

# Design e cultura no Brasil: reflexões para o fortalecimento de um produto nacional

Ana Dias

## 1. Introdução

As reflexões levantadas sobre design estão – ou deveriam estar – fortemente amparadas na análise de como se deu a instauração do campo em cada país, sociedade ou grupo que se pretende estudar. Discutir e entender o design brasileiro é, portanto, voltar às raízes de um modelo alemão, incorporado em um país de contexto cultural, social e econômico bastante distinto daquele germânico. “Esses laços estreitos com Ulm e seus princípios funcionalistas apartaram o design brasileiro das raízes culturais do país, que foram consideradas irrelevantes e vistas como símbolo de regressão que precisava ser abandonado a fim de assegurar para a nação um lugar na cena internacional.” (Borges apud ANASTASSAKIS, 2014) Ainda que desde o início do ensino do design no Brasil tenham se manifestado grupos preocupados com os rumos da atividade no país – e como figura essencial a estas discussões temos o designer e articulador de políticas culturais Aloisio Magalhães –, a prática voltada para um diálogo com a comunidade de usuários, considerando seus hábitos e costumes, é frequentemente esquecida. Pesquisadora e professora da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI)<sup>1</sup>, Zoy Anastassakis afirma que as peculiaridades da sociedade brasileira – incluindo-se aí seus modos de produção e consumo – e a desigualdade social latente no país não foram, quando da estruturação do design no Brasil, incorporadas à atividade projetiva, que se mostrou inadequada ao contexto nacional (ANASTASSAKIS, 2014, p.8).

Inegavelmente, desde a criação da ESDI em 1962, inaugurando o ensino do design no Brasil, o campo foi se fortalecendo – em meio a aceitação e recusas do tal modelo ulmiano – através da ação de designers e pensadores do design, cientes da necessidade de se trabalhar na busca de um produto próprio da cultura nacional para o crescimento do país.

É neste cenário, entre espera e esperança, que o design no Brasil se estabelece, ganha espaço e desenvolve-se. Justamente no conflito e tensão entre a realidade local e as referências provenientes do exterior, entre os ideais dos protagonistas oriundos dos países mais industrializados e as aspirações dos atores protagonistas locais. Estes últimos, dotados de grande sentimento de determinação, apostavam justamente no futuro industrial do Brasil e na indispensável presença da atividade de design como partícipe no desenvolvimento da cultura material dentro do processo de modernidade nacional. É interessante notar que o design é instituído e entendido como um projeto de futuro, exatamente como se via e se vê o próprio Brasil: como o país do futuro (Moraes apud ANASTASSAKIS, 2014, p.7)

---

1

Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

No entanto, inegavelmente também, apesar dos inúmeros avanços, por vezes, o que se vê é um design ainda imaturo, inseguro da sua potencialidade e força. Um design que não caminha de mãos dadas com a cultura; que não vê nas múltiplas e riquíssimas técnicas do fazer de um povo autodidata – que, carente do auxílio do Estado, vai construir sua própria moradia e tirar da matéria-prima local seu sustento – uma metodologia de projeto que muito poderia lhe valer. Até quando?

## 2. O Brasil e seus desenvolvimentos

Conhecedor e admirador das técnicas artesanais pré-industriais de Pernambuco, sua terra natal, e de todo o Brasil, Aloisio Magalhães traçou a luta árdua pela sobrevivência da cultura nacional. Em entrevista ao jornal O Globo, em 1977, sobre a criação do Centro Nacional de Referência Cultural – portanto, já formalmente um articulador de políticas culturais – Aloisio vai dizer:

Não é sem razão que, depois de 15 anos de trabalho como designer no Brasil, eu tenha me voltado para o projeto do CNRC, que considero projeto de design. Pois se conseguirmos detectar, ao longo do espaço brasileiro, as atividades artesanais e influir nelas, estaremos criando um design novo, o design brasileiro. Estamos condenados a absorver, bem ou mal, o design dos países mais avançados. Mas um investimento de base no fazer brasileiro poderá alterar muita coisa no universo supersofisticado que importamos. (Magalhães apud SOUZA LEITE, 2014, p.89)

Para Aloisio, pelo contexto do Brasil ser mais diversificado que os países economicamente desenvolvidos, só chegaremos a um produto com identidade nacional se os designers brasileiros adotarem uma atitude metadesign e paradesign. A primeira, refere-se ao entendimento do contexto social no sentido amplo, “envolvendo todas as atividades que dizem respeito a uma planificação global, a grandes estruturas ou a estabelecimentos de infraestrutura.” A segunda, “se baseia na identificação, no reconhecimento de formas de fazer e atuar de um grupo social, criando alternativas tecnológicas e econômicas, além de contribuir para a afirmação de uma cultura nacional.” (op. cit, p.79)

No Brasil, os grupos sociais são diversos e peculiares. Constata-se que, quando entram em cena para atender a tantas demandas, os designers brasileiros muitas vezes não se mostram capazes de dominar as linguagens subjetivas de cada um destes grupos. Falta-lhes, portanto, a atitude paradesign, isto é, a verificação dos modos de fazer e das formas de produção e consumo específicos. Faltando-lhes também assim, a compreensão das bagagens socio-culturais e econômicas destes indivíduos com os quais se vai trabalhar. Uma vez que não são estudados os

verdadeiros problemas, as soluções apropriadas perdem-se num emaranhado de incertezas. A prática segue, assim, apoiando-se em métodos universais, importados de outros modelos, que não se encaixam em nossa realidade. Segundo Aloisio, nos falta entendimento da riqueza local, estímulo para exploração metódica e estudo. “Temos que evitar que, por falta de compreensão, desperdicemos o que temos na busca de algo que nem sempre nos desenvolve, nem nos interessa.” (op. cit, p.97)

O cidadão brasileiro vive em constante invenção e reinvenção de sua forma de sobrevivência, sua relação com o espaço urbano, com as matérias-primas locais. São manifestações próprias de uma sociedade em desenvolvimento que, na falta de uma estrutura socio-econômica sólida e agregadora, impõe ao cidadão de se arranjar por si só. Este vai, portanto, utilizar-se dos recursos encontrados em seu próprio habitat e mostra-se, assim, surpreendentemente inovador. É desta riqueza local que Aloisio Magalhães fala e que se evidencia quando compara a gigante São Paulo, que produz pneumáticos, à Triunfo, pequena cidade pernambucana que faz latas de lixo de pneus velhos. “De um lado, a produção estimulada. Do outro, a inteligência de se inventar um objeto.” Aloisio se pergunta, então, o que seria o desenvolvimento. “É continuarmos encorajando megalópoles, como São Paulo, ou é repensarmos, buscando outros Triunfos, com possibilidades mais amplas?” (op. cit, p.95)

O Brasil segue na busca incansável pelo avanço tecnológico do país, esperançoso de uma participação não mais coadjuvante na economia mundial. Nesta saga, pequenas regiões brasileiras de valor histórico e cultural vão sendo soterradas pelas grandes indústrias. Foi o caso, de Salgema, próximo a Maceió, que recebeu, em 1974, uma indústria de cloro cuja tecnologia exigia técnicas desconhecidas pela mão-de-obra local. “A população de Salgema já percebeu que não se beneficiará. Pelo contrário, seus componentes passarão a cidadãos de segunda classe na terra onde antes eram reis, de coroa de lata que fosse.” (SCHILLER apud SOUZA LEITE, 2014, p.96) “Aloisio propõe que no futuro próximo, ao contrário do momento atual em que só a produção inicial é estimulada, aumenta-se o estímulo à invenção do objeto, à tecnologia local nascida da necessidade de sobrevivência (op. cit., p.94).

Olhar para trás, no sentido de se observar como se deram estes diferentes desenvolvimentos de uma mesma nação, nos auxilia na reflexão sobre quais caminhos tomar e no entendimento de que o design pode atuar na diminuição desta marginalização das populações locais, rebaixadas em detrimento da importação de tecnologias estrangeiras para o “avanço” das cidades.

A previsão ou a antevisão da trajetória de uma cultura é diretamente proporcional à amplitude e profundidade de recuo no tempo, do conhecimento e da consciência do passado histórico. Da mesma maneira como, por analogia, uma pedra vai mais longe na medida em que a borracha do bodoque é suficientemente forte e flexível para suportar uma grande tensão, diametralmente oposta ao objeto de sua direção. (MAGALHÃES apud ANASTASSAKIS, 2014)

### 3. Design brasileiro: projeto ou programa?

Buscar outros Triunfos ainda não se mostrou ser tarefa central do design brasileiro, já que este mantém-se alimentando tal estabelecimento de indústrias estrangeiras que sequer usam os recursos locais, tampouco introduzem a população em seus novos processos produtivos. Na maioria das vezes, nem mesmo os próprios designers aproximam-se dos modos de produção destas indústrias; também não procuram fugir de modelos operacionais prontos, *default*, que de maneira alguma conduzem às melhores soluções para os peculiares problemas brasileiros.

Ao afirmar que o design passa por uma grande crise, o historiador e teórico da arte Giulio Carlo Argan fala de uma “divergência crescente entre programação e projeto”, este último ligado diretamente ao processo histórico, quando a programação “apresenta-se como a superação da história enquanto princípio de ordem da existência social” (ARGAN, 1984, p.251). O diálogo entre passado e futuro e nosso domínio sobre as escolhas e decisões a serem tomadas, próprios do projeto, estariam dando lugar à prática calculada e mecânica da programação. “O mundo moderno tende a deixar de ser um mundo de objetos e sujeitos, de coisas pensadas e pessoas pensantes. O mundo de amanhã poderia não ser mais um mundo de projetistas, mas um mundo de programados.” (op. cit, p.252).

Apagar da sociedade toda a forma de existência histórica, como faz a programação da qual Argan fala, caminha em sentido contrário a uma concepção de design preocupada com o desenvolvimento das sociedades a partir do estudo de suas origens.

Você tem um país que, ao longo do processo histórico, desenvolveu uma cultura nova, frágil ainda, a partir principalmente do amálgama das raças étnicas do português, do índio e do negro. Então, se é alterado de repente o ritmo deste processo pela necessidade do desenvolvimento econômico, você deveria também aplicar, ao mesmo tempo, uma série de medicamentos para que os bens naturais não sejam danificados. Exige-se, no caso, reflexão e cuidados. (MAGALHÃES apud SOUZA LEITE, 2014, p.105)

Num mundo de programados, anulam-se os valores do indivíduo, apagam-se suas habilidades de manuseio das matérias-primas locais, ignora-se sua relação estabelecida com o território urbano ou rural. Num mundo de programados, há exploração “sem aplicação dos medicamentos”.

Em contraste, o mundo de projetistas lida com sujeito e subjetividade, utiliza a razão de forma diferente daquela apequenada, vista no racionalismo de Ulm. Busca-se, sobretudo, a contextualização cultural. Anastassakis afirma ser justamente esta busca que tem levado, conseqüentemente, a uma discussão sobre o que seria, ou deveria ser, o design brasileiro.

A busca por uma identidade nacional do design brasileiro, ontem e hoje, parece estar relacionada à tentativa de construção de um novo *modus operandi* que viabilize (conceitualmente, e para aquela comunidade de pensamento) a prática da sua própria atividade profissional em um contexto como o brasileiro, na segunda metade do século XX. Por isso, talvez ganhe vulto a discussão em torno dos modos de produção artesanal e industrial em relação à prática do design. (ANASTASSAKIS, 2014, p.20)

#### 4. Projetando por e para sujeitos

Autor de duras críticas ao movimento moderno que se deu na Europa e nos Estados Unidos, o filósofo e escritor Marshal Berman denuncia que *“o homem moderno como sujeito – como um ser vivente capaz de resposta, julgamento e ação sobre o mundo – desapareceu.”* (BERMAN, 1982, p.27) No que diz respeito ao design destes países, a prática no modernismo foi conduzida no sentido de empoderar os profissionais do campo alçando-os a ditadores da forma perfeita, responsáveis por elevar os humores e as perspectivas da população.

Ainda que o movimento moderno brasileiro tenha mostrado múltiplas manifestações – “os modernismos, no Brasil, foram muitos”, basta ver que “a vertente racionalista e universalista de

Max Bill e Tomás Maldonado se confrontava com a vertente tropicalista de Rogério-Caos-Duarte.” (SZANIECKI, 2012, p.176), há de se levantar a hipótese de que algum endeusamento da profissão, que alavanca o projetista a um patamar superior – não claramente exposto, mas presente naquele modelo alemão<sup>2</sup> – tenha ecoado aqui.

Designers e usuários são sujeitos, tem vivências únicas, agem de acordo com seus próprios repertórios. As escolhas e tomadas de decisão do designer delineiam-se a partir da organização do problema, o qual se constrói sob o enquadramento específico dado por este designer. O usuário, por sua vez, tem também sua bagagem, está inserido em um mundo próprio constituído por relações singulares com pessoas, coisas e artefatos. É, portanto, o elemento da subjetividade que tem de reger o projeto de design. Conforme o historiador do design Rafael Cardoso,

não existem receitas formais capazes de equacionar os desafios da atualidade (...) Uma das grandes vantagens de reconhecer a complexidade do mundo é compreender que todas as partes são interligadas. Sendo assim, as ações de cada um juntam-se às ações de outros para formar movimentos que estão além da capacidade individual de qualquer uma das partes. (CARDOSO, 2012, p.41-42)

Ao ser premiado, em 1964, pelo símbolo desenvolvido para o quarto centenário da cidade do Rio de Janeiro e contestado pela abstração do desenho, que poderia não ser “captado” pelas classes populares, Aloisio Magalhães afirma que “foi pensando no povo, na enorme gama de grupos sociais que compõem a Cidade de São Sebastião, que este símbolo foi concebido”. De fato, passada a polêmica e lançada a solução de Aloisio, os cariocas se apropriaram do símbolo comemorativo, reproduzindo-o de várias formas – dos chamados “burro sem rabo” ao desenho a giz feito na calçada –, mas nunca deixando-o perder sua forma essencial.

O uso popular do símbolo, registrado em fotografias tiradas pelo próprio Aloisio, demonstra que de fato existiu, naquele projeto de design, uma comunicação eficaz entre designer e usuário. Hoje, vemos que esta relação pode ser construída ainda durante o processo de criação, como evidenciam muitos projetos contemporâneos de co-design, cada vez mais comuns no cenário brasileiro. Ainda que Aloisio, estudioso dos hábitos e costumes do cidadão brasileiro, tenha tentado prever o uso de seu símbolo através do poder de antecipação que garante um bom projeto – e tenha, por isso, acertado –, nos anos 1960 a prática do design estava ainda confinada em escritórios, distante do processo participativo que se desenvolve pela ação conjunta entre designer e usuário.

---

2 O ensino do design na Escola de Ulm terminou por vincular-se a uma preocupação muito mais voltada à forma do objeto, e não mais ao seu significado, no contexto do uso, do usuário e do cenário em que se insere. Importantes questões, como a satisfação do usuário, acabaram não entrando em pauta no ensino de design adotado pela escola.



Como comprova a prática de Aloisio Magalhães, projetar como sujeito – e para sujeitos – se configura também como uma atitude de fortalecimento do design brasileiro, uma vez que, estreitando os laços entre designer e usuário e tornando o processo do projeto uma ação mútua entre as duas partes, ambas mentes pensantes, tem-se um produto melhor estruturado, em forma, função e significado<sup>3</sup> – um produto, enfim, com “cara” de Brasil.

## 5. Considerações finais

Pretende-se, a partir destas considerações sobre design e cultura nacional, avivar o

---

<sup>3</sup> Ao afirmar que os produtos do design devem absorver a multiplicidade do significado das coisas para os diversos usuários – desta forma, atentando para a categoria genealógica dos objetos –, Klaus Krippendorf sugere que se substitua o ditado: no lugar de “a forma segue a função” deve-se usar “a forma segue o significado”. (KRIPPENDORF, 1989, p.15)

questionamento acerca da falta de identidade do produto brasileiro como auxílio na conquista por esta fisionomia. O design brasileiro certamente terá face própria quando assimilar de vez as complexidades de seu território, de sua massa heterogênea e dos diversos grupos sociais. Enquanto não forem consideradas os contextos do país, bem como os modos de produção do povo brasileiro, pensando o artesanato frente aos avanços industriais, o design moderno continuará lidando, conforme anunciou Rafael Cardoso, “com a provocação irritante de ter que provar que também é brasileiro.” (CARDOSO apud ANASTASSAKIS, 2014, p.47)

Firmando laços fortes com a cultura nacional e alimentando um trabalho conjunto de parceria entre designer e usuário – cientes de que a criatividade não é de domínio exclusivo destes primeiros – poderemos, através do design, fazer do Brasil um protagonista na cena internacional. Afinal, como afirma Aloisio, “ou bem se compreendem as riquezas culturais, ou bem se encaminha para a destruição.” (MAGALHÃES apud SOUZA LEITE, 2014, p.97)

**Ana Dias** é doutoranda na Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Esdi/UERJ)

### **Referências bibliográficas**

ARGAN, Giulio Carlo. **História da arte como história da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1984.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

MAGALHÃES, Aloisio. O que o desenho industrial pode fazer pelo país? In: **Arcos**, Vol. I, número único. Rio: ESDI/Uerj e ContraCapa, 1998.

KRIPPENDORF, Klaus. **On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition That ‘Design Is Making Sense (Of Things)’**. In: **Design Issues, Vol. 5, número 2. The MIT Press: 1989**.

SOUZA LEITE, João. **Aloisio Magalhães**. Aventura paradoxal no design brasileiro. **Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2006**.

SOUZA LEITE, João de (org.). **Encontros: Aloisio Magalhães**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2014.

SOUZA LEITE, João de (org.). **A herança do olhar: o design de Aloisio Magalhães**. Rio de Janeiro: Artviva, 2003.

SZANIECKI, Barbara Peccei. Uma política cultural para as práticas criativas. In **Lugar Comum**,



nº35-36, pp.175-190. Rio de Janeiro, 2012.

ANASTASSAKIS. **Triunfos e Impasses**: Lina Bo Bardi, Aloisio Magalhães e o design no Brasil. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

