Yeong utiliza técnicas e materiais industriais para produzir suas peças. Esse processo é natural do desenvolvimento de produtos atribuído ao design. Talvez a diferença aqui esteja na questão da produção seriada e do elemento único, ou seja, a produção de peças que são únicas, sem cópias. De acordo com alguns especialistas, uma das diferenças entre design e arte reside justamente neste ponto: enquanto a arte cria objetos que procuram ser únicos, a base do design reside na produção em série de objetos para a reprodução comercial.

O trabalho de Seo Yeong nos faz refletir sobre como a arte contemporânea, vem lançando mão de técnicas do design para desenvolver o seu perfil estético de forma a provocar no espectador o desejo de possuí-la. Este é um princípio nato do design: criar formas em objetos que, associado ao uso de determinados materiais, cores, tamanhos e outros elementos, gera uma estética que seduz o consumidor. Nesse aspecto podemos pensar que a arte, nos dias hoje, deixa de querer apenas a contemplação de suas obras para evocar o “querer” e se transformar num objeto de desejo.



As obras do artista Seo Deok são feitas com correntes



## 281\_Anti Nuke e sua arte protesto

Fenômeno cult entre os moradores de Tóquio, o artista Kenta Matsuyama, mais conhecido como 281\_Anti Nuke, utiliza técnicas do design gráfico para representar a sua arte. Antes do desastre de Fukushima, Anti Nuke usava o grafite como forma de expressão da sua veia artística. Após o acontecimento, o artista percebeu que precisaria ser mais estratégico e mudar a sua técnica com o objetivo de usar sua arte para protestar contra os desastrosos efeitos do vazamento nuclear.

No lugar de tinta e pincéis, 281 utiliza adesivos criados através de softwares, distribuídos e colados por ele em várias partes da cidade. Sua justificativa é que os adesivos são mais rápidos de serem aplicados. Como hoje ele tem vários problemas políticos em função do seu protesto, fica mais fácil colar os adesivos pelas ruas de Tóquio sem ser notado e repreendido.

Alguns adesivos são pequenos, outros são bem grandes, quase do tamanho de uma pessoa adulta. A imagem de crianças é o destaque em suas obras, especialmente a de uma jovem usando uma capa de chuva com a legenda: “Eu odeio chuva”, com o símbolo de um trevo para radiação entre as palavras “ódio” e “chu-

va”. Em outros adesivos, utiliza a silhueta das bombas lançadas em Hiroshima e Nagasaki ao lado do logotipo da Tokyo Electric Power Company, conglomerado aliado ao governo e responsável pela operação e manutenção das usinas de energia nuclear de Fukushima, que foram severamente danificadas depois do terremoto e do tsunami que ocorreram em março de 2011 no Japão.

Apesar de a mídia não ter noção do rosto de 281\_Anti Nuke, o japonês conquistou visibilidade internacional, ganhando reconhecimento pelo seu trabalho nas páginas do *The Wall Street Journal*, *The Economist*, *Financial Times* e *Giant Robot*. Recentemente ele foi entrevistado pela revista *Rolling Stone* do Japão e pela rede de notícias francesa Canal 24.

Analisando esse caso, podemos nos questionar se o artista teria a possibilidade de criar a sua arte de protesto se ainda usasse suas técnicas tradicionais. Com certeza ele não teria a agilidade, tão pouco a rapidez necessária para o planejado. Com isso, podemos entender que ele utilizou o design como elemento estratégico para desenvolver seu objetivo e foi exatamente essa escolha que propiciou o reconhecimento do trabalho do artista.



A arte de rua de  
281\_Antinuke



## A arte comercial de Iara Battoni

Em 2012, após ter cursado Belas Artes no Rio de Janeiro e ter desenvolvido vários trabalhos para empresas de renome, como é o caso da Rede Globo de Televisão, a artista plástica Iara Battoni tomou a decisão de retornar para sua cidade natal, Amparo, São Paulo. A decisão de mudar se baseou na questão “custo de vida” e também na ideia de voltar a suas origens para aprimorar seus conhecimentos como artista plástica.

Depois de se instalar em sua nova casa, teve um insight enquanto pintava o seu quarto. Olhando para a janela percebeu que ali poderia ser um ponto interessante de contato com as pessoas que transitavam pela rua, uma vez que sua janela estava posicionada exatamente sobre a calçada.

O ponto comercial ela já tinha, o importante era definir o que fazer. Foi então que surgiu a ideia de usar seus conhecimentos culinários, adquiridos com a culinária artesanal, associados à sua formação em artes plásticas. O resultado foi o desenvolvimento de doces especiais, cuidadosamente envolvidos em embalagens desenvolvidas por ela. Além disso, toda a decoração da janela do seu quarto é temática e sazonal, sendo modificada de tempos em tempos, e foi totalmente criada a partir de seus conhecimentos artísticos. O resultado é “A janela da Namoradeira – Doceria Criativa”, localizada no centro da cidade de Amparo, que fica a 138 km da capital São Paulo.

O interessante desse caso é perceber como o processo de geração de um produto específico, normalmente fruto do trabalho do design, foi totalmente atrelado às técnicas das artes plásticas, da confecção dos do-



Imagem da janela da artista Iara Battoni

ces e de sua embalagem ao ponto de venda. Sem deixar de mencionar a astúcia estratégica da artista plástica em utilizar a associação do ponto de venda a uma cultura muito conhecida e comum em cidades brasileiras, a Namoradeira.

Nos dias atuais, as obras de arte que mais geram interesse no público são aquelas que possuem um vínculo emocional entre o artista e o seu interlocutor, pois permitem ao artista compartilhar seus sentimentos e visão de mundo. A arte nesse aspecto está mais restritiva no que diz respeito ao campo sensitivo e com isso regula o prazer no campo do inteligível, fazendo do artista seu mediador. De certa forma, a arte se expandiu muito, mas ainda constatamos muitas pessoas se referindo à arte apenas como aqueles objetos colocados em museus ou em exposições, como quadros e esculturas.

A distinção hoje familiar entre as “belas-artistas” e as artes úteis ou industriais só se tornou preeminente no discurso do século XVIII na Europa, e foi, de certo ponto de vista, um dos primeiros sintomas de expulsão gradativa da “arte” da estrutura integra-

da da sociedade. Em épocas passadas não existia o conceito das “belas-artistas”; todas as artes eram artes de uso. E quando, no passado, os homens julgavam as suas obras de arte apreciavam-nas pela excelência do seu labor e pela sua eficácia na consecução dos propósitos para os quais tinham sido criadas. (OSBORNE,1970, p. 30-31)

Por outro lado, o design contemporâneo tem por objetivo criar algo que possa se comunicar com o seu público, permitindo assim uma relação muito íntima entre objeto e usuário, que por sua vez gera algo emocional. Mais uma vez, temos interseções e interligações entre arte e design num processo claro de associação.

Algo a se pensar: no século XXI os objetos utilitários e/ou ambientes habitados podem ter, como a obra de arte, uma função específica de provocar reflexão, prazer, admiração e várias outras sensações ao serem contemplados. Podem até mesmo expressar um pensamento, uma percepção do mundo e, conseqüentemente, provocar uma experiência estética. E então, isto é arte ou design?

## A arte manipulada de Michael Oswald

É possível pensar que a arte surgiu com a civilização. E como tudo que é passível de evolução, se mostra, em pleno início de século XXI, com inúmeras possibilidades e vertentes. Muitas ferramentas e técnicas utilizadas por vários artistas ao longo dos anos deram hoje lugar a tecnologias que são usadas única e exclusivamente no mundo virtual.

Este é o caso do artista e fotógrafo americano Michael Oswald, que há 12 anos vem aprimorando seu trabalho com o *software Photoshop* para utilizá-lo em sua técnica específica de trabalho. Começando pela criação de um determinado conceito e depois pela procura e escolha de modelo apropriado, que passará por uma sessão de fotos em estúdio, Oswald leva a foto escolhida para o computador e aí inicia sua arte e técnica.

No meio artístico, Oswald é mais conhecido como um artista que combina várias técnicas de manipulação de imagem com pintura digital. Com isso conseguiu criar o seu próprio estilo e se tornou um artista digital.

Presenciamos um momento especial no mundo das artes, no qual os artefatos tradicionais começam a ser substituídos por dispositivos tecnológicos. Os quadros, as esculturas, telas e pincéis começam a ceder espaço também a uma arte virtual, sempre conectada e completamente interativa. O interessante disso é que, através das tecnologias disponíveis, os artistas estão aumentando sua possibilidade de se expressar e com isso o espectador ganha uma amplitude na sua visão de mundo, o que, conseqüentemente, gera mudanças culturais. As artes, por assim dizer, estão se aproximando do cotidiano das pessoas a ponto de entrelaçarem-se com a própria vida do espectador - ser midiaticizado significa existir!

O design como o conhecemos hoje coexiste neste espaço e processo, por que, ao contrário da arte tradicional e origem de todas as outras artes advindas dela, nasceu praticamente junto a todos estes novos processos.



As pinturas digitais de Michael Oswald





## Andrew van der Merwe e a arte do efêmero

Já falamos aqui das mudanças rápidas e radicais que a arte tem sofrido ao longo deste novo século. Suas técnicas e uso de materiais inusitados são, sem dúvida, os diferenciais do artista contemporâneo. No caso de Van der Merwe, seu trabalho consiste em criar nas areias das praias minuciosos desenhos/símbolos em forma de caligrafia. Mas além do material (areia), que está presente nas famosas esculturas de vários artistas, Andrew eterniza sua arte através da fotografia, porque suas criações não duram mais que alguns minutos, resultado das marés altas nas praias.

Todos os símbolos caligráficos usados pelo artista são fruto de uma pesquisa profunda no sistema de escrita africana. Para ele, independentemente da escrita ter ou não lógica, o importante é o sistema de movimento que é criado, gerando uma poesia visual.

É necessário pensar que a comunicabilidade é um elemento vital. Não apenas na arte, mas também e, principalmente, no design. É este o elemento que será o responsável pelo sucesso ou fracasso do que o design cria. Sem dúvida, podemos pensar que a arte de Andrew seduz pela estética poética gerada na associação dos símbolos. Mesmo que não saibamos o que está escrito, ou se existe ali uma comunicação clara e objetiva, o que se abre aos nossos olhos cumpre o papel de nos seduzir pela imagem.



O artista Andrew van der Merwe cria suas obras na areia





## A emoção como fator essencial que liga a arte e o design

### capítulo 4

Esculturas de jornal de  
Geraldo Cézanne

A fotografia que revela sons, o cheiro e os detalhes de um universo que ainda desconhecemos. A linguagem musical ganha contornos estratégicos se unindo ao design e à publicidade. A busca por diferentes materiais traz novas possibilidades para o trabalho em escultura. O papelão se torna ferramenta de comunicação e *softwares* de edição de imagens podem ser sim ferramentas artísticas. Reunimo-nos com os artistas e/ou designers Cláudio Menezes, Cyro José, Geraldo Cézanne, Márcio Brant, Dario Velasco, Sergio Savoi e Gilberto Mauro para discutir a relação entre design e arte na contemporaneidade. Mais do que delimitar fronteiras, a conversa revelou uma série de ferramentas ligadas ao campo da arte ou do design que podem potencializar o trabalho de criação nas duas áreas. O poder da criação, a emoção, a função da memória. Todos esses aspectos são parte fundamental do trabalho de designers e artistas, o que demonstra que, se existem fronteiras, elas estão longe de ser delimitadas.

“Na fotografia eu quero dar patamar de arte como as artes plásticas. Sensorial, como a música. Com a fotografia eu escuto o som, sinto o cheiro”, revela o fotógrafo Cyro José. Na reunião foi possível perceber como o trânsito entre linguagens potencializa qualquer trabalho ligado à criação e à emoção. O trabalho de fotografia de Cyro é científico e documental, mas é justamente nesse rigor que descobrimos a arte. “Falar que um barbeiro é bonito. Olha a cor, o design, a textura. Isto poderia servir como base para o desenvolvimento de vários produtos, como, por exemplo, joias”, afirma.

Fotografar animais não é fácil. Como explica o fotógrafo, é preciso desenvolver uma observação precisa. “Já fiquei uma semana esperando a onça e ela não veio. As aranhas são lindas, as cobras possuem cores maravilhosas. Sou fotógrafo há 30 anos. Eu descobri a fotografia na fazenda onde nasci, no interior de Minas Gerais”, relata.

Essa ideia de ligação tênue entre arte e design é uma eterna discussão. “Para fazerem as pinturas nas paredes das cavernas, os homens da Pré-História usavam sangue de animais, saliva, fragmentos de rochas, argila, etc. Arte ou design?”, questiona Cyro. A arte rupestre é uma linguagem visual que expressa conceitos, símbolos, valores e crenças dos homens da Pré-História. É por isso que muitos acreditam que a arte pré-histórica tem características que podem ser comparadas às da arte atual. O fato é que a arte, além de nos informar sobre os aspectos culturais de determinado período histórico, o faz apelando para os aspectos emocionais. De alguma forma, são ferramentas para aqueles que fazem do emocional a matéria prima para a concepção de seus objetos. A busca é compreender como o design utiliza a arte como ferramenta e quando o artista utiliza o design. O design e a arte sempre caminharam juntos e esse encontro possibilita desenvolver processos voltados à percepção e solução de novos problemas.

“Eu gosto muito de misturar o que não pode ser misturado”, afirma o *sound designer* Márcio Brant. Márcio é responsável por diversos

projetos que relacionam música e estratégia de marketing. Um de seus trabalhos é criar *playlists* para a sonorização de espaços empresariais.

Márcio sempre quis fazer música, mas como não passou no vestibular decidiu cursar uma área próxima, a publicidade. “Várias coisas que fiz na minha produtora (NaTrilha), vêm da época da faculdade. Principalmente quando comecei uma forma nova de trabalhar a música dentro da publicidade. Isso me fez chegar ao que faço hoje”, relata.

Ele fez mestrado em Artes Visuais na área de Cinema, mais especificamente sobre a trilha sonora dos filmes do cineasta Stanley Kubrick. Para ele, as Artes Visuais ainda têm muitas restrições à música. “Eu queria a intercessão das coisas. Apesar das brigas, um orientador topou meu projeto, que foi o primeiro sobre trilhas sonoras na Escola de Belas Artes. No meio do caminho comecei uma disciplina de design sonoro e fui dar aula. Vi que o design sonoro era tudo o que eu fazia e não tinha colocado nome”, relata.

Para ele, design sonoro significa estudar o som como ferramenta e aplicar em qualquer lugar, site, instalação ou cinema. “A identidade sonora faz parte da marca de uma empresa por que soa na cabeça das pessoas. As músicas do banco Itaú, por exemplo, seguem a mesma harmonia. Isso é uma identidade, assim como uma espera telefônica”, exemplifica.

Márcio acredita que quanto mais as linguagens se comunicarem, mais serão consistentes. É por isso que ele prefere transitar em todos esses segmentos tendo o som como matéria prima.

“Quem disse que quando eu penso comercialmente eu mato minha veia artística?”, questiona o *sound designer*. Para ele, essa questão é ainda muito complexa. “Quando eu falo que *sound design* é arte, eles dizem que não sou artista, sou designer de som. Eu não concordo com isso. Quando você faz o seu disco você é um artista e quando você faz uma trilha deixa de ser artista? Quando o cara pega uma palheta de som e desenvolve uma trilha para um filme ele está sendo artista sim. Quando sou músico sou arte, quando vou para a Belas Artes virei trilhheiro. Eu não concordo, eu estou criando uma linguagem junto”, reforça.

A busca do designer Cláudio Menezes é trazer uma linguagem mais convidativa para seus objetos. Ele produz móveis de papelão onde imprime ilustrações de diferentes artistas. “Essa cadeira foi feita pra ser mídia. Nem sempre o artista faz a avaliação mercadológica, o designer faz mais isso. O designer aprende como brincar com o mercado. O artista cresce com esse mito, o divino, o ego lá em cima com o objetivo de ser reconhecido e se frustra”, avalia.

Cláudio sempre tentou dar vazão à sua criatividade. Filho de militar, estudou em colégio militar e tinha tudo para seguir a carreira. Aos 18 anos saiu de casa e fez um ano de mecânica até conhecer a FUMA, hoje Escola de Design da UEMG, em Belo Horizonte. Cursou design e artes plásticas, período em que começou a trabalhar com papelão.

“Fui experimentando uma série de segmentos, observando como o mercado é volátil. Aí eu fiz o caminho de Santiago. Fiquei sete anos na Espanha, onde escrevi dois livros”, relata. Para ele, o significado de design é projeto, método, processos. “O artista é um designer, o arquiteto é um designer, mas o designer não necessariamente é artista”, completa.

O designer e ilustrador Dario Velasco trabalha com tratamento de fotos e ilustração 3D. Dario se formou em design gráfico na UEMG em 2011. “Fui cair nessa área por acaso. Quando entrei no curso não sabia que queria ser gráfico. Aí eu formei, não decidi nada e fiquei pulando de agência. Até que conheci o estúdio de fotografia Lumini”, relata. Depois de cinco anos de trabalho no Lumini, Dario montou seu próprio estúdio em casa.

“A superfície pode mudar, a publicidade vai mudar, tudo

em direção ao movimento. Mas eu gosto também do papel. A mesa deixa o trabalho mais rápido e com mais cara de digital, por isso você acaba desenhando na própria tela do computador. Mas quando eu tenho mais tempo vou pro papel. Meu trabalho mescla essas três coisas. Hoje em dia, estou tentando inventar um jogo, gosto de respirar outros ambientes. Gosto de conhecer muitas áreas e viver diferentes realidades. Eu tento trazer e somar essas sensibilidades”, relata.

O artista plástico Geraldo Cézanne gosta de variar o material de acordo com o que deseja expressar. Ele criou a exposição “Damas do Ouro Castanho” com esculturas feitas em jornal. “A obra que eu proponho não pode ser vendida, é para ser observada, porque é efêmera. O jornal não dura. Eu tinha uma resistência ao efêmero e foi para onde segui”, relata. Para ele, essa mudança e busca de novos materiais não acontece com o design na rapidez que acontece com a arte. No design existe um gap imenso entre um material e outro.

Geraldo é bacharel em artes plásticas pela Escola Guignard e se especializou em cerâmica, escultura e desenho de criação. Geraldo acredita que, na arte, quanto menor a tiragem, mais valiosa a peça. “Já o designer faz uma lixeira e ganha o mundo vendendo. A questão hoje é: o que o objeto traz? Ele pode ser mais valioso do que a obra de arte”, questiona.

Para o artista, até o século XX, era a arte que norteava os aspectos culturais da sociedade. Na época do impressionismo, por exemplo, havia a moda impressionista, a pintura, a música e o comportamento impressionista. Geraldo explica que, no século XX, os movimentos foram se intensificando até chegar no dadaísmo, onde as áreas começam a se misturar.



“Marcel Duchamp pega um mictório e dá novo significado ao objeto. Temos peças de design hoje que são verdadeiras obras de arte. O sonho de todo o designer e artista é fazer uma grande obra. A diferença é que, até então, as obras de artes, com exceção da gravura, não se replicavam. Já o designer, antes chamado de artesão, faz a peça em uma tiragem para a venda. Só que essa linha ficou muito próxima na atualidade”, relata.

É fato que hoje os criadores, independente da área em que atuam, têm utilizado da emoção para criar novas maneiras do homem se relacionar com produtos, objetos e seu cotidiano. Essa emoção não é mais provocada apenas pelo contato com obras de arte, ela transcende e se mostra presente no dia a dia das pessoas. O design emocional se apropria de ferramentas da criação artística para tornar seus produtos mais atraentes. Da mesma forma, os artistas buscam inspiração no planejamento e na lógica de projeto do design para viabilizarem suas obras e ideias artísticas. Cada vez mais o sensível ganha espaço e vem permeando praticamente todas as áreas de conhecimento.

## O papel da emoção

Como explicar a emoção sentida diante de algumas obras de arte? Ou mesmo o contrário: por que algumas obras não nos dizem nada? A emoção é um fator essencial para a fruição de uma obra de arte, mas atualmente é também imprescindível na aquisição de produtos. Talvez, muito mais do que imaginamos.

Antônio Damásio (2010) apresenta duas categorias para compreendermos os mecanismos da emoção. As denominadas emoções primárias advêm das características inatas. Assim, o medo que sentimos de um grande animal faz parte de nossa capacidade de detectar o perigo, uma capacidade instintiva.

Já as emoções secundárias, ainda de acordo com o autor, provêm de representações dispositivas adquiridas, ou seja, fazem parte da experiência de vida do sujeito. Tal experiência pode variar para cada um. Mesmo que as relações entre tipos de situação e emoção sejam, em grande parte, semelhantes entre diferentes pessoas, a experiência pessoal e única personaliza o processo, pois cada um traz consigo seu cabedal de vivências. Um bom exemplo ocorre com determina-

das músicas que fazem sucesso ao longo do tempo. Cada indivíduo que se identifica com tal música vai percebê-la a partir de sua própria experiência. A lembrança de um amor, uma festa da juventude, ou, até mesmo, de uma situação ruim em que a música foi ouvida.

A etimologia da palavra emoção, do latim **motio**, **motiōnis**, «movimento, perturbação (de febre)», cujo radical é o mesmo de motum, uma das formas (supino) do verbo **movēre**, indica movimento para fora, ou melhor, dizendo, de externalizar algo. Assim, as emoções se traduzem em sensações como rubor, lágrimas, palpitações, dependendo do grau de percepção e envolvimento na situação. Em suma:

A emoção é a combinação de um processo avaliatório mental, simples ou complexo, com respostas dispositivas a esse processo, em sua maioria dirigidas ao corpo propriamente dito, resultando num estado emocional do corpo, mas também dirigidas ao próprio cérebro(...) resultando em alterações mentais adicionais. (DAMÁSIO, 2010, pág.168-169)

Podemos entender então as emoções como um processo físico, sem dúvida, mas que se configura a partir do social. Nossas emoções são, portanto, fruto de nossa experiência e da nossa percepção do mundo.

Em nossas entrevistas com os designers-artistas, a emoção foi um tema central, desde o processo de concepção das peças. Para os entrevistados, a emoção é a força-motriz para a criação. O designer Sergio Savoi aponta que “a emoção começa quando aparece um motivo. E aumenta quando a peça vai tomando forma”. Para o fotógrafo Cyro José a diversidade das emoções é muito grande, pois varia com o trabalho. “Desde fotografar uma cobra muito rara até a descoberta. O tanto de coisas que a gente não enxer-

gava e eu descobri. Os olhos de um barbeiro, as formas, as cores. O inédito é o que nos anima”.

Geraldo Cézanne, artista plástico, afirma que “a arte não tem a obrigação de emocionar. Mas ela pode. A obra de arte é que faz o indivíduo se mover do seu lugar de conforto”.

Para os entrevistados, no entanto, o retorno emocional do público ou dos consumidores é a sua maior satisfação. Gadamer nos lembra que é a partir do outro que reconhecemos aquilo que nos iguala e também o que nos diferencia, recuperando nossa alteridade. “Reconhecer no estranho o que é próprio, familiarizar-se com ele, eis o movimento fundamental do espírito, cujo ser é apenas o retorno a si mesmo a partir do diferente” (GADAMER, 1999, pág.54).

Muito mais que pensar os artefatos para si, os artistas-designers têm como preocupação a resposta emocional do público ou do consumidor. Para o designer Cláudio Menezes, não importam os elogios. “‘Ai que bonito’, não me envaidece. O ar de prazer da pessoa aliado à surpresa ao sentar num dos meus bancos e sentir a ergonomia da peça é o meu maior prazer”. Sergio Savoi concorda. “A indagação – como fez isso? – é a emoção que desperta a curiosidade pela peça”. Para Geraldo Cézanne, a expressão de espanto do observador frente às suas peças é uma das maiores gratificações. E Cyro completa: “quando, no meu trabalho, capto algum aspecto que nunca havia sido visto pelo pesquisador, o seu ar de surpresa e a afirmação – olha aqui, eu tinha estudado isso, mas nunca vi! – é um dos grandes prazeres”.

O músico e designer de som Márcio Brant atribui à emoção duplo papel, pois “a emoção é ao mesmo tempo minha

energia de trabalho e meu objetivo. Não há como criar uma música, uma trilha para uma cena, uma sonorização, sem sentir emoção pelo objeto. Lido diretamente com a emoção. Seja na tristeza ou na alegria, sou movido pela emoção. Apesar das barreiras de criação que às vezes o design aliado às marcas nos impõe, estou intimamente ligado à minha criação. Ao mesmo tempo busco na minha criação transmitir emoção ao meu ouvinte. Tenho como objetivo direto que o meu ouvinte se emocione. Saia assoviando uma música da loja pela felicidade que ela lhe trouxe, pela lágrima ao se emocionar com uma música no filme, pelo impacto que uma sonorização traz à uma instalação”.

A descoberta e o prazer de novas sensações, unem, portanto, a emoção ao trabalho de artistas e designers. O músico Gilberto Mauro explica essa união: “Emoção é como uma bateria. Sem ela, não tem explosão, não tem ignição. Estar emocionado é um estado que poderia dizer de transe. É uma energia muito forte e rara. Mesmo que possa aparecer constantemente é rara. Como a vida. A vida é muito rara. Apesar de ser abundante. Porém não sou refém da emoção. Acredito que com a maturidade artística isso se torna sempre mais evidente. Posso receber a emoção. Posso deixá-la ir e sei onde apanhá-la. Não que esta prática seja absoluta. Mas é por aí. Pela emoção, todo trabalho artístico fica mais intenso, verdadeiro e é uma porta para a criação. É uma porta para que a arte seja nova. É a porta para o belo”.

Assim, vivenciamos nossas emoções a partir das referências que nos espelham. As diferenças, ao mesmo tempo em que nos causam um estranhamento, suscitam uma nova forma de apreensão da realidade que, por vezes, nos causam certo incômodo. Aquilo que é novo para nós nos tira do nosso lugar de conforto e gera insegurança.

Apesar de todos os seus benefícios, o progresso pode ser uma experiência dolorosa e perturbadora. Nossas reações a ele são frequentemente ambivalentes: queremos as melhorias e os confortos que ele proporciona, mas, quando ele nos impõe a perda de coisas que valorizamos, compele-nos a mudar nossos pressupostos básicos e nos obriga a ajustar-nos ao novo e desconhecido, nossa tendência é resistir. (FORTY, 2007, p.19)

Em diversos momentos da nossa história, o apelo ao novo trouxe reações contrárias, mas ao mesmo tempo, criou a abertura para grandes mudanças. Assim foi com as vanguardas artísticas do início do século XX e também com os grandes movimentos juvenis que sacudiram os anos 60. Tanto a arte como a mobilização social despertaram emoções que promoveram mudanças radicais na sociedade. A emoção é, portanto, um grande catalizador nas transformações sociais. Para Cézanne “fazer o que a gente faz contribui para manter o mundo no eixo”.

## Emoção e memória

Podemos portando dizer que a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si. (POLLAK, 1992, pág.5)

Quantas vezes, ao comprar determinados produtos, somos influenciados pela memória? Escolhemos determinados produtos porque os associamos a entes queridos – a marca de fermento que a avó usava ou o sabão em pó que

remete ao cheiro da infância. Os cheiros e sabores nos trazem de volta a sensação de vivências antigas, assim como algumas marcas nos remetem a memórias que possibilitam a construção de laços de afetividade com elas.

A emoção é um componente forte da memória. E esta se constrói, em grande parte, por objetos. Cercamo-nos de coisas que têm, muito além de um valor material, valor afetivo. Queremos, com esses artefatos, garantir a perpetuação de um bom momento ou nos assegurar que nos recordaremos de alguém a partir da memória que se configura pelo objeto. Os objetos garantem assim a materialidade do sentimento e da lembrança. Eles se configuram como guardiões de nossos afetos, principalmente dada à velocidade de transformações da vida contemporânea. O ser humano sempre busca registrar suas memórias, seja pela escrita, pela imagem ou pelos objetos, pois como afirma Rousso:

seu atributo mais imediato é garantir a continuidade do tempo e permitir resistir à alteridade, ao ‘tempo que muda’, as rupturas que são o destino de toda vida humana; em suma, ela constitui – eis uma banalidade – um elemento essencial da identidade, da percepção de si e dos outros”.(ROUSSO, 1998, pp.94-95).

Giddens (2002) nos lembra que a vida moderna é caracterizada por processos de reorganização do tempo e do espaço que potencializam os chamados mecanismos de desencanaixe, que desconectam as relações sociais de seus lugares específicos. Essa combinação interfere na transformação do conteúdo e da natureza da vida social cotidiana, promovendo uma fluidez maior em nossas relações e a busca da instantaneidade, que se satisfaz, entre outras maneiras, pelo consumo. No entanto, esses mesmos mecanismos de desencanaixe promovem a sensação de

fugacidade, do tempo perdido.

O medo de que tudo está na iminência de desaparecer acompanhada com a ansiedade sobre o significado preciso do presente e a incerteza sobre o futuro, investe até a mais humilde testemunha, o mais modesto vestígio, com a dignidade de ser potencialmente memorável. Desta forma, “a resultante obrigação de lembrar faz de todo homem o seu próprio historiador”. (NORA apud CASADEI, 2010.)

Quanto mais depressa circula a informação, mais temos a sensação de urgência na busca do tempo. A evolução da tecnologia permite que registremos nossos passos a todo o momento. No entanto, isso apenas demonstra a necessidade de fixação de um tempo que se esvai com mais rapidez.

A busca pela significação do passado e o apelo à memória estão presentes nos milhares de blogs que florescem diariamente na internet. A necessidade de perpetuação das lembranças faz com que histórias sejam constantemente recontadas, cenas do cotidiano fotografadas, imagens registradas.

O mundo em que vivemos há muito tempo está cheio de lugares nos quais estão presentes imagens que têm a função de trazer alguma coisa à memória. [...] nos lugares da vida cotidiana, inúmeras imagens nos convidam a comportamentos, nos sugerem coisas, nos exortam aos deveres, nos convidam a fazer, nos impõem proibições, nos solicitam de diversas maneiras. (ROSSI, 2010, p. 23)

Curiosamente hoje a necessidade da memória cruza com outra, a de publicização dessa memória. Assim, milhões de fotos são postadas diariamente nas redes sociais numa ten-



tativa incessante de perpetuação do que nos foge – o tempo.

Para além dos registros, a necessidade de criar lastros com o passado, sejam eles reais ou imaginários, revela-se na sociedade de consumo do século XXI a partir das relações que se estabelecem entre as pessoas e os objetos. “Colecionar é poder. Cada colecionador exulta sobre seus domínios, simbolizados em cada artefato colecionado, polido, ordenado e preservado”. (MARSHALL, 2005, pág.19). Assim, a partir dos objetos dos quais nos cercamos, construímos nossa história e atribuímos significado à nossa existência.

E, como um produto de seu tempo, o design reflete a necessidade de criar e manter os laços com a memória e as emoções, construindo produtos que, mais do que nunca, são feitos para celebrar seu valor afetivo. Na categorização de Donald Norman entre design visceral, comportamental e reflexivo é este último que carrega o peso da experiência.

O design reflexivo cobre um território muito vasto. Tudo nele diz respeito à mensagem, tudo diz respeito à cultura, tudo diz respeito ao significado de um produto ou seu uso. Por um lado, diz respeito ao significado das coisas, às lembranças pessoais que alguma coisa evoca. Por outro, diz respeito à autoimagem e às mensagens que um produto envia às outras pessoas. (NORMAN, 2010, p.107)

Atualmente, cabe ao design criar produtos que despertem no consumidor emoções e memórias que promovam o desejo pelos produtos, não apenas pelo seu aspecto ou utilidade, mas por conter propriedades cada vez mais intangíveis. É nesse sentido que o design também se aproxima da arte ao propor uma experiência ao usuário.

Numa era de hiperconsumo, a experiência ganha mais espaço frente à fruição dos produtos. Se tudo se esvai com grande rapidez, tendemos a querer fixar as sensações. E é justamente a experiência que nos aproxima das emoções. Seja a partir da fruição de uma obra de arte ou de um artefato há muito desejado.

A perda da memória é outro aspecto que interfere no trabalho dos artistas-

-designers. O fotógrafo Cyro José a chama de “Memória Abandonada – essas memórias que estamos perdendo, mas que estão ali registradas. Quando você entrega um trabalho, essas memórias nele contidas estão indo junto e as pessoas nem se apercebem disso”.

A mesma percepção é de Geraldo Cézanne. “A gente faz os registros e vende os registros. A partir do momento em que a obra está pronta, ela não me pertence mais”.

No entanto, todos os entrevistados concordam que sua memória está presente nos trabalhos de alguma maneira e ela permanece, ainda que o consumidor ou espectador não perceba diretamente. Pois eles criarão suas próprias memórias a partir desses artefatos.

## Emoção e memória nos ligam aos artefatos

A memória é um elemento inseparável na construção das obras. Em seu trabalho, o designer Dario Velasco a vê presente a todo momento. “Influencia em tudo. Passo o dia observando as coisas e tentando guardar tudo no “HD”, pode ser uma perspectiva, uma combinação de cores, objetos, ruas, pessoas, livros... tudo será útil para dar mais campo na hora de criar. Lembrar de tempos passados também influencia. O chão de algum quintal, uma árvore, uma história, uma pessoa. Isso é matéria-prima”.

Para Gilberto Mauro, “Memória é uma coisa carregada de emoção. Senão, não tem memória. Memória sem emoção? Não conheço. É mentira. por isso fiz um lema e uma letra: ‘Tudo que se faz eterno, é terno’. Sem memória não tem história, não tem origem. Sou um ser carregado de memória. E acolho memórias. Tento ser a memória de muitos. Tento ser generoso”.

O designer Cláudio Menezes também atribui a seu trabalho a função de resgate da memória. “Nossa memória se incumbe de estimular a memória das pessoas”.

E esse resgate é parte fundamental do trabalho. Na opinião de Márcio Brant, “toda criação sonora faz conexão com o que chamamos de banco sonoro, ou nossa paleta de sons. E temos que estar diretamente ligados através da memória. É como se fizéssemos contato direto com essa memória, como se fosse de um computador. Lá estão nossos dados. Não há como criar uma trilha sonora sem lembrar de uma cena de filme correlata, ou de uma lembrança de uma viagem, ou até mesmo da memória de uma acontecimento na nossa vida. Por isso é tão importante não apagar essa memória. Temos que prezar por ela, porque quanto mais tivermos acesso, mais os trabalhos serão realmente inteiros”.

Sergio Savoi atribui à criação a concretização de sensações da memória: “Tudo que criei sempre está atrelado a um momento que me marcou. Ligado a um momento de muita emoção. O bem estar que a gente vive, forma a memória”. Segundo Norman:

Gostamos de coisas atraentes por causa do sentimento que elas nos proporcionam. E no domínio dos sentimentos, é tão razoável se afeiçoar e amar coisas que são feias quanto o é não gostar de coisas que seriam atraentes. As emoções refletem nossas experiências pessoais, associações e lembranças. (NORMAN, 2008, p.68)

A memória revelada pelos artefatos somente tem sentido para quem vivenciou a experiência. Curiosamente, o artefato em si não carrega as recordações do fato, mas sua presença física suscita lembranças que lhes foram associadas. O valor do objeto, portanto, é intrínseco e não necessariamente passa por uma valorização financeira.

O caráter intangível dos artefatos vem sendo, nos últimos anos, um dos atributos que mais contribuem para a valorização do design. Marca, apelo a outros tempos, assinatura de um designer. Todos esses componentes se aproximam para criar a aura de fascínio que é atribuída a determinados produtos.

No entanto, essa valorização não é necessária para alguns produtos. Basta nos lembrarmos de marcas que permanecem no imaginário desde o início do século XX e ainda são referência, como Maizena ou Leite Moça. Da mesma forma todos temos algum artefato que pode ser considerado fora de moda, ou ridículo, mas do qual não nos desfazemos. Esse é um valor intangível que em nada se aproxima do que a indústria preconiza. Esses são artefatos da memória.

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, p.26.)

Ao conversarmos com os designers e os artistas alguns pontos se tornam claros. Os objetos por eles criados carregam consigo um componente emocional que deve transcender a obra. Seu trabalho, ainda que seja voltado para a indústria, traz parte de suas vivências, emoções e memórias. Esse é o aspecto que une arte e design. Ao comprarmos determinados produtos, ou admirarmos certas obras, sentimos emoções que dialogam com aquilo que o artista-designer projetou. Mas isso vai além, porque nossa leitura passa também pela nossa experiência. Geraldo Cézanne aponta que “nossa função é ver o que as pessoas normalmente não veem”. E completa: “pois a gente olha para aquilo que gosta”. Tanto o artista, quanto o designer trazem sua visão de mundo para suas obras. E essa visão se completa a partir da experiência daqueles que consomem ou usam tais produtos, que se tornam desejáveis pelas emoções que despertam em cada um.





## Design e Arte caminhos inseparáveis

### capítulo 5

Espectáculo do Cirque du Soleil  
Foto: Martin Girard shootstudio.ca © Cirque du Soleil  
Figurino: Philippe Guillotel

Quando surgiu a ideia da preparação do livro resolvemos, antes de tudo, perguntar aos designers e artistas de diversas partes do Brasil e do mundo quais seriam suas percepções sobre o tema. Ao longo de 2014 entrevistamos profissionais que se utilizam do design para compor suas obras e aqueles que se inspiram na arte para produzir seus produtos. Neste capítulo apresentamos as suas visões que contam, não apenas a interferência de um campo no outro, mas também muito do seu processo de criação.

## Cirque Du Soleil – Stéphane Roy

No início dos anos 80, um grupo de personagens coloridos perambulava pelas ruas, caminhando sobre pernas-de-pau, fazendo malabarismos, dançando, engolindo fogo e tocando músicas. Eles eram os Les Échassiers de Baie-Saint-Paul (os Equilibristas de pernas-de-pau de Baie-Saint-Paul), um grupo teatral fundado por Gilles Ste-Croix. Os habitantes da cidade ficaram impressionados e fascinados com os jovens artistas, incluindo Guy Laliberté, que, mais tarde, fundaria o Cirque du Soleil.

Stéphane Roy faz parte da equipe de cenógrafos do Cirque Du Soleil. Ele trabalhou em mais de 100 produções, incluindo cinema, shows e televisão em Montreal e no exterior. Desde 1990 ele projeta cenários para produções de dança de grupos aclamados como La La La Human Steps e O Vertigo. O trabalho no Cirque Du Soleil começou com a criação de “Dralion”, e continuou com “Va-

rekai”, “Zumanity”, “KOOZA” e, agora, “Zarkana”. No fantástico mundo da “Zarkana”, as paredes respiram, movem e cantam.

Suas realizações lhe renderam muitos prêmios, como o de Revelação do Ano pela Associação Québécoise de Crítica de Teatro, em 1989. Em 1992, a mesma associação o homenageou com o prêmio de melhor cenografia. Seu talento também foi reconhecido pelo Conselho das Artes da Comunidade Urbana de Montreal e pela Academia de Cinema e Televisão.

### Qual é o papel do design na concepção dos espetáculos do Cirque du Soleil?

O design dá o DNA do espetáculo, é a assinatura do que o espetáculo vai ser. Pelo design posso dizer como é que vamos nos situar na história da humanidade: em um ambiente avant-garde, barroco ou do steampunk. O design faz você perceber como vai se situar na sociedade ou humanidade. Design fornece o ponto de vista que você terá sobre a produção que está criando. A estética é uma das primeiras coisas que determinam a criação de um espetáculo.

### A grande vantagem do Cirque du Soleil é a sua estética completamente inovadora. Como é o processo de desenvolvimento do projeto em todas as fases de desenvolvimento dos espetáculos (roupas, cenários, adereços, etc)?

O processo criativo de um novo espetáculo do Cirque du Soleil leva de dois a três anos, dependendo se é um espetáculo de turnê (como “Quidam” ou “Varekai”) ou um espetáculo residente (como “O”, em Las Vegas). Os residentes levam mais tempo porque não estamos apenas



projetando o espetáculo, mas também estamos projetando o espaço de atuação (teatro). Cada nova produção é atribuída primeiramente ao Diretor, Gerente de Produção e Diretor de Criação, que são encarregados dos contatos com criadores independentes e as equipes internas do cast do Cirque du Soleil, tais como fundição, oficinas de figurino e treinadores. Este trio vai desenvolver uma ideia preliminar com base em uma orientação às vezes formulada pelo guia artístico, Guy Laliberté.

Uma vez que o conceito básico foi determinado, outros criadores integram a equipe de criação. Isso geralmente inclui um cenógrafo, um figurinista, um compositor, um coreógrafo, um designer de iluminação, um designer de som, um designer de performances acrobáticas, um designer de aparelhos acrobáticos e alguns outros especialistas, dependendo do que é necessário para o desenvolvimento do espetáculo. O departamento de elenco está envolvido em um estágio muito precoce, porque eles vão oferecer dois serviços: eles coletam talento (acrobático e artístico) de todo o mundo e também coletam ideias e imagens de todo o mundo. Isso ajuda o encenador e outros designers a dar conteúdo ao conceito do espetáculo. Em cada etapa, há um considerável brainstorm envolvido: os criadores se encontram e discutem em torno de muitas ideias com o encenador. Então, cada um que assumir a liderança segue seus próprios caminhos para desenvolver seus projetos individuais e

trazê-los de volta para a mesa criativa. Há sempre um feedback que flui entre o encenador e o diretor de criação que coordena todos os esforços criativos em conjunto com todos os outros designers. O conceito final de um espetáculo terá evoluído imensamente de sua ideia original e embrionária. Geralmente, os artistas selecionados para atuar em um novo espetáculo são levados para os ensaios no Estúdio em Montreal cerca de 8 a 9 meses antes da estreia.

**Como o design pode trazer novas possibilidades criativas para sempre surpreender a audiência?**

A coisa mais importante no processo de criação de um espetáculo é a criação de uma identidade, é preciso ter certeza de que a obra tem a sua própria personalidade. O espetáculo é como um personagem e o Design define quem é o personagem, ele dá a assinatura para o espetáculo.

**Qual a importância de se transitar por diferentes linguagens artísticas para criar trabalhos complexos e inovadores?**

É essencial para o Cirque du Soleil incluir muitas linguagens artísticas independente se é música, coreografia, acrobacia, cenografia, figurinos, etc. Nossos espetáculos são uma espécie de plataforma multiarte onde as disciplinas se misturam. Tudo vem para a mesma estética, que é um trabalho coletivo o tempo todo. Uma linguagem artística por si só não faria um espetáculo.



Espectáculo do Cirque du Soleil  
Cenografia por Stéphane Roy do KOOZA  
Foto: OSA Images © Cirque du Soleil  
Figurino: Marie-Chantale Vaillancourt





## Cláudio Menezes

Natural do Rio de Janeiro, Claudio Menezes especializou-se em “projeto do produto - métodos e processos industriais” pela FAAP de São Paulo. cursou desenho publicitário na Escola Panamericana de Arte de São Paulo e Comunicação Visual na Fundação Mineira de Arte Aleijadinho (FUMA), em Belo Horizonte, na década de 1980.

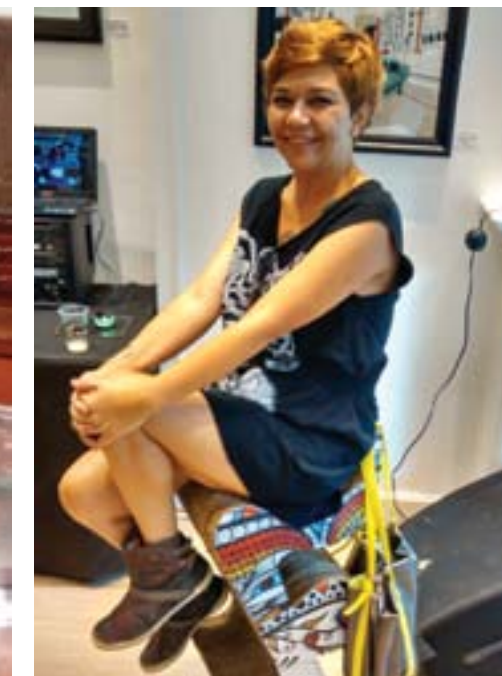
Morou, por sete anos, na Europa, após fazer a rota francesa do caminho de Santiago de Compostela. Nesse período, escreveu dois livros, um sobre as festas taurinas mais famosas da Espanha, Festas de San Fermin (“Vive San Fermin”, 2006) e uma novela sobre sua peregrinação (“El Peregrino Pata Negra”, 2008). De volta ao Brasil e às suas raízes mineiras, Claudio Menezes se estabelece em Belo Horizonte e inicia o desenvolvimento de peças de mobiliário utilizando materiais reciclados (papelão e compensado).

### Como a arte pode contribuir e inspirar o design na criação de produtos, peças ou projetos diferenciados?

A vida é um processo repetitivo. Na arte e no design ocorre o mesmo. Esse processo demanda de seus princípios, que podem partir da intuição ou mesmo da necessidade. Ambas podem se acontecer de forma intuitiva ou investigativa. O corpo de conhecimento de um artista ou de um designer orienta-se pelo conhecimento de significados, que resultam em algo formal e palpável. São dois caminhos paralelos e cruzá-los é algo arriscado, mas poderoso em emoções. Se há uma combinação feliz, sua consequência é boa, ou seja, desperta o interesse e agrada. Mas se não for uma boa combinação, tem outra conotação. O conhecimento mesclado ao bom gosto é a chave pra que essa combinação seja exitosa e resulte em trabalhos marcantes e de sucesso.

### Como foi o desenvolvimento de seu trabalho com o papelão? Quando e porque surgiu a ideia de criar móveis com esse material?

No princípio da década de 1990, enquanto iniciava o curso de Desenho Industrial na FAAP-SP, eu tinha um escritório de design em uma indústria de produtos de limpeza automotiva. Foi quando propus organizar os produtos dos pontos de vendas em um expositor display feito em papelão. Todo o processo chamou muita atenção, desde a proposta de uso do material, a forma do expositor e o impacto



Fotos: divulgação

no ponto de venda. A sustentabilidade não era tão popular como hoje, equando projetei os móveis de minha quitinete nos Jardins (São Paulo), também foi alvo de muita surpresa. Meu ponto de vista sobre o uso de materiais alternativos foi uma consequência natural de minha filosofia de vida. Sempre questioneei a “descartabilidade” em sua essência, tanto no aspecto do lixo gerado, como no seu processamento. A reciclagem é um negócio lucrativo e positivo para o meio-ambiente. Hoje, 30 anos depois, manifesto uma espécie de “revival” daquela época, porém mais madura e evoluída. Intuitivamente, desenvolvi peças de mobiliário cujo processo

de construção (acoplagem) possibilita agregar um novo significado, que é a função de mídia, podendo ser decorado com elementos publicitários (marcas e imagens de produtos), texturas e fragmentos de obras de arte.

### Qual a importância de transformar materiais que seriam descartados em objetos de design/arte?

Primeiramente, despertar a consciência do coletivo sobre a “descartabilidade” das coisas e as consequências e responsabilidades ambientais desse descarte. Logo, gerar formas atrativas, funções criativas e utilitárias, a fim de despertar



atitude e emoções nas pessoas. Finalmente, agregar arte, para dar um toque de luxo. Esta última fase implica também em outro novo sentido, que é a “sustentabilidade artística”, quando um estilo sustenta outro estilo (Design servindo de base para a Arte).

**Qual a diferença de arte e design pra você? Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?**

Basicamente o processo, mas ambos passam pela mesma elaboração (criação, desenvolvimento, execução e comercialização). O artista (pintor, escultor, cantor, etc) utiliza linguagens e ferramentas peculiares às suas áreas, diferenciando os resultados pelo aspecto artesanal e industrial. O designer, principalmente o de produto, está habilitado para atender demandas do sistema, criando produtos que se orientam por aspectos mercadológicos e semânticos. Com a aceleração do consumo, ambas as áreas podem optar por fazerem seus trabalhos com ou sem abrangências mercadológicas, ou seja, arte e produtos exclusivos ou massificados, com produção em baixa e grande escala. Tudo será relativo em função das necessidades, vontades, valores e interesses.

**Você se considera um artista designer ou um designer artista?**

Acho que todo artista pode se transformar em um designer, mas nem todo designer pode ser um artista. É uma questão que mescla o conhecimento e a sensibilidade, resultando em trabalhos que expressam algo mais do que simplesmente forma e função. Uma espécie de criatividade intuitiva pragmática, onde o coração, a mente e os sentidos trabalham juntos, objetivando sucesso mercadológico. Respondendo a pergunta, penso que sou um artista nato, que utiliza de técnicas psicológicas e mercadológicas para criar trabalhos que se conectam com a emoção do coletivo.



Fotos: divulgação







## Cyro José

O grande interesse do fotógrafo Cyro José pela natureza e o gosto pela fotografia veio de suas origens no interior de Minas Gerais. Cyro nasceu em 1949, na cidade de Formiga, tendo vivido até os 18 anos em uma pequena propriedade da família, na zona rural. Em 1969, mudou-se para Belo Horizonte e, em 1980, passou a fotografar profissionalmente no registro de suas primeiras viagens pelo interior do Brasil. Em 1983, realizou sua primeira mostra fotográfica e, desde então, participa de vários projetos culturais e de diversas exposições e mostras no Brasil e no exterior.

Andou pelas regiões mais remotas do país, fotografando tanto a natureza como o homem. Com isso, reuniu um acervo extremamente rico com imagens de Rondônia, Amazonas, Pará, Amapá, Guiana Francesa, Suriname, Pantanal Mato-grossense, Bahia e Minas Gerais. Em Minas, seu trabalho abrange todos os parques florestais do Estado.

Sua obra mais recente foi o lançamento, em 2008, do livro “Vereda, berço das águas”, com fotos das veredas do sertão mineiro, em coautoria com o geógrafo Ricardo Soares Boaventura.

### **Como você percebe a relação entre design e arte em suas criações?**

Percebo claramente, pois trabalho nas duas concepções. No meu trabalho posso separar os dois temas de acordo com a concepção que nomeio para cada um na hora da execução. Quando estou trabalhando na concepção design, procuro obter o máximo de detalhes dentro do tema, para que alcancem a totalidade ou grande parte da função na aplicação. Quando estou trabalhando na concepção arte, a questão ‘o máximo de detalhes’, perde a função, sendo esta então toda voltada para que o inusitado tome apenas o sentido artístico.

### **Qual a diferença entre arte e design para você? Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?**

Penso que são a mesma coisa dependendo do motivo ou, por assim dizer, da aplicação. Um design que quer passar a ideia do pensamento artístico está cheio de lirismo, de emoções. Um design na área descritiva, tendo como exemplo um determinado objeto, principalmente da área científica, está carregado do máximo de detalhes da peça. Tem que ser o mais fiel possível em realismo para representá-lo à exigência daquele documento.



Fotos Cyro José



### Como o dispositivo fotográfico é capaz de captar e revelar emoções do artista?

Certa vez, recebi a visita de uma aquarelista. Logo que ela entrou, parou em frente a uma das minhas fotografias que retratava um cacho de orquídeas e foi dizendo: “Todo fotógrafo é um desenhista frustrado. Aproveitam do photoshop para ‘apresentar’ suas produções fantasiosas”. Fiquei muito irritado e retruquei perguntando se ela tinha algum conhecimento de fotografia para afirmar isso.

O original daquela fotografia era um cromo de altíssima resolução e qualidade de cor. Na época da tomada daquela foto e cópia nem se falava em softwares de tratamento. O ‘tratamento’ era o fotógrafo interagindo com o laboratorista, explicando a ele a questão de brilho, contraste, densidade, excesso de uma cor básica e falta de outra mais apurada. Se o laboratorista entendesse do espectro solar e da química usada, ele conseguia interpretar suas observações.

Então, de acordo com o trabalho, o rigor em uma fotografia descritiva (documental) é uma tarefa na busca da melhor representação realística do motivo.

Em uma fotografia que se queira passar a ideia de arte, de emoção, de exigência da percepção do espectador, a tomada é totalmente diferente.

Quer dizer: usamos os recursos técnicos necessários a cada um dos resultados. Ao final notei que a aquarelista era totalmente desinformada do que é fotografia.

### Por que você decidiu fotografar os espaços, principalmente a natureza?

Interessei-me pela fotografia ainda novo. Morava em uma propriedade rural da família no interior de

Minas e em época de férias, quando os parentes da capital chegavam, sempre alguém trazia uma daquelas máquinas ‘caixotinho’. Eu sempre pedia para ver, examinar, experimentar.

Meu gosto pela natureza vem daí. Meu avô foi meu primeiro mestre na apresentação das plantas, dos bichos, da paisagem.

Nas minhas caminhadas por estas paragens ficava enquadrando tudo, fazendo um retângulo com as mãos para ver como poderia ficar em um fotograma de verdade, gesto este que, descobri mais tarde, era usado pelos fotógrafos.

Comecei fotografando a natureza e ao me profissionalizar, já lá pelos anos de 1980, me interessei também pela fotografia documental nas áreas que mais me atraíam, tais como comida, produtos, moda, arquitetura e, principalmente, áreas da ciência. Especializei-me em macro fotografia, técnica necessária à documentação científica.

### Como você relaciona o seu olhar criativo e o dispositivo fotográfico para “captar” esses lugares?

O fotógrafo tem que estar atento e centrado na ideia do que pretende realizar.

As outras exigências dependem dos fatores externos, tais como hora certa, luz ideal, tempo de duração dessa luz, uso de luz artificial, ausência de luz em determinadas áreas da tomada, uso de recursos do equipamento e acessórios, atenção ao motivo principal ou ao preenchimento de todo o fotograma com os destaques desejados, atenção aos diversos planos e quais deles devem sobressair. E, principalmente, muita paciência e persistência.



Fotos Cyro José





## Dario Velasco

Dario Velasco se formou em Design Gráfico pela UEMG e, após quatro anos trabalhando em um estúdio fotográfico, abriu seu próprio estúdio para atender fotógrafos e agências de publicidade em Belo Horizonte. Ele atua também na área de ilustração editorial e publicitária e, atualmente, começou a produzir ilustrações 3D com o uso de Photoshop. O designer realiza um trabalho de pós-produção nas fotografias, o que faz com que elas se tornem verdadeiras obras de arte. Dario é ilustrador e seu trabalho com imagens detém uma originalidade que mescla fotografia e ilustração.

### O que significa trabalhar com fotodesign?

#### Qual o principal diferencial do seu trabalho?

Fotodesign, no meu caso, é trabalhar com edição de imagens digitais com a finalidade de gerar uma imagem única que atenda a uma demanda específica.

Acredito que o diferencial do meu trabalho seria o meu próprio olhar sobre as imagens: o que elas precisam melhorar, que ideias ter sobre elas. E isso vai depender também do grau de estudo em que estou, artisticamente e tecnicamente, com os softwares envolvidos para ter uma visão mais ampla das possibilidades. A vivência e a história de cada um podem influenciar nesta visão também. Focar em trabalho não basta. É preciso viver, procurar, achar, perder, duvidar e ter histórias pra contar.

### Como foi o processo de incorporação do design em seus trabalhos com tratamento de imagens?

O design talvez entre com a gestalt, com a composição, cores e acabamento, com



a organização do projeto. Fotodesign é um trabalho dirigido e com uma finalidade estabelecida.

### Como a sua formação em Design contribui para os projetos que realiza atualmente?

De maneira geral, o design me guia na aplicabilidade, escolha de tons, na forma, contra-forma, no arranjo e no equilíbrio das imagens para se chegar ao objetivo proposto.

### Você se considera um artista designer ou designer artista?

Artista-designer nos trabalhos autorais e designer-artista nos trabalhos publicitários.

### Como sua atuação enquanto ilustrador auxilia o seu trabalho com fotografia e tratamento de imagens? Como o seu trabalho com imagens modifica sua visão enquanto ilustrador?

A ilustração me traz habilidade técnica-manual e de observação, principalmente. Observar, ilustrar, guardar na memória formas, tons e texturas. Reconhecer. Trabalho em cima das fotos com o tablet e a habilidade manual que se tem ao ilustrar é indispensável para retocá-las.

As fotos possuem luzes, formas e texturas. Trabalhando com elas aumento minha "biblioteca" de referências para o desenho.

Você pode desenhar o que vê e o que sabe. E pode, ao mesmo tempo, desconstruir tudo isso.



## Geraldo Cézanne

Geraldo Cézanne é graduado em Artes Plásticas na Escola Guignard, em Belo Horizonte, MG, onde estudou design, moda e aprendeu técnicas de ourivesaria. Por ser um profissional que se encontra entre o design e a arte, Geraldo acabou tendo que lidar com duas questões polêmicas: a condenação da arte comercial e a recusa dos designers em serem chamados de artistas. Realizou diversas exposições, tal como: a “Árvore da Vida”, realizada em 2013 no espaço Templuz, em Belo Horizonte. As obras têm como temática principal não só a sustentabilidade, mas também a recuperação do planeta diante dos danos já provocados no meio ambiente. Participou, em 2007, da exposição “As Damas do Ouro Castanho”, realizada no foyer do Grande Teatro do Palácio das Artes, onde criou 20 esculturas, em tamanho natural, baseadas no vestuário das esposas dos grandes Barões do Café, utilizando um dos materiais mais descartados: o jornal. Foi o responsável pela decoração de natal da Lagoa da Pampulha com a produção de 15 estruturas de anjos, sendo 13 flutuantes e duas na área do Parque Ecológico, possibilitando a visão de qualquer ponto da orla da Pampulha.

### O seu conhecimento na área de design fez diferença em suas obras de arte?

Toda diferença. É impossível fazer uma escultura, que é mais o meu tratado, sem planejamento. E o design te proporciona isso. Ele te possibilita desenhar, imaginar e criar recurso para desenvolver. É papel do design a execução e isso facilitou muito o meu trabalho. Se eu imaginar algo complicado eu consigo buscar recursos. Na faculdade muita gente tinha ideia e não conseguia implementar.

### Você acredita que a separação entre design e arte ainda é válida nos dias de hoje?



Fotos: divulgação

Eu não acredito. Quando eu estava na faculdade de artes eles pregavam que arte é amor a arte. Artista não vive de vento e a gente precisa ser bancado para poder fazer. Precisa vender, circular, ter contato com mecenas. Sem dúvida a arte sempre foi comercial e era para quem tinham condição de fazer. O design é mais para a classe média. Eu não acho que nos dias de hoje exista essa separação. Um excelente designer ou um artista conseguem fazer coisas diferentes, apesar que o diferente é quase impossível hoje em dia.

### Quais são as fronteiras entre Arte e Design?

Antes existia o conceito de arte maior e arte menor. Arte menor era gravura, coisa replicadas. Arte maior era a escultura e pintura. Existem designers que fazem coisas maravilhosas, que têm alma. Outros que fazem coisas importantes, não tão marcantes. Se pensar bem, tudo é desenhado. Essa mesa, esse computador. Existe o design artista e o design industrial. Aquele que executa a peça, o cara que imaginou a peça, é o grande artista por trás do objeto.

### Você se considera um designer artista ou um artista designer?

No meu cartão eu coloco arte/design. Eu acho que o papel do artista de olhar o mundo e representar esse mundo é mais importante do que o objeto em si. Na verdade, o papel da arte, durante milênios, desde as pinturas rupestres,

era de registrar o momento e o homem como ele era. Depois é que veio essa história de criar objetos para a casa e aí entrou o design. Quando eu dava aula, eu era obrigado a ver novela, porque tudo o que eu iria abordar em sala tinha que ter relação com a novela. Se foi papel da arte, durante milênios, ditar esse comportamento, hoje é da televisão, que tem todo o envolvimento de design, fotografia, etc.

A arte tem um papel mais importante por que é o que inspira a alma do artista. O que é uma obra de arte? Tem um texto que diz que o mundo é uma obra de arte e a terra é o material do qual ela será feita. Obra é obra de arte quando ganha independência do artista, quase como se ganhasse uma alma própria.

### A sua obra “As damas do ouro castanho” foi utilizada também como estratégia para estreitar o relacionamento de uma empresa com seu público. Como você avalia a arte sendo apropriada como ferramenta para o design estratégico?

Isso é curioso por que, ao mesmo tempo que traz glórias, traz críticas. Mas acho que isso faz parte do nosso momento contemporâneo. A gente precisa mostrar a cara, pois precisamos do patrocínio. Nessa última exposição na Templuz, minha preocupação não era em vender, era poder mostrar a minha arte. Poder falar sobre isso é mais importante do que vender. Sobre as Damas



do Café, foi uma surpresa a repercussão. Quando abriu a porta da exposição, as pessoas colocavam a mão nas obras. Fiquei espantado, eu não esperava. Teve gente que me deu notícias da exposição três anos depois.

**Porque você trabalhou mais com design em sua trajetória?**

Eu tinha uns 16 anos quando entrei no curso de desenho de cartazes no Senac, dali pra cá foi o que eu fiz. Antes do computador, era tudo feito letrinha por letrinha, decalque, colado. Eu desenhava tudo à mão, ainda tenho um aerógrafo. Sempre fui daqueles que gosta muito de fazer. O fazer, a emoção do fazer, é muito do artístico, é uma coisa que não se compara com nada no mundo. Quem vai definir o que é obra de arte ou não é o espectador e não o artista. O público pode achar um objeto de design mais interessante como obra de arte do que um quadro. A coisa ficou de uma forma que perdeu toda a definição e esta se definindo.

Hoje a arte e o design trombam e parece que o design tem sobressaído. Tudo hoje é design: design de celular, de casa - esse monitor aqui ganhou prêmio

de design. Eu acho que a arte perdeu a linguagem, perdeu a matéria, o quadro pintado, a escultura feita. Não é mais novidade, não tem poder. É o design que vem trazendo novidades e tem possibilitado novas linguagens. Em algum momento vamos traçar essa linha do que aconteceu. Será que o design é a nova arte? Já foi feito tudo no campo da arte, mas tem uns que ainda surpreendem. Eu vi uma exposição em que o artista criou esculturas em silicone que se aproximam muito da realidade. Ele conseguiu usar de uma linguagem antiga, que é a escultura, com um material nem tão novo, como o silicone, e conversou com o público. Essa é a função do artista, conversar com o público. Na minha última exposição na Templuz tinha uns que chegavam e se referiam às obras como objetos religiosos, outros relacionaram com troncos de arte, outros a questões eróticas. É tão engraçado quando você deixa em aberto. É o observador que vai nomear a obra. Toda profissão é política. Diz a história que Picasso só foi Picasso por que saiu da Espanha e foi para a França. É muito cruel com o artista sempre achar que a arte tem que ser pela arte. Para fazer diferença como artista ou designer você tem que ter cabeça fresca e se desligar de certos conceitos.



Fotos: divulgação



## Gilberto Mauro

O compositor e pianista Gilberto Mauro utiliza a música como ponte para transformar e ampliar a consciência humana. Ritmos brasileiros dos mais tradicionais e interioranos recebem novas possibilidades de leitura, fundindo-se na erudição de Mauro, que não dispensa o jazz e o rock para criar cores e imagens sonoras em marcantes melodias. Mauro utiliza o piano para compor em todas as formações, sejam elétricas ou acústicas, instrumentais ou canções e formações orquestrais. Além dos discos autorais, ele compõe trilhas para cinema, teatro e multimídias. Realiza excursões pela Europa, desde 2009, com destaque para as apresentações no festival “Maio lindo Maio”, em Portugal e “Flatpack, Espírito Brum”, no Reino Unido. Gilberto gravou sete CD’s autorais: “Canto da Estrada Aberta” (1997), “Em Busca do Urubu” (2001), “Panacea Trio” (2004), “Seletânia” (2004), “Aurum Parapoukos” (2006), “Musicachacachaprego” (2010) e “Terra Alta” (2014). Seu trabalho é um exemplo de como o design e a música podem se unir para a criação de novas possibilidades sonoras.

### Como a música pode contribuir para o aprimoramento do design? Como o design pode ser incorporado em peças musicais. Como se dá essa relação em seu trabalho?

Todo som intui forma. Música intui a construção de um espaço, mesmo não físico, mas em algum lugar. Som é vibração sonora e esta vibração por si já produz forma. Faça um teste: emita vibração sonora em um plano de areia. A areia irá fazer desenhos. Isso é matéria. Além disso, toda música carrega uma construção imagética.

Em toda música reside um processo sinestésico. Antes de tudo, a música é um cálculo, uma equação matemática em som. Uma adequação matemática de emoção, sensações e pensamento. Por isso, a arte mais próxima da música é a arquitetura (arte funcional). Cálculo, espaço, tempo, discurso, construção, proposta. Este processo é uma ordem musical.

Sempre fui um criador de imagens. Minha música sugere bastante espacialidade, sensações. Sou um paisagista por natureza. Procuo expandir minha composição, numa respiração interna, mas também externamente, em direção ao mundo palpável. Música não se pega, se é pego.

O design na música é muito ligado a sinestesia, sensação. Quanto mais a música puder suggestionar cor, espacialidade, sensação tátil, maior este design. Para se conseguir isso na música, é preciso saber usar as ferramentas que a composição necessita. Conhecimento de timbres, acordes, tempo, além de um conhecimento em áudio, que hoje em dia é fundamental. Todas essas ferramentas devem estar à disposição de sua sensibilidade.

### Qual a diferença entre arte e design para você? Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?

Design está no processo de artesanato de toda arte. É um resultado estético. A Arte é a obra. Inclui o design. Na apropriação do mercado, ou da modernidade, ou era moderna, o design está ligado à arte funcional. Arte



Aquarelas de Gilberto Mauro

com função para algo. Cadeira, casa, roupa, carro, por exemplo, são objetos baseados em design. Sinceramente, o design sempre existiu, desde que o homem é Homo Sapiens. A arte funcional também é pré-histórica.

### O que significa transitar por diferentes linguagens musicais e artísticas como o cinema, teatro e poesia?

Significa necessidade de expansão de linguagem. Na verdade, é algo totalmente pessoal. Toda arte é inteira nela mesma. Mas tenho facilidade de comunicação entre as artes. Tenho facilidade de fazer de minha música funcional à outra arte. Minha primeira apropriação artística foi o desenho e a pintura e pratico até hoje. Aproprio-me do cinema com timidez. Também do teatro e da literatura. Como disse, sou paisagista, além de pensador. Tudo isso já é uma porta aberta a interseções artísticas.

### Como é criar peças conceituais repletas de design sonoro? O que significa design sonoro para você?

Esta pergunta me faz lembrar que, em 2010, lancei um CD chamado “musicachacachaprego” com o poeta Wilmar Silva, baseado no livro dele de poemas intitulado “Cachaprego”, uma meta linguagem. Não dá pra escrever em poucas linhas do que se trata, mas o CD todo é design sonoro em extrato! Uma tentativa de se criar uma terceira arte entre a poesia sensorial, sinestésica e o som e a música. Claro que foi uma pretensão, uma alusão. vide - <https://soundcloud.com/gilberto-mauro/musicacha-xxv>

Na funcionalidade da minha música, fiz trabalhos que me orgulho, como em 2011-2012, a trilha de 45 minutos ininterruptos de piano para 12 filmes mudos. A música precisa dar graça em todos os movimentos, todo piscar de olhos, todo gesto. Um trabalho enorme.

<http://bit.ly/1rtBmt2>





## Gringo Cardia

Gringo Cardia é designer, artista gráfico, cenógrafo, arquiteto, diretor de arte, diretor de videoclipes, teatro, ópera e desfile de moda. Dirige a produtora Mesosfera com sua irmã, Gringa Cardia, no Rio de Janeiro. Criou, em 2000, a ONG Escola Fábrica de Espetáculos – Spectaculu, com a atriz Marisa Orth, para capacitar alunos de comunidades de baixa renda em técnicas de artes visuais.

Trabalha em projetos gráficos e de cenografia, videoclipes e direção de shows dos maiores artistas brasileiros. Em 1993, concebeu a cenografia da peça “Sonho de uma noite de verão”, dirigida pelo diretor alemão Werner Herzog, no Rio de Janeiro. Desenvolveu também os projetos de itinerância da exposição “Amazônia Brasil” e assinou a direção e a cenografia do espetáculo do Cirque du Soleil, com direção de Deborah Colker, que estreou em 2009, no Canadá.

Em 2007, foi convidado pelo Centro Cultural dos Correios, por Heloisa Buarque de Hollanda e Eva Doris para realizar a exposição “Gringo Cardia de todas as tribos”, em homenagem aos seus 30 anos de trabalho nas artes visuais do Brasil.

### Como a arte pode inspirar o design?

Quando você fala em arte é muito amplo. Porque a arte é a criatividade de expor alguma coisa. Qualquer trabalho que você faz com arte, chega nas pessoas de uma maneira totalmente diferente de um trabalho pensado para que a pessoa entenda de uma determinada maneira. A arte abre espaço para a imaginação de quem vê. A diferença é que um trabalho comum é aquele que não deixa a pessoa pensar em nada, ela está apenas vendo um produto pronto. Essa é a magia da arte, ela mostra uma coisa que desperta a imaginação e vários significados.

Fotos: divulgação



### Qual o limite entre arte e design atualmente?

Tá bem misturado. É muito difícil pensar em um design sem arte. Não existe. Você vai fazer uma coisa que seja prática, mas que não vai ter surpresa aos olhos? O design tem que trazer inovação, a proposta de você olhar as coisas de uma maneira diferente. A arte é quase inerente a tudo que a gente faz na vida e cada vez mais a sociedade e o mundo precisa de arte e criatividade para tornar a vida menos dura, mais poética e com mais esperança de que as coisas podem mudar e que podem ser diferentes. Eu acho que a arte sempre propõe o diferente e isso atrai. O design tem que atrair. O design é para os olhos, para o corpo, para onde você vive, para a sua cidade, para o seu mundo. Ele propõe sempre um mundo diferente.

### Como é incorporar todas essas referências em seu trabalho?

O artista pode transformar o trabalho dele em um monte de coisa. É uma maneira de você apresentar o seu trabalho. Você pinta, mas você quer fazer uma louça ou um móvel com o seu trabalho e você pode fazer. Você pode transformar o seu trabalho em um monte de coisa. Nem sempre as pessoas estão a fim de fazer isso. Os artistas, muitas vezes, ficam em determinado lugar, transitando por ali. Alguns artistas transcendem esses lugares e fazem coisas diferentes e outros quase que fazem a tradução de um tipo de arte para o design. Eu sempre gostei muito, na minha experiência, de ter vários veículos para fazer design. Sou arquiteto, cenógrafo, diretor de arte, faço vídeo clipe, em fim, trezentas mil coisas visuais que são expressões de design que eu posso fazer no meu trabalho. Eu vejo muito que os profissionais no século XXI têm que ser múltiplos, têm que invadir vários campos. Não só para experimentar, mas para



Fotos: divulgação

aprender coisas novas. Quando você sai de uma tela e vai para a escultura, você está aprendendo a usar sua arte em uma outra linguagem.

Eu me formei em arquitetura nos anos de 1980. Na verdade, desde criança gostei de desenhar, mas eu queria uma coisa prática. Eu era muito jovem, fiz arquitetura e aí pensei: “não, eu quero fazer o que eu gosto e vou voltar a fazer artes”. Comecei a fazer cartazes de peça de teatro. Eu tinha aprendido um monte de coisa, porque a arquitetura é uma escola maravilhosa. Dá uma visão geral do design e das artes visuais. Apareceu um grupo chamado Blitz e eu fiz a capa deles, comecei a entrar no mundo musical e a fazer design pra música, fiz capa de disco, cenário de show, vídeo clipes e comecei a explodir num monte de coisa, fazia várias coisas ao mesmo tempo, todas relacionadas ao visual. E naquela época chamavam a pessoa que tinha muitas profissões de multimídia. É uma palavra que caiu em desuso. Hoje em dia todo mundo é multimídia.

#### Como é o seu processo de criação?

Quando você sai de um campo para o outro, você lida com linguagens diferentes. No papel você está no 2D, o vídeo já é um 2D diferente com profundidade, a cenografia e a escultura já é o 3D. O que eu acho mais atraente é tentar perceber coisas que você vê numa linguagem em outra. Quando estou editando um vídeo, eu vejo uma coisa tão bacana que eu falo: deixa eu fazer um design gráfico que fosse mais ou menos o que eu estou vendo aqui. E eu tento transformar

aquilo, eu tenho uma inspiração, tenho insights. Se você usa óculos diferentes, você vê coisas diferentes. Meu processo de trabalho é assim. Sou um produtor visual de um monte de coisa. De uma maneira moderna e diferente que atinja as pessoas e que comunique. Pra mim é muita conversa e brainstorm. Depois que você entende o que é o todo, você deixa aquilo na sua cabeça. O seu racional já entendeu, aí é deixar sua intuição, que é a fagulha que ativa o trabalho. Isso está ligado diretamente à emoção. Você tem que deixar um tempo para aquilo que está guardado possa aparecer nos seus sentimentos. Sentimento está ligado ao inconsciente, às percepções que vão além do racional. E a arte está diretamente ligada a isso. É preciso um tempo para a sua cabeça fazer essa síntese.

#### O que significa ser um artista da imagem?

É aquele que vê o mundo e que traduz para outras pessoas as coisas que vê. Se eu vejo algo lindo, coloco num palco atrás do artista que tem que ter a ver com o que ele está falando. Eu estou resignificando aquilo que vi e estou colocando em outro contexto para todo mundo ver. O trabalho do artista visual é ser um editor das imagens no mundo. O mundo é cheio de imagem. Tudo o que a gente faz teve uma influência, a gente não cria do nada. Sempre cria uma coisa que a gente viu na infância, que sentiu. O mundo nos mostra as coisas e traduzimos isso de maneira diferente, colocando em outros lugares, fazendo com que as pessoas olhem aquilo. O artista faz essa tradução do mundo.







## Heloisa Crocco

Eleita uma das 10 mulheres mais influentes do design brasileiro, Heloisa Crocco dedica-se a uma obra inspirada na natureza. Influenciada pelas viagens na América Latina e na floresta Amazônica, Heloisa criou uma técnica chamada Topomorfose, ato de dar forma ao cume da madeira, em que o material aparece redescoberto e pode ser aplicado em diferentes suportes, como objetos utilitários e painéis. A artista participou de várias exposições coletivas, salões e bienais na Alemanha, Áustria, Hungria, EUA, França, México, Uruguai e Brasil. Viajou pelo Brasil pesquisando sobre as fibras, suas transformações e aplicações, principalmente em suas visitas à Floresta Amazônica e à Ilha do Sol, no Piauí. Atualmente, é responsável pelo Crocco Studio Design.

**Você atua como designer em diversos segmentos, como couro, cerâmica, cartonagem, têxtil e moda. Como é transitar por diferentes materiais? Como você incorpora a arte nesses diferentes segmentos?**

Com a pesquisa Topomorfose, que tem mais de 30 anos, o desenho fica conforme o suporte sugere. Um exemplo é nossa última coleção, lançada para o próximo verão, disponível para ver no nosso site. Cada material nos possibilita diversas aplicações e técnicas, dependendo da paleta de cor e do tratamento possível. As experiências são ricas e nos desafiam constantemente. Trazendo o conceito da pesquisa Topomorfose, acabo muitas vezes tendo uma visão mais densa em relação a inspirações e referências que a própria natureza oferece.

Site: [issuu.com/croccostudiodesign](http://issuu.com/croccostudiodesign)

**Você considera necessário separar os limites entre arte e design? Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?**

A fonte de pesquisa é a arte. Esta busca aliada aos projetos de design amplia os limites de criação, trazendo resultados mais consistentes, com mais reflexão e inovação. A questão do design é outra, nasce pela necessidade, é forma, conteúdo, seriação.

**Como o trabalho com elementos tradicionais da cultura artesanal pode se transformar em sofisticadas coleções com um design contemporâneo?**

Aliar o conhecimento das técnicas tradicionais da cultura artesanal com o conhecimento e metodologia presentes no design traz uma riqueza muito grande em relação a qualidade das coleções. O entendimento do valor da técnica tradicional, da preservação do saber fazer, do desempenho através do trabalho de autoestima, do pensamento das referências do entorno, da proposta de inovar, de adequar a um novo mercado e o acompanhamento constante dos planos operacionais do projeto são atividades intrínsecas quando se realiza projetos utilizando elementos da cultura artesanal+design. Cuidados com a seleção e preparo da matéria-prima, criação de um tag que conte a história do lugar, do material utilizado, da região onde é feita e uma embalagem do produto, por exemplo, são valores colocados ao produto e levado pelas pessoas que convivem com ele.

**Como a sua profunda pesquisa e relação com o artesanato de diferentes regiões e países contribui para sua atuação como designer e artista?**

A experiência de pesquisa e atuação no artesanato trouxe um aprendizado indescritível, possível apenas na imersão da cultura local e das diversas possibilidades das diferentes culturas que convivemos, fazendo com que valorizemos a diversidade de nosso país. Estas histórias culturais tornam-se um diferencial quando a gente se pensa e pensa o que quer com o trabalho.

**Como o design agrega valor aos produtos artesanais? E como o artesanato pode agregar valor aos produtos de design?**

O artesão é soberano, ponto de partida e de chegada de qualquer intervenção. O produto do artesão é visto como a materialização de seu complexo patrimônio cultural. Nessa dinâmica, a essência é a porta de entrada das ideias transformadoras.







## Enrique Rodríguez

A ópera e as viagens pelo mundo são as principais inspirações do designer e artista plástico chileno, radicado em São Paulo, Enrique Rodríguez. Rodríguez é formado em Arquitetura e Desenho Industrial pela PUC de Santiago do Chile e se tornou o responsável por uma sofisticada arquitetura de papel, em que todos os materiais envolvidos em suas construções artísticas são obtidos por processos manuais e com utilização de materiais orgânicos como forma de preservar e resgatar uma arte milenar que ele sempre admirou. A matéria-prima é trazida principalmente do Japão, Indochina e Europa, resultado de viagens, pesquisas e resgate de métodos chineses de fabricação de papel, que remontam ao ano 05 D.C. Os papéis utilizados em seus trabalhos mantêm a tradição da produção artesanal. São tingidos com pigmentos naturais e técnicas especiais de execução, fixação, corte, secagem e aplicação de metais preciosos como ouro e prata. Em 2006 ele criou sua própria marca e participou de feiras e exposições em Paris, Milão e Frankfurt. Atualmente desenvolve projetos para grandes corporações brasileiras de diversos segmentos.

### **Você se considera um designer artista ou um artista designer?**

Minha formação acadêmica é Arquitetura e Desenho Industrial. Me considero um Designer Artista. A Arquitetura e o Desenho Industrial me deram as ferramentas para poder trabalhar com disciplina, planejamento, rigor e profissionalismo. A motivação artística vem da minha paixão pela ópera e a música clássica, principais inspirações no meu processo de criação.

### **Como você incorpora a arte no desenvolvimento de projetos corporativos e produtos para indústria? Você acha que ainda existe alguma barreira para a aceitação, por parte das indústrias, de produtos artísticos que serão produzidos em larga escala?**

O foco do meu trabalho sempre foi criar uma Indústria da Arte. A convicção de que esse é um mercado carente e sem uma proposta profissional me fez investir com muita disciplina e persistência no desenvolvimento





de um trabalho sólido e consistente, o que convence facilmente os meus possíveis parceiros da indústria e do mercado corporativo a investir num projeto para o grande público. Mas o exemplo nasce primeiro da estrutura física, da equipe humana e da solidez profissional que consegui criar no trabalho árduo de todos esses anos de carreira. Meu exemplo facilita, e muito, a venda das minhas ideias. A alma de qualquer projeto no qual estou envolvido tem a arte como base. Essa inspiração seduz os clientes finais e, por consequência, todos que fazem parte da cadeia produtiva.

**Como a arte pode contribuir e inspirar o design na criação de produtos, peças ou projetos diferenciados?**

Posso falar da minha experiência pessoal. A inspiração para criar e nortear minha carreira são minha paixão pela ópera e o papel, dois elementos que estão presentes em todo meu trabalho. Então, no meu caso, é a arte o elemento principal que dá origem a tudo o que faço. Sempre que me sento para criar tenho como objetivo prioritário na minha cabeça: traduzir em formas essas duas fontes de inspiração.

**Você considera necessário separar os limites entre arte e design? Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?**

Hoje existem muitas vertentes para a arte e para o design. Muitos curadores de arte e galeristas definem meu trabalho como “arts and crafts” e acredito que seja exatamente isso o que fazemos nós, os Designers Artistas. Fundimos as duas manifestações e traduzimos numa proposta que atinge o grande público. Nosso trabalho transpassa os muros das galerias da elite, onde a chamada arte conceitual atinge públicos reduzidos e de alto poder aquisitivo. Cada vez mais essa fusão entre



arte e design faz com que os grandes públicos tenham acesso ao belo e funcional numa forma fácil e compreensível.

**O que significa ser o mestre da arquitetura em papel?**

Significa ter desenvolvido uma técnica única na qual o papel é trabalhado no seu máximo potencial e possibilidades de aplicação. Isso envolve anos de estúdio, pesquisas, viagens e experimentação. Hoje trabalho com papéis do mundo inteiro, das mais diversas qualidades e origens, e me sinto satisfeito de poder ter dado ao papel um status que ele raramente alcança no mundo da arte e do design.

**Por que a ideia de utilizar métodos de elaboração artesanal? Como esses métodos contribuem para o aprimoramento do design contemporâneo?**

Acredito no trabalho artesanal como um resgate da alma dos objetos. Isso fica claro no desenho contemporâneo. Vivemos numa sociedade tão alienada pelo mundo virtual que precisamos do trabalho artesanal para nos confrontarmos e nos surpreendermos com a beleza da imperfeição.

**Como você transporta a linguagem musical da ópera para os seus processos de criação?**

Vejo a ópera como uma manifestação artística completa. Luz, cenário, vestuário, dramatização, texto, voz e música. Procuro traduzir esse rico universo no meu trabalho, estimulando a maior parte dos sentidos dos observadores das minhas obras. As pessoas têm que ficar seduzidas, da mesma forma que nos encantamos dentro de um teatro de ópera ao assistir a performance eletrizante de uma Madame Butterfly, por exemplo.





## Humberto da Mata

Nascido em Brasília, graduou-se em arquitetura pela UnB em 2010. Após se mudar para São Paulo, expôs protótipos de suas peças no Salão do Móvel 2012, em Milão. É proprietário de um pequeno estúdio na capital paulista, onde se dedica à pesquisa de design com materiais e métodos construtivos inusitados, desenvolvendo e produzindo peças em pequena escala e com ajuda de artesãos e pequenas indústrias locais. Seu trabalho mais conhecido é a linha Cloud construída em torno da técnica de trama em que um conjunto de linhas se entrelaça, criando uma nova presença visual e experiência tátil. A ideia surgiu do desafio de reconstruir um tecido listrado em uma nova forma tridimensional. A mesma técnica é utilizada em diversos objetos, tais como cestos e fibras naturais. Cada peça é feita à mão, tornando-se completamente original.

### **Como a arte pode inspirar o design na criação de produtos, peças ou projetos diferenciados?**

Uma obra de arte ou uma peça de design são a materialização de um pensamento que foi encadeado no artista por inúmeros fatores. A grande ligação que existe entre esses campos é o fato de que nenhuma ideia surge do nada. Esse pensamento inicial é sempre um desdobramento da vivência do artista. Com isso, o repertório do criador tem influência direta no resultado de suas peças.

Assim, no processo de criação do designer, a arte possui um papel fundamental, já que muitos dos conceitos estéticos envolvidos nos dois campos são compartilhados. Um designer que possui um bom conhecimento de arte com certeza vai demonstrar em seu trabalho conceitos mais firmes. São áreas que também se alimentam por dividir o anseio da criação do novo.

### **Como você percebe a relação entre design e arte em suas criações?**

Nesse campo das ideias criativas, sempre gosto de pensar no processo



Fotos: divulgação





Fotos: divulgação

como uma sinapse de repertório. Quando uma nova ideia vem à cabeça, a sensação é como se várias informações absorvidas ao longo do tempo se ligassem, de certa forma, gerando um híbrido que seria como o resultado de uma digestão do que foi absorvido. Assim, todo e qualquer fato que o artista/designer é exposto pode gerar uma nova linha de pensamento ou desencadear uma nova ideia e, para mim, a arte é uma grande fonte geradora de questionamentos.

#### **Como foi o processo de concepção da coleção “Cloud Collection”?**

Essa foi a minha coleção de estreia, e o foi o que me provou que no Brasil existe mercado para design e que é possível produzir em pequena escala um produto inovador. Essa coleção foi o evento que me fez definir o rumo do meu trabalho, pelo menos nos próximos anos.

A coleção Cloud foi desenvolvida através de prototipação dentro do meu estúdio, com a ajuda de uma artesã com grande experiência em costura manual. A ideia surgiu a partir do tecido. Eu tinha pedaços de tecido listrado e a ideia era fazer tiras revestidas de espuma que remetessem à estampa do tecido. Depois trançamos as tiras aleatoriamente sobre uma base para construir um acolchoado a partir dessas partes soltas. O processo acabou se traduzindo em uma sequência de fragmentação do material e logo depois um trabalho de reconstrução, refazendo o estofado de uma maneira nova.

O primeiro objeto a ser criado foi uma banquetta pequena. Com o conceito já pronto, apliquei o mesmo método de construção, tipologias diversas, e a coleção hoje em dia é composta por banquetas redondas

de dois tamanhos, bancos retangulares, uma cadeira e espelhos.

#### **Qual a diferença entre arte e design para você? Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?**

A principal diferença é a liberdade de suporte. O design sempre vai estar preso ao físico, ao objeto, enquanto que nas artes a escolha do suporte para a transmissão do pensamento é infinita.

São áreas que se aproximam mais a cada dia, mas essa impossibilidade do design de se livrar do objeto como meio de expressão impõe uma barreira que sempre vai existir. O chamado design-arte é algo que vem crescendo nos últimos anos. Seria um design de galeria baseado em edições limitadas. O termo muitas vezes não me parece muito apropriado, e o seu uso finca uma divisão na produção do design atual. O que é design-arte não é design industrial. Mas, ao mesmo tempo, a arte se industrializou nos últimos anos; existem escultores que têm suas peças produzidas em grandes usinas e outros que possuem verdadeiras fábricas de pinturas. Assim, o fato de ser menos ou mais industrial não tira do design o mérito da criação. A diferença acaba sendo uma questão de mercado. O lado bom dessa segmentação é que a liberdade de se executar ideias novas aumenta. Quem consome esse design mais próximo das artes é um público mais aberto a novas ideias. E essa experimentação mais livre acaba servindo como campo de pesquisa para o design que vai ser desenvolvido em grande escala. Ela viabiliza a vanguarda, uma vez que possibilita o financiamento de pesquisas estéticas e formais mais profundas sem o amarrar da questão de viabilidade econômica, que é tão presente nas peças industrializadas.



## João Paulo Lopes

João Paulo Lopes é graduado em publicidade e propaganda, pós-graduado em marketing e negócios. Estudou direção de arte e redação na Miami Ad School e tipografia na Panamericana e Lettering. Em seu trabalho como designer, João Paulo desenvolve muitas peças em Design Tactile, uma nova forma de design que tem ganhando cada vez mais destaque no Brasil. O Design Tactile é um processo ou técnica que utiliza uma ilustração 3D feita artesanalmente. É o design fora dos métodos digitais e concebido de uma forma manual que envolve várias técnicas e materiais combinados, como recortes, colagens, costura, dobraduras etc. Será uma fotografia do trabalho que conterá todo o processo tridimensional e tátil, mesmo que o trabalho final não contenha esses atributos físicos.

### **Como a utilização de processos manuais pode contribuir para que o design se torne mais tátil?**

Além do turbilhão de informações que impactam a sociedade o tempo inteiro, temos a questão da mudança constante do perfil das pessoas, que é conduzida não só pelas redes sociais, mas pela cultura da internet em geral, que vêm moldando essas pessoas e fazendo com que seu perfil cultural seja cada vez menos caloroso. E é aí que conseguimos proximidade, exclusividade e autenticidade nos trabalhos que são feitos à mão, demonstrando o cuidado e a atenção dispensada para o seu desenvolvimento. Na contra mão da maioria, que são trabalhos feitos em larga escala, de modo automático e mecânico.



Fotos: divulgação

### **Como você define o “Tactile Design”? Qual a importância de um design mais humano, capaz de proporcionar uma sensação tátil nos usuários? Como isso altera os processos de design e arte na atualidade?**

Se aprofundarmos teoricamente sobre o uso do termo tactile design, pode ser que não seja o mais adequado para representar essa técnica ou processo.

Mas, basicamente, é uma ilustração 3d feita artesanalmente, construída pelo próprio responsável ou por uma equipe. Vejo como um processo que divido em três etapas principais: a construção de uma peça, o registro e a pós-produção digital. O que permite uma autenticidade e exclusividade muito grande no resultado final, algo difícil de se adquirir atualmente em nossa sociedade com uma cultura tão digital e com tantos tutoriais disponíveis online que ensinam as mesmas coisas.

Esse tipo de trabalho se apresenta de forma mais humana e simpática, facilitando a aproximação e identificação de quem está sendo impactado.

E por se tratar de um processo artesanal num mundo que pede mais velocidade a cada dia, tem que ser muito bem planejado, afim de conseguir viabilizar e otimizar o tempo investido.

### **Como as técnicas, geralmente utilizadas por artistas, podem contribuir para o aprimoramento do design?**

Não sei afirmar se é um aprimoramento do design, mas vejo uma revalorização de técnicas que há um tempo



estavam esquecidas ou desvalorizadas. O que, a meu ver, só têm a acrescentar aos projetos.

Como exemplo, pude participar de uma campanha publicitária para a agência Santa Clara, que ganhou Ouro em design no WAVE Festival, no Rio de Janeiro, em que eu fiz um Lettering com xilogravura.

E em muitos casos tenho visto Filetiado Portenho, Caligrafia, Escultura, Origami, kirigami, entre outros, sendo usados com certa frequência e grande importância em muitos trabalhos.

**Qual a diferença entre arte e design para você? Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?**

Certa vez eu comentei: preciso terminar essa arte para o cliente. Um designer ao meu lado ouviu e comentou: 'João Paulo, isso não é arte, é design'. Dei completa razão, pois realmente estava mais para design. Mas com o costume de usar esse termo tão complexo na publicidade, muitos o falam sem perceber. Assim eu respondi pra ele: 'Mas o nome da nossa função, registrada na carteira, é direção de arte...e agora?' Acredito que as coisas estão se mesclando e formando elementos terceiros, uma fusão da arte com o design. Um se apropria do outro para fins comerciais, mas que no fundo, só tem a melhorar.



Processo de criação de suas peças em Taticle Design  
Fotos: divulgação





## Márcio Brant

Márcio Brant é Diretor Artístico, Mestre em Trilha Sonora pela Escola de Belas Artes da UFMG, Professor de Identidade Sonora para Grandes Marcas na PUC Minas e Diretor Artístico e especialista em Music Business. Ele utiliza a música como ferramenta estratégica para a aproximação de empresas e clientes, explorando todo o potencial que o som pode alcançar na vida das pessoas.

### Como é o processo de unir música e design para conceber novas estratégias de marketing para as empresas?

O som é usado como ferramenta para se construir o que chamamos de identidade sonora das marcas. Através dos pilares da construção da marca, bem como os valores pelos quais a empresa e marca se constroem, a identidade sonora será como a marca será ouvida no mercado. Tanto música, quanto efeitos sonoros e a voz fazem parte desta malha sonora ao qual a marca se rende, e dessa forma, o som utiliza os mesmos pilares que o design utiliza para criação da marca.

### Quando surgiu a ideia de criar playlists exclusivas para as empresas? Qual a importância de despertar a emoção dos clientes?

O ponto de venda (PDV) é o local mais poderoso que a marca possui para encantar seu cliente e, apesar disso, seu poder não é entendido por grande parte dos empresários. Não se valoriza o esforço para se levar um cliente potencial dentro da sua empresa. O local deve ser acolhedor e encantador. Além de belas e atrativas gôndolas, vendedores competentes, e uma linda vitrine, esquecemos que, ao receber nosso público alvo, podemos encantá-lo com o que é ouvido dentro do ponto de venda. É nesse momento que as playlists são tão essenciais. Por que não colocar para o meu público o que ele gosta de ouvir? Ou mesmo, por que não utilizar essa rádio como um espaço de informações institucionais ou até mesmo comerciais? Ao invés disso, diversos empresários ou renegam esta ferramenta, ou mesmo colocam sons aleatórios, que não obedecem aos princípios do branding que transmitem ao meu público alvo a essência da marca.



Filme: Joana



Filme: Revertere ad locum tuum

Márcio Brant criou as trilhas de diversos filmes





Websérie: Apocalipze



Websérie: Nascido Morto

O pesquisador Jakob Lusensky deixa claro em seu livro "Sounds Like Branding" que "o design interno no ponto de venda é tão importante quanto o design sonoro que é aplicado no mesmo". Isso demonstra a preocupação e força dessa ferramenta nos dias atuais. Os clientes mineiros têm atentado, aos poucos, para a importância do som dentro das suas empresas. Mas dados importantes tal como: o som errado diminui em 28% as vendas, ou até mesmo a existência de vários fatores, como o volume do som, o posicionamento das caixas e até mesmo a ordem das músicas ao longo do dia, mostram que esta ferramenta deve ser entendida de forma muito específica e profissional. Não se trata de apenas colocar um simples CD na caixa de som da empresa. Colocar o som certo dentro da empresa aproximará seu cliente da sua marca, aumentará o tempo de permanência na sua loja e, principalmente, colocará seu público em sintonia com sua marca.

**Como é o processo de construção dessas estratégias para cada empresa?**

O processo de construção baseia-se nos pilares da marca e no público que se quer atingir. Ser tradicional ou moderna reflete diretamente na música que será ouvida, ao mesmo tempo que, dependendo do público, a rádio deve soar como uma simples paisagem sonora ou como um real clima musical. A música tem o poder de aumentar a adrenalina e fazer o cliente permanecer na loja pelo atrativo musical, mas também tem o poder de relaxar e fazer o cliente permanecer pela calma. Por isso a leitura exata de quem se deseja atingir e o que essa marca comunica

ao mercado são diretamente proporcionais à playlist construída.

**Como a música pode contribuir para o aprimoramento do design? Como o design pode ser incorporado em peças musicais? Como se dá essa relação em seu trabalho?**

A música está diretamente ligada ao design. Ao conectarmos design e som estamos lidando com a criação de um projeto que envolva a música como ferramenta. O design pode ser relacionado à música em diferentes frentes. Com relação ao desenho, podemos ligá-lo à música minimalista do início do século XX, no momento em que a partitura musical foi subvertida ao formato cartesiano e novas formas de leitura musical foram feitas, interpretados por alguns teóricos como uma forma talvez mais criativa. Podemos também fazer uma relação do design como projeto e pensarmos na relação música - design quando criamos uma rádio interna de loja, ou mesmo uma instalação de fotos com música. Dessa forma, entendemos como um projeto maior entre as duas linguagens e criamos um projeto de design sonoro. Nos trabalhos que desenvolvo entendo de forma conjunta o design e o som.

**O que significa design sonoro para você?**

Design Sonoro é a criação de um projeto que utiliza o som como ferramenta, seja música, efeito sonoros ou voz. É aplicar o som em um projeto de design, seja interativo, como um site ou game, seja cinemático, como vinhetas e filmes, seja performático, como teatro e dança, ou estático, como instalações.



## Scope Design Che-Chen, Kuo

A Scope Design é um estúdio tailandês responsável pela criação de uma coleção de mobiliário única que utiliza materiais naturais, principalmente o bambu. O foco do estúdio está na criação de peças funcionais que reinterpretem a arte tradicional asiática com ênfase na habilidade tailandesa. A última coleção foi apresentada na Semana de Designers de Taiwan 2013, exibidas na Semana de Design de Milão e no museu La Triennale di Milano.

O projeto Tu Tu, Flow, desenhado por Cheng-Tsung Feng e Kao-Ming Chen, é uma cadeira de praia de bambu. É leve, arejada, conceitual e feita por uma combinação de habilidade manual (na forma da tecelagem do bambu) e máquinas (para a produção industrial). É uma peça para ser única e, ao mesmo tempo, de fácil produção em massa. Commemorating Dailiness foi criada pelos designers Che-Chen Kuo e Pei-Tse Chen.

### Como a arte pode contribuir e inspirar o design na criação de produtos, peças ou projetos diferenciados?

No processo do aprendizado em design de produto, a parte mais importante é a aquisição de pensamentos artísticos. O que a arte me ensina é pensar o design como a maneira que interpretamos a arte. A linguagem da arte pode inspirar trabalhos artísticos com muito mais significado e discussão. Quando o design começa a usar a sintaxe da arte, os significados dos trabalhos de design, que são comunicados, não estarão limitados apenas na bela forma ou em mensagens para as funções, mas serão estendidos para problemas exclusivos. Produzir muito mais comunicação e discussão.

**Você considera necessário separar os limites entre design e arte. Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?**

DESIGN&ARTE

DESIGN&ARTE



Fotos: divulgação







No mundo contemporâneo, a arte e o design arte algumas vezes são diferentes, mas, na maioria das vezes, eles se sobrepõem. Eu acho que não é fácil separar os dois, porque ambas as áreas estão sendo redefinidas todos os dias (só coisas passadas podem ser definidas). As duas áreas são dinâmicas, por isso acho que não há uma fronteira visível que poderia separá-las.

Eu acredito que a arte avantgarde está em posição avançada na busca de novas visões e experiências. É a aplicação da nova filosofia que se mantém a frente do fluxo principal. Design não é tão intenso e está mais perto de nossa vida cotidiana. O design criativo se apoia na inspiração para resolver problemas da vida diária, mas um design significativo se baseia na introspecção sobre a existência.

**Como foi o processo de desenvolvimento de produtos a partir de elementos tradicionais da cultura oriental? Como este processo de**



**reinterpretação da beleza oriental pode se transformar em coleções sofisticadas com um design contemporâneo?**

No início do projeto "Comemorando Dailiness" eu tinha vários alvos. A meta mais importante era usar a forma contemporânea para redefinir o artesanato e o material tradicional. Eu atingi a meta de duas maneiras.

1. para colocar em prática: Este é um novo design experimental que experimenta novas técnicas e novas aplicações de materiais.
2. de ser significativo: Eu baseio meus pontos de vista na cultura onde eu cresci e na realização da história.

Eu acho que esse trabalho é contemporâneo porque eu desconstruo a sintaxe tradicional e construo outra, com um ponto de vista contemporâneo. É uma pragmática contemporânea.

**Como você vê a arte no desenvolvimento de projetos e produtos corporativos para a indústria? Você acha que há alguma barreira para a aceitação, por parte da indústria, de produtos artísticos que serão produzidos em larga escala?**

Talvez exista alguma barreira quando os produtos artísticos são produzidos em larga escala. Designers tentam experimentar algo novo para despertar a atenção das pessoas através da visão. Novas visões trazem novos pensamentos e que podem produzir valores estéticos, como obras de arte finas. Experimentar algo novo significa a construção do incomum ou algo que vai contra a viabilidade da fabricação imediatista. A contemporaneidade proporciona novos modelos comerciais desse tipo de projeto artístico que se aproxima de peças únicas de arte.

Alguns desenhos artísticos ainda são aplicáveis à produção em massa.



## Sergio Savoi

Sergio cria peças que são verdadeiras esculturas. Ele começou suas criações despretensiosamente, fazendo peças para os amigos, além de ter criado todo o mobiliário de sua casa. Suas peças se tornaram a cada dia mais requisitadas, até que, em 2009, ele decidiu abandonar a profissão de engenheiro metalurgista para se especializar em design. Sergio se formou pela Escola Politécnica de Design de Milão e, ao retornar ao Brasil, abriu seu próprio estúdio. Criou as coleções Tokos, Cirque e Origin que foram destaque na Bienal de Design 2012, em Belo Horizonte. Na linha Cirque, Savoi criou mobiliários inspirados nos movimentos do Cirque Du Soleil. A plasticidade de movimentos, com curvas que representam as formas da natureza, fazem dos móveis verdadeiras obras de arte. Seus trabalhos seguem o conceito da exclusividade pela especificidade da madeira e do aço usados, o que não permite a produção de uma peça exatamente igual a outra.

### Como surgiu a ideia de desenvolver um trabalho inspirado no Cirque du Soleil?

Em meados dos anos de 1990 fiz uma viagem aos EUA, Las Vegas, e ali assisti ao espetáculo "O", no hotel Bellagio. Naquele dia a minha biblioteca visual e emocional recebeu a maior bagagem de toda a sua história, um volume imenso de informação. Desde então, me transformei em um forte admirador dos espetáculos do Soleil. Após o curso de design em Milão, já de volta a Belo Horizonte, resolvi criar uma coleção de mobiliário. Quando percebi estava resgatando aquela "matéria virtual" em minha biblioteca e a transformando em sketchings de peças.

### Quais foram os principais detalhes da performance da trupe que te inspiraram a desenvolver um mobiliário?

Há quinze anos, quando me casei, antes mesmo de decidir seguir a carreira de designer, resolvi desenhar alguns móveis para minha casa.

Dentre eles uma base em aço para a mesa de jantar. Busquei muitas inspirações e naquele dia me lembrei de um catálogo de borboletas de um parque que havia visitado na Califórnia (EUA). Escolhi uma mariposa chamada Luna



Fotos: Ludmila Loureiro



Moth e transformei sua silhueta em peças cortadas que, posteriormente, foram soldadas.

Esta experiência de criação no design serviu de base para a coleção Cirque. Eu imaginei várias posições dos artistas do Solei associadas às peças de mobiliário. O que mais me encanta nessas posições e que me leva a selecioná-las é o desafio à estabilidade, o efeito do desequilíbrio.

A beleza dos corpos modelados em posições inimagináveis em nossa realidade cotidiana causa um efeito emocional muito forte. A harmonia dos movimentos em sintonia com a melodia do espetáculo me encanta profundamente. A força e o equilíbrio contornado pelas roupas e luzes coloridas, com todas aquelas expressões, me leva a uma viagem muito distante.

#### **Como foi possível representar a sinuosidade dos movimentos do Cirque du Soleil?**

Hoje temos recursos que há alguns anos não imaginávamos existir algum dia. Mas não foram eles que utilizei para realizar a transformação do projeto em peça. As imagens congeladas dos artistas do circo foram selecionadas uma a uma por várias de suas características, tais como: estabilidade, sinuosidade, tamanho, desafio a gravidade, suavidade e beleza. A partir daí, transpõe-se do papel para a dimensão real da peça e então prototipamos. Muitas vezes é necessário utilizar um modelo real, como o próprio corpo, para obter medidas, checar proporções e assim alcançar um resultado que me agrade.

Fotos: Ludmila Loureiro



#### **Porque suas peças podem ser consideradas esculturas?**

Esculpir é levar a superação à matéria, é a iluminação de uma ideia. Modelar ou entalhar até se obter uma forma em um material qualquer é o princípio da escultura. Eu penso que quando esta forma esculpida desperta uma sensação, ela pode ser considerada uma escultura.

#### **Como a arte tem contribuído no desenvolvimento de seus trabalhos na área do design?**

Confesso que depois que comecei a trabalhar com design tenho ficado muito interessado em qualquer tipo de manifestação artística. Os elementos artísticos são muito ricos e a transformação deles para serem aproveitados no design é muito desafiador. Eu amo desafios, logo me tornei um caçador de arte. Recentemente criei uma base de mesa que leva quatro telas pintadas a óleo que revisitam obras do Mark Rothko que escolhi a dedo. Acabou se tornando uma obra de arte, pois a reprodução dos quadros torna a peça única.

Tenho sido procurado por artistas plásticos para desenvolver trabalhos juntos. Como o design pode ser muito contributivo para a propagação da arte, acredito que no mundo moderno muito pode ser avançado no sentido de integrar as duas áreas. A tecnologia e seu contínuo avanço pode trazer muita realidade para o design que usa a arte como elemento criativo e de composição.





## Ronaldo Fraga

Em março deste ano, Ronaldo Fraga foi considerado um dos sete estilistas mais inovadores do mundo pelo Museu de Design de Londres. A coleção "Carne Seca", destaque na São Paulo Fashion Week de 2014, chama a atenção pela sua pesquisa com materiais que relaciona o vestuário à elementos da caatinga. Nascido em Minas Gerais e graduado em estilismo pela Universidade Federal de Minas Gerais, estudou em Nova York, onde cursou a Parson's School com a bolsa que recebeu por ter vencido um concurso da empresa Têxtil Santista. Em 1996, participou do Phytoervas Fashion, em São Paulo. Em 1997, ganhou o prêmio de estilista revelação. Logo em seguida lançou sua marca própria.

Ronaldo Fraga se destaca entre os estilistas brasileiros por criar uma moda e desfiles que valorizam a capacidade crítica e a cultura brasileira. Um exemplo foi a exposição sobre o Rio São Francisco, realizada em 2012, onde o estilista apresentou seu vestuário criado a partir da memória dos ribeirinhos, além de vídeos e outros dispositivos que apresentaram a riqueza da cultura dos povos banhados pelo rio da integração nacional.

### Quando e por que surgiu a ideia de criar uma moda e desfiles que valorizam a cultura brasileira?

Eu ganhei um concurso nos anos de 1990. Foi a minha oportunidade de olhar o Brasil de fora. Fiquei dois anos em Nova Iorque e quatro em Londres e durante esse período tudo o que eu via eu perguntava por que o Brasil não podia fazer. Escola japonesa, escola belga de moda, por que não uma escola brasileira de moda? Nessas escolas, tanto na japonesa quanto na belga, existe uma vanguarda misturada com a tradição e com a própria história. Isso foi o que me pegou. Se o Brasil pode ser original e criar um caminho próprio é com a apropriação cultural.

### Como a moda pode influenciar e transformar a cultura brasileira?

A moda pode transformar e valorizar a cultura brasileira como a arquitetura, a gastronomia, a música, apropriando dessa cultura local e projetando para outros lugares e terrenos específicos. Eu nunca tive a preocupação de fazer uma moda brasileira. Eu faço uma moda que tem como inspiração a cultura brasileira. Isso é diferente. O próprio Brasil ainda não enxerga a cultura do seu país. O design brasileiro, em sua



Imagens da coleção de verão 2015 chamada de "O caderno secreto de Cândido Portinari". A Coleção foi apresentada no São Paulo Fashion Week





maioria, enxerga a cultura do Brasil como algo para ser escondido debaixo do tapete.

**Como é o seu processo de trabalho? Como você transfere**

**sua pesquisa artística para os croquis?**

É difícil falar. Cada objeto pesquisado me leva por caminhos diferentes. Eu procuro temas que me levam para caminhos que eu nunca fui antes, que eu nunca tenha pisado e que cobram de mim uma outra forma de fazer velhas coisas. Esse caminho, por si só, é um processo criativo. Comigo é a mesma coisa: aquilo que eu leio, aquilo que me emociona, aquilo que fica decodificado em escrita. Essa escrita são os croquis. Meu caderno de desenho tem muita importância nesse processo inteiro, porque quanto mais rico esse caderno for de registros gráficos, mais ele vai me ajudar no desenvolvimento das coleções.

**Como você relaciona diferentes territórios afetivos em seu trabalho?**

Aquilo que marca uma pessoa, um tempo, tem uma relação íntima com a memória. Isso que você chama de afeto eu chamo de memória. E quando eu busco um design humanizado e afetivo, estou procurando um design com memória. E isso é importante em tempos desmemoriados, principalmente no Brasil, onde as pessoas mudam de marca e de grafia e não dão um tempo pras marcas amadurecerem. Outra forma são registros os gráficos que, com a cor, com a forma e com o desenho tragam cheiro, calor, beijo, afago. Esse é o grande desafio em tempos desmemoriados e desumanizados como esses.

Você considera necessário separar os limites entre arte e design? Como você percebe a relação entre as duas áreas na contemporaneidade?

Esses limites já foram rompidos há milhões de anos. Cada vez mais, em momentos em que as pessoas podem ser tudo ao mesmo tempo, o que a gente vê é artista gráfico que resolve cantar e virar músico, o cozinheiro que faz arte com a comida. Esse caráter interdisciplinar é extremamente importante porque oxigena tanto um lado como o outro. O conceito de arte se expandiu e é complexo conceituar o que é arte e o que não é. Hoje é muito mais importante você entender aquilo que é cultura do que aquilo que é arte. A arte hoje move um mercado gigantesco. A moda está para ser entendida como um vetor cultural poderosíssimo, como a arquitetura, a gastronomia, o design etc. O mundo chamado desenvolvido já tem a prática de novos vetores de cultura em diálogo estreito com a arte.

**Como foi a experiência de trabalhar a memória e a riqueza cultural do Rio São Francisco? Como foi possível transformar essa riqueza em sensibilidades vestíveis?**

O Rio São Francisco faz referência a muita coisa. É um projeto que ficou maior do que imaginávamos e deixou de ser a exposição do Ronaldo Fraga. Eu não queria que fosse uma exposição só de moda. Foi a primeira exposição que colocou diferentes vetores tomando como inspiração o mesmo ponto, o Rio. Você tinha música, arte popular, arquitetura pela cenografia e a moda falando da inspiração do rio que mais desperta o afeto dos brasileiros. Um rio que explica a formação cultural brasileira, porque passa por cinco estados, o rio da unidade nacional, o rio que muito da história do Brasil é entendido por ele. Minha relação afetiva vem daí. Meu pai amava o rio e as histórias que eles contavam. Falar desse rio é falar do lado bom e cobrar uma postura política pelo estado crítico em que ele se encontra.

E então, é  
arte ou design?

conclusão

O processo de criação das pinturas de Gilberto Mauro. Uma das obras será a capa de seu novo disco

Marc Gobé (2010), em seu último livro publicado no Brasil, faz a seguinte afirmação: "design é jazz". Para ele, o bom design, assim como o jazz, incorpora o espírito colaborativo, a intuição, a inovação e o risco ao processo criativo. O design, para ser inovador, deve ser provocador, mexer com a emoção. Mas não é isso o que a arte faz?

Na sociedade hipermoderna, sentimo-nos atordoados pelo excesso de informação. Excesso de imagens, de apelos à compra, a novos comportamentos. A arte, como bem nos apontaram os artistas entrevistados, vem trazer zonas de respiro para o homem. Seja pela contemplação de uma obra, pela fruição de um filme, pela sensação de felicidade trazida por uma boa música. Mas, também, ao adquirir um produto que acenda nossa emoção. Nesse sentido, as duas áreas cada vez mais se misturam e se hibridizam.

Na visão de Lipovetsky "o momento contemporâneo tem como característica fundamental a ruína das utopias e o esvaziamento dos mitos, do ponto de vista da edificação do porvir" (LIPOVETSKY, 2007, pág.9). Portanto, o que almejamos e consumimos tem a ver com o espírito desse nosso tempo. Quando o design se aproxima da arte, resgata desta o caráter de inconformismo e parte do seu papel transgressor. Assim pensam a maioria dos designers entrevistados, como afirmam os coreanos do Scope Design "o que a arte me ensina é pensar o design como a maneira que interpretamos a arte".

E a arte, ao incorporar as técnicas e a forma de pensar do design, realiza o caminho, não oposto, mas complementar. A constante evolução dos processos, técnicas e materiais utilizados por designers na fabricação dos artefatos representa uma gama infinita de novas possibilidades para o artista. Dessa forma o jornal se transforma em escultura;papelão em bancos;cheiros e sabores em música.

A junção dos dois domínios promove para o espectador, usuário, consumidor experiências até então nunca imaginadas. Para John Maeda, presidente da Escola de Design de Rhode Island (EUA), "a arte e o design estão preparados para transformar a economia do século XXI tanto quanto a ciência e a tecnologia o fizeram no século passado".

A mudança na velocidade da percepção promovida pelos veículos de comunicação de massa e o acesso a incontáveis plataformas de dados possibilitado pela internet

reconfigurou nossa forma de ver o mundo e de nos relacionar com as coisas. Talvez, essa mistura que acreditamos ser um processo de democratização ao acesso às artes e à informação seja um dos elementos mais fortes no desaparecimento das fronteiras entre arte e design.

Tomemos como exemplo o Cirque du Soleil. O acesso às apresentações de seus espetáculos transcende o contato face a face e espalha-se por todos os continentes, seja pelos inúmeros dvds, comprados lícita ou pirateados, seja disponibilizados em dezenas de vídeos no youtube. A arte, antes restrita aos privilegiados, quebra esse estigma e pela tecnologia propicia outras formas de fruição de seus produtos.

'Entretenimento é efêmero porque só vive na imaginação dos espectadores'. Isso inspira o Cirque du Soleil a sempre inventar e inspirar seu público. [...] A forte cultura do Cirque du Soleil é perfeitamente integrada ao seu produto e à sua paixão, uma visão perfeitamente articulada e executada. (GOBÉ, 2010, pág.176.).

Essa mistura do produto com a paixão pela criação une designers e artistas. A emoção é o ponto fundamental para que as obras funcionem. O design não se constitui como uma forma de cultura, mas como expressão cultural que vem se mesclando aos nossos comportamentos e modos de ver o mundo. Hoje é cada vez mais difícil separar o design de nossas ações, pois o incorporamos e moldamos nossa percepção aos seus produtos e valores neles embutidos. Muito além da construção de artefatos, o design no século XX passou a ser parte da cultura. Movimentos culturais se

constituem a partir de representações gráficas pelas quais o design é responsável. A pop art, o movimento hippie, o punk. O design acompanha de perto e promove a desmaterialização dos consumos e da cultura.

Assim como o design, a arte neste século é feita para ser consumida também em escala massiva. Aqui nos reportamos novamente a Walter Benjamin, que apontava que, se mudam as massas, muda sua forma de fruição. A possibilidade de criar um filme, fazer fotografias, divulgar sua música ou seus pensamentos online, faz com que o estatuto das artes também se modifique e tenda a se democratizar.

Seja pela arte efêmera, que é criada em jornais e que desaparecerá na manhã seguinte, ou na criação de peças únicas, o homem junto às ferramentas tecnológicas vem criando uma nova história a partir dos seus dispositivos e artefatos. Buscando a permanência na memória ou a fugacidade do momento, a arte encontra-se hoje intimamente ligada à tecnologia e, de forma intrínseca, ao design.

Ao longo de todo o processo de concepção do livro, na pesquisa, nas entrevistas com os artistas, designers, designers-artistas, a questão foi se tornando mais complexa para nós. Afinal, esses são domínios que se separam? Às vezes. São domínios que se intercalam? Talvez. São domínios que andam juntos? Quase sempre. Como avisamos no início da obra, nossa ideia jamais foi responder tal questão, mas abrir espaço para que surjam muitas outras perguntas e visões acerca do tema. Esperamos ter conseguido isso.



## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BAZZO, Gabriela. John Maeda: Designers e artistas serão os líderes da

Inovação. Folha de São Paulo: Especial - Designers e artistas serão os líderes da inovação - 03/11/2013. Consultado em 08/05/2014.

BRIKMAN, Lola. A linguagem do movimento corporal. São Paulo: Summus, 1989.

CANCLINI, Néstor Garcia. Consumidores e cidadãos. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1999.

\_\_\_\_\_. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 1999.

CARLOS, Ana Fani A. A cidade. São Paulo: Contexto, 1992.

CASADEI, Eliza Bachega. Maurice Halbwachs e Marc Bloch em torno do conceito de memória coletiva. IN: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/9678/5607>. Consultado em 29/03/2014.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

\_\_\_\_\_. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

CRANE, Diana. A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac, 2006.

## REFERÊNCIAS

DENSER, Márcia; MARANI, Márcia. Alexandre Wollner: a referência do design no Brasil. <http://www.centrocultural.sp.gov.br/linha/idart%205/dpointment.htm> . Consultado em 13/05/2014.

DAMÁSIO, ANTÓNIO R. O Erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano. Tradução Dora Vicente e Georgina Segurado. São Paulo. Companhia das Letras, 2010.

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

GOMES, Paulo César da Costa. A condição urbana. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

GUPTA, Akhil ; FERGUSON, James. Mais além da “cultura”: espaço, identidade e política da diferença. In: ARANTES, Antonio A. (org.). O espaço da diferença. Campinas: Papirus, 2000. p. 30-50.

HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Vértice, 1994.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

MAFFESOLI, Michel. Elogio da razão sensível. Petrópolis: Vozes, 1998.

MARCONDES FILHO, Ciro. Espaço, território, espaço virtual. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). Pensar-pulsar: cultura comunicacional, tecnologias, velocidade. São Paulo: NTC, 1996. p. 143-174.

MARSHALL, Francisco. Epistemologias históricas do colecionismo. IN: Episteme, Por-

## REFERÊNCIAS

to Alegre, n.20, p.13-23, jan./jun. 2005.

MORIN, Edgar. O cinema ou o homem imaginário. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. V.1.

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.

OSBORNE, Harold. Estética e teoria da arte. São Paulo: Cultrix, 1970.

PAYTRESS, Mark. Estilo Bowie. São Paulo: Madras, 2011.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. IN: [http://reviravoltadesign.com/080929\\_raiaviva/info/wp-gz/wp\\_content/uploads/2006/12/memoria\\_e\\_identidade\\_social.pdf](http://reviravoltadesign.com/080929_raiaviva/info/wp-gz/wp_content/uploads/2006/12/memoria_e_identidade_social.pdf). Consultado em 28/03/2014.

REYNOLDS, Simon. Retromania: pop culture's addiction to its own past. New York: Faber and Faber Inc., 2011.

ROUSSO, Henry. A memória não é mais o que era. IN: FERREIRA, Marieta de Moraes e AMADO, Janaína. Usos e Abusos da História Oral. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

SANTOS, Milton & SILVEIRA, Maria Laura. O Brasil: território e sociedade no século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

## REFERÊNCIAS

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2002.

\_\_\_\_\_. Espaço-tempo na metrópole. São Paulo: Contexto, 2001.

SILVA, Tomas Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 73-102.

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. Ideologia e cultura moderna. Petrópolis: Vozes, 2002.

VERGUEIRO, Waldomiro. A trajetória de Frank Miller. In: [http://omelete.uol.com.br/quadrinhos/a-trajetoria-de-frank-miller/#VDw\\_B\\_k7um4](http://omelete.uol.com.br/quadrinhos/a-trajetoria-de-frank-miller/#VDw_B_k7um4) . Consultado em 05/05/2014.

WILLIAMS, Raymond. Palavras-chave. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teoria e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 7-72.

WEINGER, Harry et al. James Brown - star time. New York: Polygram, 1991.



Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-99802-1-6



7 88500 801136



Patrocínio

Realização



Ministério da  
Cultura

