

IMPACTOS SOCIOCULTURAIS, ESPAÇOS URBANOS E *DESIGN*

SILVEIRA, Isabel Orestes; Doutora; Universidade Presbiteriana Mackenzie; São Paulo; Brasil
isasilveira@mackenzie.br

RESUMO

A cidade pode ser percebida como espaço contraditório em que participam a desordem, as tensões, os conflitos, as carências, o subversivo e os problemas sociais; mas também os elementos lúdicos, as efervescências culturais, as heterogeneidades, os processos dinâmicos que se renovam, mesclam e se envolvem. Entendemos que a cidade pode ser compreendida no encontro de histórias múltiplas do cotidiano, em que a situação humana se faz pela força criadora apesar das mais duras condições. Esta pesquisa se propõe a refletir acerca do *design* vernacular presente nas manifestações populares, destacando o fato de que a cidade pode ser o espaço urbano ativo e ativador do processo de criação.

Palavras-chaves: *Design* vernacular; espaço urbano; desigualdades.

ABSTRACT

The city can be perceived as a contradictory space in which disorder, tensions, conflicts, needs, subversiveness, and social problems take place as well as elements of entertainment, cultural effervescence, heterogeneities and dynamic processes that renew, merge and involve themselves. We believe that the city can be understood in the gathering of multiple stories of day to day life, where the human situation is the creative force despite tougher conditions. This research aims to reflect on this vernacular design present in the demonstrations of the people, remarking the fact that the city can be an active urban space and a starter of the creative process.

Keywords: Vernacular design; urban space; inequalities.

RESUMEN

La ciudad puede percibirse como un espacio contradictorio del cual participan el desorden, las tensiones, los conflictos, las carencias, lo subversivo y los problemas sociales junto con los elementos lúdicos, las efervescencias culturales, las heterogeneidades, los procesos dinámicos que se renuevan, se mezclan y se interrelacionan. Entendemos que la ciudad puede comprenderse como el encuentro de múltiples historias del cotidiano, en el que la situación humana es construída por la fuerza creadora a pesar de las peores condiciones. Esta investigación se propone reflexionar sobre el *design* vernacular que está presente en las manifestaciones populares, destacando el hecho de que la ciudad puede ser el espacio urbano activo y activador del proceso de creación.

Palabras claves: *design* vernácular, espacio urbano, desigualdades.

IMPACTOS SOCIOCULTURAIS, ESPAÇOS URBANOS E *DESIGN*

INTRODUÇÃO

Ao refletirmos acerca dos impactos socioculturais e espaços urbanos, não temos a ambição de tratar de toda a complexidade que envolve tais fenômenos. A análise do perfil urbano, *lócus* onde tantas necessidades emergem, demandaria buscar a interpretação dos processos econômicos, socioculturais e históricos, o que tornaria inviável nesta investigação. Esta pesquisa nasce do esforço e da curiosidade mais modesta que opta por refletir os paradoxos existentes no interior das grandes cidades. Interessa-nos pensar o espaço urbano como polo de contraste. Lugar que aflora todos os tipos de trabalho, mas que necessariamente não favorece acesso de trabalho a todos.

Destacamos o espaço urbano como local de racionalidade técnica, científica, industrial e de grande produtividade, mas também espaço que contém aglomerações mescladas de humano. Lugar de mobilidade de pessoas em trânsito que resulta na adição de comportamentos diferentes em que pulsam vitalidade. Espaço em que se presencia a sobrevivência criativa que indica a multiplicidades dos fenômenos sociais.

São inúmeros os problemas urbanos causados pelos modelos socioeconômicos impostos, que vão desde habitação, saúde, educação, lazer, segurança, má remuneração, falta de emprego, sem contar com as desigualdades de acesso aos bens e serviços da cidade. Essa abrangência dos fenômenos sociais que é percebida no espaço urbano aponta para a cidade como sendo um dos textos da cultura que pode ser percebida, lida e apreendida em sua microlinguagem. Ferrara (2007, p. 19) completa: “a cidade, enquanto texto não-verbal é uma fonte informacional rica em estímulos criados por uma forma industrial de vida e de percepção”.

A cidade, então, pode ser percebida como espaço contraditório em que participam a desordem, as tensões, os conflitos, as carências, o subversivo e os problemas sociais; mas

também os elementos lúdicos, as efervescências culturais, as heterogeneidades, os processos dinâmicos que se renovam, mesclam e se envolvem.



Figura 1: *Design vernacular* – Carrinho para coleta de lixo. Fonte: Disponível em: <http://radamesm.files.wordpress.com/2009/02/carrinho-lixo.jpg>. Acesso em: 23 jun. 2009.

Aquilo que é tecido no âmbito das culturas urbanas não pode ser lido isoladamente. Pinheiro (2004) descreve sobre as diferentes culturas que “abrigam no seu interior um número maior e crescente de culturas”. Estas estão sempre “propensas a aumentar sua capacidade de tradução e a acelerar a imbricação entre códigos, textos, séries e sistemas, afinar a complexidade estrutural, a sintaxe combinatória das intersemioses”. O autor prossegue seu raciocínio alertando sobre a necessidade de se traduzir os diferentes textos da cultura de maneira a “passar pelas histórias dos processos tradutórios que envolvem a cultura do cotidiano”, e sobre isso diz:

Não podemos, portanto, perder de vista, ao analisarmos os textos e os ambientes midiático-culturais, essa necessária vinculação síncrono-diacrônica entre o ideário contemporâneo das cidades e uma propensão para a assimilação do heterogêneo inscrita de modo germinativo nos processos micro e macroestruturais. Desdobram-se, aquém das obras “individuais”, situações multi-informacionais de bairro a bairro, com as mais complexas permutas entre códigos, linguagens e séries, a partir de uma habilidade e oportunidade sintáticas dadas pelo caráter mestiço, migrante e externo-solar destas sociedades, muito difíceis de serem descritas.

Entendemos, então, que a cidade deve ser lida como espaço propício para uma mobilidade de mosaicos em trânsito; pode ser compreendida no encontro de histórias múltiplas do cotidiano, onde a situação humana se faz pela força criadora apesar das mais duras condições. Nesse sentido, os índices referenciais da cidade podem gerar nos usuários uma

fértil possibilidade de incorporação material do alheio, uma rica exploração e consequente relação de identificação social com ela.



Figura 2: *Design* vernacular – vendedor de amendoim no Rio de Janeiro. Fonte: Disponível em: <<http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://www.palmalouca.com.br>>. Acesso em: 26 jun. 2009.

Na cidade encontramos os produtos degradados, os objetos da sociedade de consumo, elementos, às vezes, totalmente inusitados, que colaboram para a criação da arte popular ou do *design* vernacular¹, como também do *design* erudito. O que resulta é produto cultural.

¹ Por *design* vernacular pode-se compreender qualquer produto desenvolvido para uma necessidade, ou a partir de um hábito cultural.



Figura 3: *Design* vernacular: vendedor de café (Salvador/Bahia). Fonte: Disponível em: <http://designanderson.files.wordpress.com/2009/03/81117558carrinho_cafe1.jpg>. Acesso em: 23 jun. 2009.

1. *DESIGN* E PROLIFERAÇÃO DOS OBJETOS

Antes da instituição dos primeiros cursos de *design* no Brasil, já existia uma prática voltada para a produção em série no país. Santos (1995) aponta para o nome de alguns dos pioneiros junto ao móvel brasileiro e destaca figuras como Joaquim Tenreiro (1906-1992), Zanine Caldas (1919-2001), Geraldo de Barros (1923-1998), Michel Arnoult (1922-2005) e Sergio Rodrigues (1927), dentre outros.



Figura 4: Cadeira de três pernas de Joaquim Tenreiro, e poltrona Vronka, de Sergio Rodrigues. Fonte: Disponível em: <<http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://revistacasaejardim.globo.com>>. Acesso em: 23 jun. 2009.

O ensino oficial de Desenho Industrial surge em 1963, com a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI, 1993, p.7) com sede no Rio de Janeiro. Todavia, devemos ressaltar as iniciativas que foram implementadas em 1951 no Instituto de Arte Contemporânea (IAC), idealizado pelo Prof. Pietro Maria Bardi junto com Lina Bo Bardi, na área do ensino do Desenho Industrial, conforme nos informa Moraes (2006, p. 29).

A partir da segunda metade dos anos 1990, pouco a pouco se evidencia a presença de novas energias particularmente brasileira em *design* plural, e hoje cada vez mais o *design* tem diante de si o desafio do pensamento contestador, múltiplo e abrangente, que adote a própria diversidade como símbolo do seu pensamento e percurso evolutivo. Há que caminhar para um processo de ruptura com paradigmas lineares, e programados; regulares e previsíveis. Nesse sentido, Moraes (2006, p. 192) é bastante otimista:

[...] o design brasileiro começa a se distanciar da prática de mimese e das referências provenientes do exterior e apontar (fruto, na verdade, do seu percurso e do seu amadurecimento) em direção a uma referência própria como modelo possível. Começa, então, a partir dos anos oitenta, a surgir, através do multiculturalismo e mestiçagem local, novas referências projetuais que, de forma correta, coloca em evidência e reflete a vasta gama de elementos da cultura híbrida e das nuances do nosso próprio país.

Moraes (2006, p. 189) dirige nosso olhar para um, *design* que agrega a área de produtos e serviços e ressalta o exemplo da urna eletrônica, projetada e desenvolvida com *design* totalmente brasileiro e que se tornou referência para outros países. Banzi (apud MORAES, 2006, p. 16) destaca o fato de outros *designers* emergirem no cenário nacional. São eles: Edith Diesendruck, Fabio Alves de Souza, Fabíola Bergamo, Pedro Useche, Fernando Jaeger, Ângela Carvalho, Guinter Palchark e Dijon de Moraes.

Apesar de esses protagonistas citados permitirem o abraço da fragmentação e acolherem os elementos lúdicos das coisas, podemos perceber que eles não se desapegam, de todo, dos conceitos racionalistas da metodologia do *design* europeu, mesmo quando os resultados de seus *designs* se deem de maneira mais livre, mais expressiva e espontânea.

Os modelos preestabelecidos de pensamento dos países centrais mais industrializados disseminam modos de comportamento, modos de consumo, e se impõem como modelos de excelência a serem seguidos em todas as esferas sociais. Nisso incluímos as referências projetuais disseminadas no âmbito local. Em outras palavras: nossa cultura de *design* como

arte de construir objetos foi sendo importada e os modelos para sua didática e referência para o seu *design* são provenientes das escolas alemãs, italianas e suíças. As teorias da Escola de *Ulm*, que surge depois da *Bauhaus* (1919-1933) que foi primeiro dirigida por *Max Bill* (1946-1955) e depois com *Maldonato* (1956-1968), foram aplicadas no âmbito brasileiro ao se adotar estruturas uniformes, equilibradas e lineares. O modelo da Escola de *Ulm*, marcado por ideias racionalistas e funcionalistas, propunha algumas regras rígidas, como: estratégia do método, eficiência, ordem, além da ênfase no projeto cujo enfoque deveria ser o aspecto funcional.

Tal modelo rejeita o espírito lúdico, o carnavalesco, o que é festivo, o sacro e o profano. Opõem-se ao contexto barroco brasileiro com seus excessos, estranhezas, exuberâncias e desmesuras. São avessas a ingenuidades, utopias, ao riso, ao erótico, ao tolerante, à cultura popular, às dramaticidades das paisagens e toda efervescência e contradição implícita no texto da cultura brasileira. Segundo Gruzinski (2001, p. 61) “é a presença do aleatório e da incerteza que confere às mestiçagens seu caráter impalpável e paralisa nossos esforços de compreensão”. Toda indeterminação, toda imprevisibilidade, toda essa multiplicidade criativa cujo ambiente trasborda energia foi, ou ainda é, incompreendida e vista pelos racionalistas europeus como efeito de atrasos nos processos das transformações industriais brasileiras.

Melo (2003, p. 24) reconhece que depois da década de 1990 no cenário brasileiro, “*Ulm* não ocupa mais a mesma posição”, e prossegue:

[...] o que não quer dizer que trabalhos baseados em suas premissas não continuem a ser feitos. Continuam, e continuaram por um bom tempo, pela simples razão de que muitas delas permanecerem válidas. Em determinados contextos, nada cai melhor do que uma boa dose de espírito *Ulmiano*.

Queremos reforçar que nisso reside nosso *design*, em aproveitar-se do estrangeiro, em devorar o estranho, o que é do outro, e mesclar tendências.

Personalidades interessantes como os irmãos e *designers* Fernando e Humberto Campana ilustram a realidade. Ambos se interessam pelos materiais e objetos recolhidos das lojas e mercados das regiões centrais da cidade de São Paulo para desenvolver seus projetos. A experiência que propõem não é inédita, pois no campo da criação artística nós já presenciamos obras de arte que nascem dos objetos transformados do contexto industrial

para serem transmutados como objetos de arte. Mas destacamos o fato de que a cidade passa a ser tratada por eles como local para ser desfrutado, local que compreende e abarca o gosto popular.



Figura 5: Poltrona Sushi (2002), criada pelos brasileiros Fernando e Humberto Campana e produzida pela empresa italiana Edra. Fonte: Disponível em: <http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://www.fashionbubbles.com/wp-content/uploads/2009/03/sushi-armchair-irmaos-campana26/06/09>>. Acesso em: 26 jun. 2009.

No contexto urbano, podemos então perceber inúmeras manifestações populares, e Moraes (2006, p. 185) destaca outros exemplos de manifestação cultural, como o carnaval e o trio elétrico. O primeiro valoriza o *design* ou a figura do carnavalesco, que se responsabiliza pela imagem projetada nas escolas de samba das avenidas; o segundo emociona ao unir tecnologia e cultura local. Estas manifestações apontadas promovem a proliferação de indícios e sinais provocando experiências diversas no espaço urbano.

Nossa reflexão aponta para o fato de que hoje não cabe mais para a área do *design* uma rigidez metodológica em virtude do nosso contexto sociocultural ser diverso, múltiplo e plural. Portanto, a capacidade de adequar-se a novos paradigmas, de gerir a complexidade adaptando-se a mudanças torna-se fator determinante para os futuros *designers*.

Nesse sentido, vale observar as manifestações populares em que percebemos a recusa de um continuísmo e de um civilismo bem comportado. “Arte popular é o que mais longe está daquilo que se costuma chamar ARTE pela ARTE. A arte popular, neste sentido, é o que

mais perto está da necessidade de cada dia, não alienação, possibilidades em todos os sentidos” (BARDI, 1994, p. 25).

Nas cidades do país, encontramos variadas formas da arte popular expressas na proliferação dos objetos: são flores coloridas e artificiais, colchas de retalhos, instrumentos musicais, cerâmicas utilitárias, carrancas, esteiras, redes, painéis de barro, brinquedos, entalhes em madeira, teares, para citarmos apenas alguns. Encontramos objetos feitos dos materiais diversos e até do que não é aproveitado nas indústrias: metais, madeira, palha, refugo, couro, pedras, restos de tecidos, latas, caixas, jornais. Na arte popular, percebemos uma dignidade estética que é justa reconhecer e valorizar, que se torna visível em virtude do excesso da cultura e não da ausência dela.

Não poderíamos deixar de mencionar os problemas ligados à realidade do cotidiano da cidade que abarcam o degradado e o resto; que transformam as ruas e os espaços das metrópoles num verdadeiro depósito de produtos descartados. Nesse ambiente, as sobras são reapropriadas e ganham um novo uso. O cenário se transforma, sendo ocupado por papelão, plásticos, jornais, e nesse caso denunciemos essa violência que está na produção da prática social. Denunciamos essa dura realidade que faz o ser humano sobreviver da única matéria-prima que dispõe: o lixo. “E isso afirma a capacidade humana do *apesar de*. Não justifica a pobreza, a incapacidade ou impossibilidade de trabalho socialmente necessário” (MOTA 1970, p. 59).

Além desses que mantêm com a cidade uma relação escassa, apontamos a população de baixa renda, que aproveitam a cultura material que encontram na metrópole paulista para reinterpretar e reciclar. Referimo-nos ao *design* vernacular que se caracteriza pelo aproveitamento do que foi descartado para pôr em circulação num novo processo, os objetos confeccionados de forma artesanal.

Esse fenômeno foi pesquisado por Valese (2007, p. 11), que investigou se os artefatos de origem popular na cidade de São Paulo poderiam, ou não, ser entendidos como *design* popular sob a hipótese de que a confecção deles “envolve planejamento, configuração, intenção e propósito, com o objetivo de atender a uma necessidade imediata, seja um indivíduo ou comunidade”. Valese (2007, p. 88) considera o produtor do *design* vernacular: “o vendedor ambulante, que manipula e produz o artefato”, buscando alternativas de sobrevivência “já que são pessoas que foram excluídas do mercado de trabalho formal”.

No *design* vernacular da cidade de São Paulo incluímos as churrasqueiras feitas com máquinas de lavar, carrinhos de milho verde, de frutas, carroça de coleta de papel, amolador de facas, lata de amendoim e tantos outros confeccionados de forma inusitada, os quais apontam para a criatividade como um processo de auto-organização e a cidade como espaço ativo e ativador desse processo.

Pudemos considerar a força comunicável dos objetos na medida em que são eles que provocam a força criadora do homem, os quais designam sentido ao mundo. E é nos processos de comunicabilidade que os objetos se fazem parceiros do sujeito pelo uso e significação desses. Nesse caso, em especial, apontamos para o *design* como área que objetiva o desenvolvimento de produtos.

2. CONCLUSÃO

O percurso do *design* brasileiro se dá num caminho complexo na prática social, que não possui uma configuração definida. Apontamos o *design* vernacular como veículo de sentido, sem desconsiderar as questões e dificuldades relacionadas ao *design* brasileiro que envolve questões como desempenho, funcionamento, custo, produção, comercialização, mercado, qualidade e estética, dentre outros.

Obviamente, outros fatores poderiam ser apontados nessa reflexão acerca do *design* brasileiro; todavia, interessou-nos a expansão do diálogo sobre o *design* que pode ser mais bem absorvido pela aculturação mestiça e libertos dos ditames estrangeiros do “como se fazer *design*”.

Enfatizamos a importância do contato com diversas culturas e saberes, os quais permitem a troca mútua e o intercâmbio entre o popular e o erudito, entre a economia formal e a informal. Dessa forma, o *design* erudito e o *design* vernacular incorporam modos de produção advindos de ambas as práticas e sinalizam para as características plurais e mestiças, da própria cultura. Nesse contexto, o processo criativo é afetado por fatores ambientais, econômicos, sociais, e por valores culturais. O ato criativo se manifesta no toque, na escolha dos materiais, na busca, na ação, no desejo, no reinventar, nas ideias e

nas soluções inusitadas, especialmente no continente latino-americano cuja “disposição semiótica da paisagem, rearticula a natureza à cultura” (PINHEIRO, 1987, p. 3).

Nosso diálogo sobre design, portanto, não se esgota e não se fecha; ao contrário, abre-se, projeta-se, desdobra-se, para que possam ser retomados em novos e criativos sentidos, em outros saberes e contágios.

REFERÊNCIAS

BANZI, Andrea. Prefácio. In: MORAES, Dijon de. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006. p. 16.

BARDI, Lina Bo. **Tempos de grossura: O design no impasse**. Pontos sobre o Brasil. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1994.

ESDI - ESCOLA SUPERIOR DE DESENHO INDUSTRIAL. **Consequências de uma ideia. Catálogo comemorativo dos trinta anos da Escola Superior de Desenho Industrial_ESDI**. Rio de Janeiro: ESDI, 1993.

FERRARA, Lucrécia D’Aléssio. **Leitura sem palavra**. 5ª ed. São Paulo: Ática, 2007.

GRUZINSKI, Serge. **O pensamento mestiço**. Trad. De Rosa Freire d’Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MELO, Chico homem de. Aloísio, design de sinais. In: LEITE, João de Souza; TABORDA, Felipe. (Org. Dir. Arte) **A herança do olhar: o design de Aloísio Magalhães**. Rio de Janeiro: Artviva Produção Cultural, 2003. p. 150-6.

MORAES, Dijon De. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

MOTA, Flávio. A arte e a vida urbana no Brasil (1970) In: BARDI, Lina Bo. **Tempos de grossura: O design no impasse**. Pontos sobre o Brasil. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1994.

PINHEIRO, Amálio. Por entre mídias e artes, a cultura. **Ghrebh** Revista Digital do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, São Paulo, v. 6, Número 6, Novembro de 2004. Disponível em: <http://revista.cisc.org.br/ghrebh6/artigos/06amalio.htm>. Acesso em: 5 jun. 2008.

PINHEIRO, Amálio. *Transductor do Signo Poético* (1987). In: GUARÍGLIA, Maria Virgília. *Insaltos Tradutórios: Amálio Pinheiro Transductor do Signo Poético* - Dissertação de mestrado apresentada no programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade de São Paulo - PUC/SP. São Paulo, 1996.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. **Móvel moderno no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel; Edusp, 1995.

VALESE, Adriana. **Design vernacular urbano: a produção de artefatos populares em São Paulo como estratégia de comunicação e inserção social**. São Paulo: PUC/SP, 2001.

Dissertação (Mestrado). Pós-Graduação em Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2007.