

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO - PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

DESIGN NO BRASIL

CONTEMPORÂNEO

CONTEXTO E FORMAS DE ATUAÇÃO ENTRE 1980 E 2010

- QUÉSIA COSTA - orientadora. Dr^a. VIRGÍNIA CAVALCANTI

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

**DESIGN NO
BRASIL**
CONTEXTO E FORMAS DE ATUAÇÃO ENTRE 1980 E 2010

QUÉSIA COSTA

ORIENTADORA
Dr^a. VIRGÍNIA CAVALCANTI

Dissertação apresentada como parte dos
requisitos para obtenção do grau de
mestre pelo Programa de Pós-Graduação
em Design da Universidade Federal de
Pernambuco.

RECIFE, 2012



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE
MESTRADO ACADÊMICO DE

QUESIA DA COSTA PEREIRA

"Design no Brasil contemporâneo: Contexto e formas de atuação entre 1980 e 2010"

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: DESIGN E ERGONOMIA

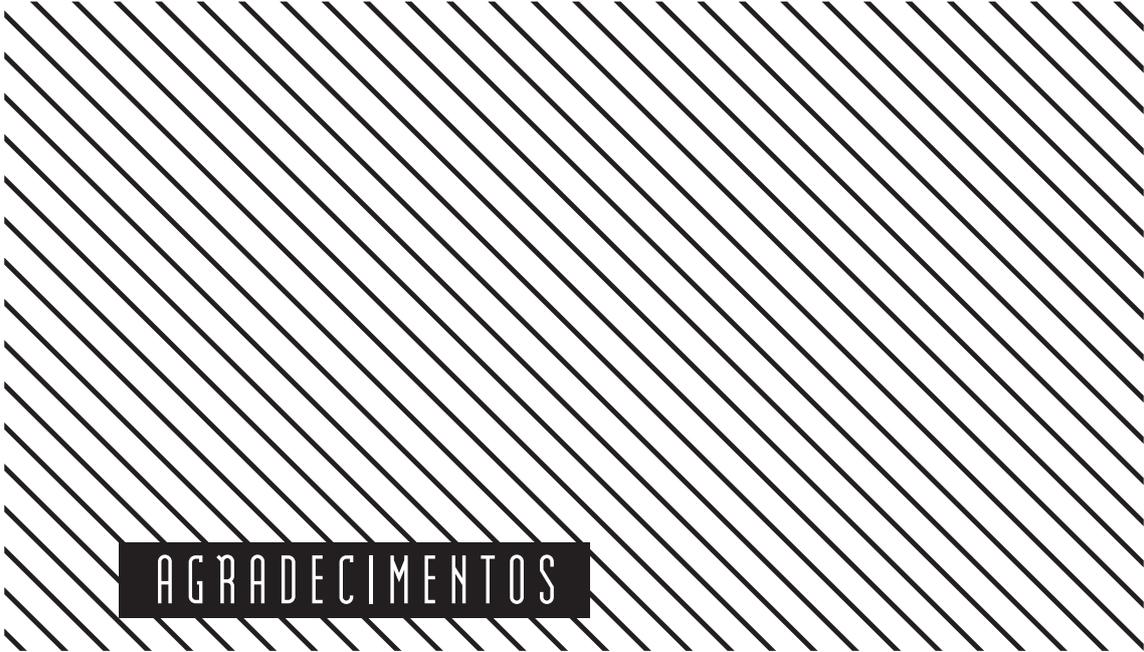
A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro,
considera o(a) candidato(a) Quesia da Costa Pereira APROVADA.

Recife, 31 de agosto de 2012.

Prof^ª. Dr^ª. Virginia Pereira Cavalcanti (UFPE)

Prof^ª. Dr^ª. Kátia Medeiros de Araújo (UFPE)

Prof^ª. Dr^ª. Celia Maria Medicis Maranhão de Queiroz Campos (UFPE)



AGRADECIMENTOS

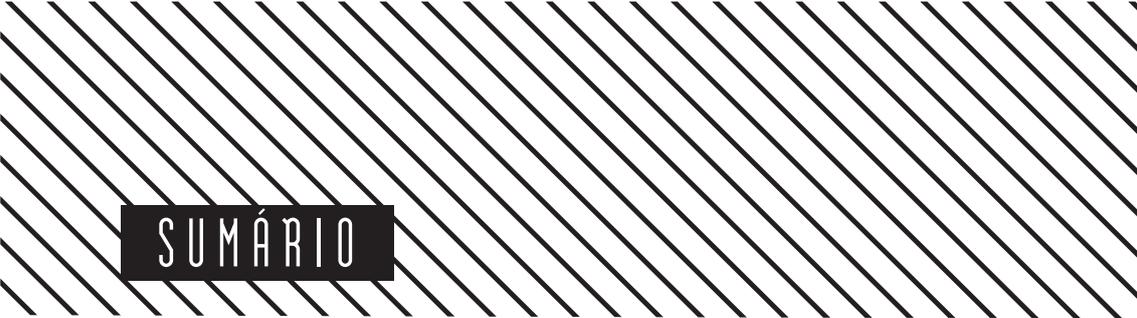
Quero agradecer a Deus pelas provisões necessárias.

Aos meus pais, Débora e Genis, e familiares, pelo apoio incondicional e constante.

Aos colegas de trabalho, pelo companheirismo e compreensão.

Aos amigos eternos, antigos e novos que não desistiram de mim, especialmente à grande amiga Ana Maria, e minha orientadora Virgínia, pela paciência dedicada, amizade, e por acreditar, a Guilherme pelo Design do documento e Julian por me manter acordada.

Obrigada nominalmente a: Adaílton, Adélia, Aléa, Anabela, Ananda, Anna, Bárbara, Belinha, Carol, Cecília, Célia, Clylton, Débora, Elaine, Erimar, Fábio, Fernanda, Fred, Gaby, Gabriela, Germannya, Hans, Heike, Jaína, José Eduardo, Josivan, Julice, Karine, Kátia, Levi, Lucyana, Marconi, Marcos, Marília, Mísia, Nádia, Sr. Nilton, Patrícia, Paula, Paulista, Rafael, Renata, Sarah, Simone, Silvio, Tércia, Thiago, Ticiano, Vânia, Vinícius, Viviane, Zélia.



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO ⁰⁸

DEFINIÇÃO DE TERMOS ¹⁵

A. Um olhar Contemporâneo sobre o Design Brasileiro ¹⁵

A.a. Moderno, Modernidade, Modernismo ¹⁶

A.b. Pós-Moderno, Pós-Modernidade, Pós-Modernismo ¹⁷

A.c. Um Olhar CONTEMPORANEO ¹⁸

B. Por que Periferia? ¹⁹

C. Do Milagre Econômico à Década Perdida. ²²

D. Sobre os Bens ²⁵

D.a. Bens de Capital [bens de produção, bens primários, bens intermediários] ²⁶

D.b. Bens de Consumo [duráveis ou não duráveis] ²⁷

PARTE 1

CAPÍTULO 1. O País Brasil. ²⁹

1.1. A formação do país e do povo, panorama geral até 1950. ³¹

1.2. Soluções brasileiras, evoluções e regressões entre 1950 e 1979. ³⁸

1.3. Momentos de inflexão e novas realidades nas décadas de 1980, 1990, até 2010. ⁴⁵

1.4. Uma pausa para 1995. ⁵⁰

CAPÍTULO 2. A Profissão Design Contextos Nacional e internacional. ⁵⁵

2.1. Internacional. ⁵⁵

2.1.1. Surgimento do Design como profissão, prática e formação. ⁵⁵

2.1.2. Formação acadêmica e a influência das escolas. ⁵⁷

2.1.3. Políticas de Design, contextualização internacional. ⁵⁹

- 2.1.4. Relação entre políticas de Design e políticas industriais. ⁶¹
- 2.2. DESIGN + BRASIL. ⁶²
 - 2.2.1. Formação em Design no país. ⁶²
 - 2.2.2. Políticas de Design no cenário brasileiro. ⁶⁸

PARTE 2

CAPÍTULO 3. Metodologia Descritiva da Pesquisa. ⁷⁴

- 3.1. Publicações | livros. ⁷⁵
- 3.2. Publicações | revistas. ⁷⁶
 - 3.2.1. ARC Design. ⁷⁷
 - 3.2.2. Design & Interiores | Projeto Design. ⁷⁸
- 3.3. Premiações. ⁷⁹
 - 3.3.1. Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira. ⁷⁹
 - 3.3.2. IF Design Awards. ⁸⁰

CAPÍTULO 4. Formas de Atuação. ⁸³

- 4.1. Designer e Produção. ⁸⁴
 - 4.1.1. Designers Artesãos, da Madeira e de Mobiliário. ⁸⁴
 - Carlos Motta ⁸⁶
 - Jader Almeida ⁸⁷
 - Zanini di Zanini ⁸⁸
 - 4.1.2. Design e Artesanato. ⁸⁹
 - Sérgio Matos ⁹²
 - Marcelo Rosenbaum ⁹³
- 4.2. Designer e Mercado. ⁹⁴
 - 4.2.1. Escritórios ⁹⁴
 - Questto | Nó ⁹⁵
 - 4.2.2. Duplas ⁹⁶
 - NCS Design Rio, Ângela Carvalho e Alexander Neumeister ⁹⁷

Ovo, Gerson Martins e Luciana Oliveira ⁹⁷

4.2.3. Empreendedorismo e Design ⁹⁹

Fernando Jaeger ⁹⁹

Imaginarium ¹⁰¹

4.2.4. Núcleos e Laboratórios ¹⁰²

Cerne, LBDI Laboratório Brasileiro de Design ¹⁰⁷

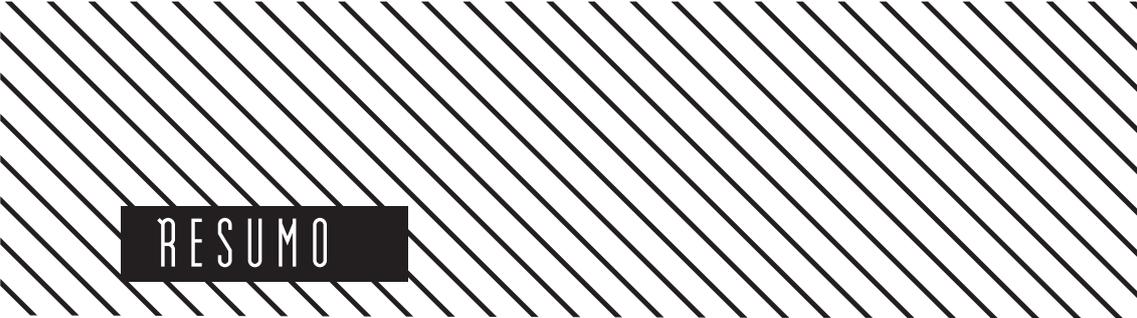
O Imaginário ¹⁰⁹

4.2.5. Projetos Experimentais ¹¹²

CONCLUSÕES ¹¹³

BIBLIOGRAFIA | REFERÊNCIAS ¹²¹

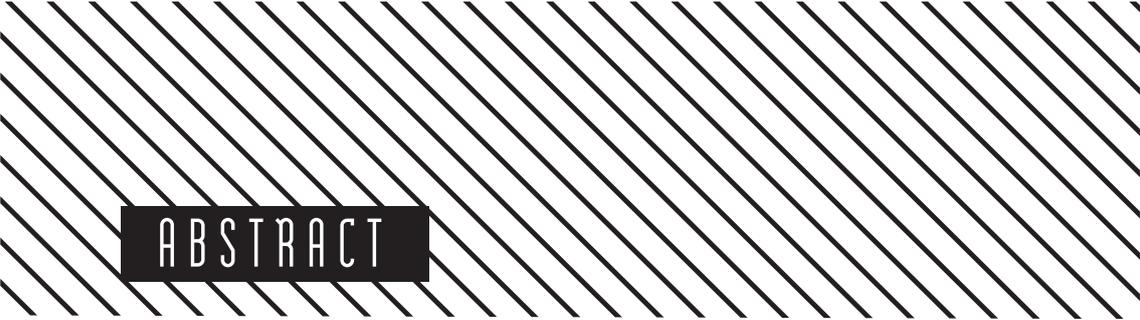
ANEXO



RESUMO

A construção e delimitação de um campo profissional de Design têm sido temas de debates desde o momento que consta como advento da profissão no século 19. Durante o século 20, a aplicação do termo tornou-se popular; entretanto seu uso frequente não representa uma clareza por parte do público geral sobre a atividade. Para traçar um panorama sobre as formas de atuação em Design no Brasil contemporâneo é imprescindível compreender o contexto de formação do mercado de Design no país. Esta pesquisa tem o objetivo de Investigar as formas de atuação profissional dos Designers no Brasil, entre 1980 e 2010. O período selecionado é consequência de duas indagações: como o Brasil conseguiu nestes 30 anos, atravessar sua década perdida e tornar-se uma das mais promissoras economias emergentes; e como esta mudança de contexto contribuiu para o mercado de Design nacional? Utilizando periódicos, premiações e publicações de referência na área, o documento cita 14 casos, entre 07 formatos, como destaques frequentes no período. Fica evidente na pesquisa, que os investimentos em Design por empresas brasileiras fortaleceram a imagem do produto nacional em ambiente interno e externo. É lamentável comprovar os danos causados à área pelo atraso dos investimentos para estruturar a formação, incentivar a integração com a indústria e estabelecer políticas específicas; entretanto, é alentador confirmar os percalços vencidos através de casos reais de sucesso.

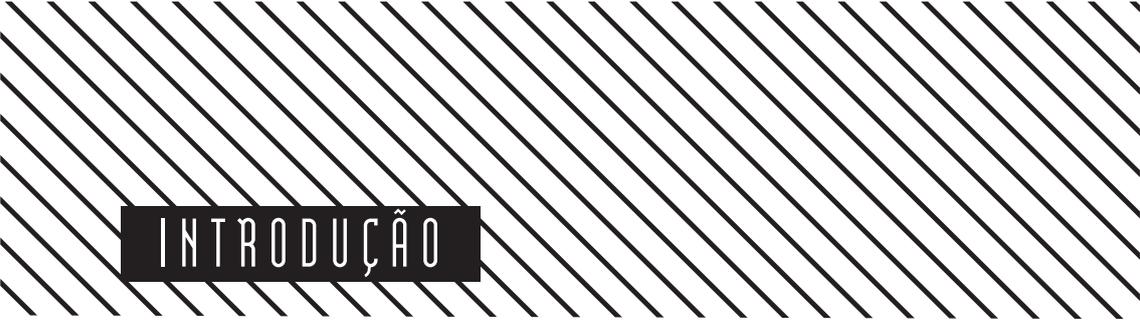
Palavras-chave: Design brasileiro, história do Brasil, mercado de atuação.



ABSTRACT

The construction and delineation of a professional field of Design have been subject of debate from the moment he appears as the advent of the profession in the 19th century. During the 20th century, the application of the term became popular; however its use is often no clarity on the part of the general public about the activity. To give an overview on how to work with Design in Contemporary Brazil is essential to understand the context of formation of Design market in the country. This research aims to investigate the forms of professional Designers in Brazil between 1980 and 2010. The selected period is the result of two questions: how Brazil achieved in these 30 years, through its Lost Decade and become one of the most promising emerging economies, and how this changing context contributed to the national Design market? Using journals, reference publications and awards in the area, the document cites 14 cases, between 07 formats, such as frequent highlights in the period. It is evident in the research, that investment in Design by brazilian companies strengthened the image of the national product in internal and external context. It is unfortunate to prove the damage caused by delays of investments to structure formation, to encourage integration with the industry and establish specific policies in the area; however, it is encouraging to confirm the setbacks overcome through real cases of success.

Keywords: Design of Brazil, Brazil's history, market action.



INTRODUÇÃO

O Design é uma atividade estratégica para as economias dos países no modelo capitalista, essa é uma constatação óbvia quando são considerados os investimentos e resultados no tocante às políticas voltadas para a indústria de bens de consumo e de capital.

Nos países de industrialização tardia, como é o caso do Brasil, há um descompasso percebido entre a implantação dos modos industriais de produção e o desenvolvimento da atividade de Design. É estabelecida, a partir dos contextos de colonização, formação política e econômica destes países, uma situação-consequência que pode ser considerada sob três aspectos abordados por Cardoso¹. O primeiro seria a abundância de projetos importados das matrizes de multinacionais para produtos que são executados e comercializados nos países periféricos. O segundo aspecto; a postura reativa das indústrias nacionais para investir em Designs próprios. E, no que diz respeito à história política e econômica nacional especificamente, o autor aponta uma “relativa falta de influência do Design como campo profissional no Brasil”. Este último fator citado tem também outros desdobramentos. Está relacionado em nível superficial à morosidade

¹ Cardoso 1994 pág. 191 e 197, conforme Bonsiepe [1997] Design: do material ao digital; e Bonsiepe [1983] A tecnologia da Tecnologia..

² “Os anos 80 têm sido rotulados de uma década perdida par ao Brasil devido, principalmente, ao fraco desempenho macroeconômico quando se considera o período como um todo.” Regis Bonelli e Elena Landau; em artigo ‘Do Ajuste Econômico à Abertura: a economia brasileira em transição para os anos 90’. Departamento de Economia da Pontifícia Universidade Católica – RJ; 1990. Disponível

continuada com relação à regulamentação da profissão no país, mas ainda, conforme o autor, diz respeito à institucionalização [inclusive nas esferas governamentais] da contratação de outros profissionais para desenvolver projetos de Design.

Mesmo quando considerada sob a ótica de um desenvolvimento diferente daquele estabelecido nos países centrais, a atividade de Design nos países periféricos gerou, na contemporaneidade, resultados expressivos e atingiu uma situação de maior autonomia com boas perspectivas de crescimento. A presença de Designers latinos em premiações europeias e norte-americanas é prova de que a capacidade de gerar inovação será inevitavelmente afetada, mas não necessariamente vitimada pelas fatalidades históricas.

Tratar sobre o estabelecimento de diferentes formas de atuação do Designer, apontando suas contribuições em níveis cultural, social e econômico, é um dos caminhos para combater a falta de conhecimento sobre este profissional. Publicar sobre casos e números do Design nacional é também uma forma de requerer o espaço institucionalizado na sociedade em suas diversas esferas. Dessa forma, é possível compreender a relevância de se apresentar um panorama da atuação profissional do Design no Brasil contemporâneo.

É então considerado o mercado de trabalho nacional, no período compreendido entre 1980 e 2010, como resultado da conjugação de variáveis históricas e econômicas, buscando, assim, um meio de romper o paradigma de apresentação do Design nacional sob a imagem cristalizada no momento inicial da implantação de indústrias e do ensino de Design no país. De igual modo, a escolha desse

período é um argumento para a contribuição da atividade quando o Brasil cruza a sua 'Década Perdida'² e atinge um momento de efervescência econômica e crescimento da indústria nacional de fato.

O campo de atuação profissional de Design nos países periféricos sofreu as consequências do modelo de desenvolvimento industrial e tecnológico das economias que figuram ainda como 'em desenvolvimento'. Bonsiepe ironiza esta situação como "uma má sorte: uma profissão em busca de uma necessidade, em lugar de uma necessidade em busca de uma profissão". [Bonsiepe, 1985, p. 66]

Acontece que estas 'necessidades em busca de profissão' foram pouco a pouco se tornando mais frequentes e de modo onipresente na realidade contemporânea. O crescimento do campo de Design nos países de industrialização tardia, como o Brasil, foi consequência da mútua ação das duas forças apresentadas prazenteiramente por Bonsiepe. Se por um lado, os pioneiros do Design nestes lugares se empenharam na construção de alicerces para a atuação do Designer, também é constatável que o investimento em Design tornou-se inevitável e premente.

Importa assinalar quais soluções para atuação profissional no Design estão em vigência no mercado nacional, ou ainda, como estes caminhos foram construídos e legitimados. Compreender a ação efetiva do profissional de Design no Brasil é um caminho para divulgar as contribuições do Design na economia nacional,

² "Os anos 80 têm sido rotulados de uma década perdida par ao Brasil devido, principalmente, ao fraco desempenho macroeconômico quando se considera o período como um todo." Regis Bonelli e Elena Landau; em artigo 'Do Ajuste Econômico à Abertura: a economia brasileira em transição para os anos 90'. Departamento de Economia da Pontifícia Universidade Católica – RJ; 1990. Disponível em [HTTP://www.econ.puc-rio.br/pdf/td254.pdf](http://www.econ.puc-rio.br/pdf/td254.pdf). Acesso em 20/09/2011.

ampliar as bases de atuação do Designer, e atualizar os modelos e currículos de ensino na área. Tecendo, assim, relações entre a expansão de mercado para o Designer com fatos de cunho político, sociocultural e econômico, revela-se como **objeto de estudo**, as formas de atuação do Designer no Brasil contemporâneo.

Objetivo Geral

Analisar as formas de atuação profissional dos Designers no Brasil, entre 1980 e 2010, considerando as mudanças ocorridas nos contextos político, sociocultural e econômico.

Objetivos Específicos

1. Identificar a influência de fatos ocorridos nos contextos político, sociocultural e econômico para o surgimento de novas formas de atuação profissional dos Designers.
2. Relacionar a construção do campo profissional com a formação em nível superior e com a constituição de políticas de Design no país;
3. Mapear as formas de atuação, identificando profissionais, empresas e produtos expoentes e/ou referência em fontes especializadas.

Traçados os objetivos, é importante considerar a natureza subjetiva da pesquisa para estabelecer uma metodologia adequada, em abordagem e procedimento. Considerando desse modo, a realidade no mercado de Design estudada com base nas mudanças ocorridas nos contextos econômico, sociocultural e político,

constata-se que a possível alteração e influência em variáveis diversas requer um modelo mais fluido para enfoque dos assuntos tratados.

A evolução não linear dos fatos que traçaram o panorama que se deseja compor torna-se uma premissa para adoção do método de abordagem dialético. Partindo assim da compreensão da dialética conforme Marconi e Lakatos [2010, p83]; “as coisas não são analisadas na qualidade de objetos fixos, mas em movimento: nenhuma coisa está ‘acabada’, encontrando-se sempre em vias de se transformar; o fim de um processo é sempre o começo de outro.” [Grifo das autoras]

O método dialético de abordagem permite a análise de fatos não estáticos inseridos numa realidade em constante mutação, como é o caso do objeto de estudo tratado. O trabalho de coleta e análise dos dados será feito conforme os métodos de procedimento histórico e comparativo. A adequação óbvia do método histórico decorre da percepção de que:

“colocando-se fenômenos, como por exemplo, as instituições, no ambiente social em que nasceram, entre as suas condições ‘concomitantes’, torna-se mais fácil a sua análise e compreensão, no que diz respeito à gênese e ao desenvolvimento, assim como às sucessivas alterações, permitindo a comparação de sociedades diferentes: o método histórico preenche os vazios dos fatos e acontecimentos, apoiando-se em um tempo, mesmo que artificialmente reconstruído, que assegura a percepção da continuidade e do entrelaçamento dos fenômenos.” [Lakatos, 2010, p.89. Grifo das autoras]

Para compor a pesquisa proposta, com base na evolução do campo de atuação e considerando mudanças e rupturas no contexto nacional, é inevitável o estabelecimento de relações por meio do método comparativo. Desse modo,

arremata-se como metodologia adotada, a abordagem dialética para consideração de formas de atuação do Design a partir da comparação travada entre momentos diferentes da evolução histórica do campo de atuação profissional no Brasil entre 1980 e 2010.

Esta dissertação está composta de uma seção pré-textual com o objetivo de contextualizar expressões adotadas no decorrer do documento, conforme o significado assumido no texto. Serão detalhados termos como: Moderno, Pós-Moderno e Contemporâneo; o uso das expressões: 'Milagre Econômico' e 'Década Perdida'; atribuídas por economistas aos anos 1970 e 1980 no Brasil. Também: Países Centrais, Países Periféricos; Industrialização Tardia; Bens de Consumo, Bens de capital e Bens de uso.

Em seguida, o conteúdo principal do documento é separado em duas outras partes, englobando, respectivamente, a fundamentação teórica e a pesquisa exploratória. Na primeira parte será feita a fundamentação teórica com base na tríade conceitual: Design – Formação – Contexto. O primeiro capítulo traz um cenário histórico com intenção de levantar elementos de influência para a formação do mercado de Design no país. O Segundo capítulo da fundamentação consta de um breve apanhado sobre o estabelecimento do Design enquanto profissão; e em sequência, sobre a formação acadêmica e as políticas de Design no Brasil.

A segunda parte do trabalho engloba dois capítulos; sendo o primeiro destinado ao detalhamento da metodologia de pesquisa com os procedimentos para coleta e seleção de dados; e o segundo capítulo, dedicado à exposição dos resultados

com as formas de atuação encontradas, traz exemplificação para cada categoria apresentada bem como as justificativas para ter sido referenciada.

É sabido que Design está presente de maneira corriqueira no cotidiano das pessoas, entretanto assume, em algumas esferas, holofotes que ofuscam a essencialidade do processo de projeto. Conhecer as formas de atuação profissional vigentes, através do estudo dos contextos e fatos que as produziram, é uma forma de enxergar o Design dos bastidores. Este trabalho é uma tentativa de apresentar um panorama das formas de atuação profissional para Designers no Brasil contemporâneo. Abordar a prática profissional como foco de análise, a partir de casos do Design brasileiro do período de 1980 até 2010, é o argumento de compreensão da realidade construída e de caminhos possíveis para a contribuição do Designer em países periféricos. De igual modo, pretende-se também clarificar como o crescimento econômico destes países pode contribuir para o desenvolvimento sadio do mercado de Design.



DEFINIÇÃO DE TERMOS

Esta seção apresenta alguns termos que serão utilizados no decorrer do documento, e que têm importância elementar para a estrutura e compreensão do texto. Apresenta sequencialmente a visão pretendida ao se adotarem os seguintes termos: Contemporâneo; Periferia; Milagre Econômico; Década Perdida; Bens de Capital e Bens de Consumo. São também feitas relações entre termos próximos, ou associados com frequência a estas expressões citadas. O conteúdo traz breves explicações utilizando autores que reforçam a ótica adotada nesta pesquisa.

A. Um olhar *Contemporâneo* sobre o Design Brasileiro

Apesar de apresentar uma visão panorâmica na evolução das formas de atuação no Design Brasileiro, há um enfoque maior em casos presentes entre as décadas de 1980, 1990 e 2000. É necessário justificar, a partir, da definição de termos como Moderno, Modernidade, Modernismo, Pós-Moderno, Pós-Modernidade e Pós-Modernismo, a escolha pela perspectiva Contemporânea aqui adotada. O comentário destes termos está baseado na leitura de um autor-base, e integração com outros quatro autores que fornecem suporte adequado ao desenvolvimento do conceito adotado para cada expressão citada.

A .a. Moderno, Modernidade, Modernismo

Se o modernismo é a fabricação, ação é o moderno?

Não, ação é a modernidade. [...]

O modernismo é o fato, a modernidade é a reflexão sobre o fato.

[Teixeira Coelho]

O pensamento Moderno é fruto de inquietações políticas e sociais surgidas no século 18. Para Coelho “o ‘projeto da modernidade’ é lançado no século 18 e firma-se ao longo do século 19 – marcado, neste, por processos como o da Revolução Industrial, de um novo pensamento sobre o social [como o de Karl Marx] e o dos passos iniciais da psicanálise, para ficar nos mais evidentes”. [2011, p.42]

O Moderno é um contexto alvo, uma nova realidade proposta que poderá tornar-se real ou não. Logo, o ‘pairar’ dessa consciência moderna sobre o pensamento e sua influência, real ou hipotética na sociedade é compreendido como a Modernidade e é localizado por muitos autores a partir da Primeira Revolução Industrial até meados do século 20. Alguns decretam seu fim com final da Segunda Guerra e a proliferação das TVs; outros preferem os acontecimentos de 1968.

Ainda Coelho afirma que “o modernismo é, antes de mais nada – embora esta palavra esteja em desuso -, um estilo. Uma linguagem, um código, um sistema ou um conjunto de signos com suas normas e unidades de significação.” O Modernismo esteve presente e foi primeiramente decretado nas artes, o uso inicial do termo é atribuído a arquitetos e críticos de arte. Engloba características

de ruptura com os padrões artísticos em vigência quando o pensamento Moderno começa a ser difundido nas sociedades.

A .b. Pós-Moderno, Pós-Modernidade, Pós-Modernismo

Os fatos citados como encerramentos para o período da Modernidade são nada mais que, fatos tomados como estopins para a pós-modernidade. Tanto Rouanet como Lipovetsky³ propõem a análise do acréscimo do prefixo 'pós' como uma ruptura, uma mudança de direção. O fim do modernismo é decretado, não a partir da finalização de um ciclo, mas resultante de um atropelamento por uma nova forma de pensar e agir mais veloz, menos política. A década de 70 pode ser vista, como um momento de transição. Lipovetsky aponta as décadas de 80 e 90 como o 'momento de instalação de um presentismo de segunda geração' e associa a globalização neoliberal e a revolução informática como os grandes movimentos que decretaram o fim do pensamento moderno.

Lima apresenta a visão de Jameson⁴, que associa sociedade e cultura vigentes relacionando que uma sociedade pós-industrial acabou por produzir uma cultura pós-moderna. Os fenômenos associados são a proliferação dos televisores, desenvolvimento do marketing e crescimento da influência de novas mídias comerciais; a globalização e as novas tecnologias de informação e comunicação. O pós-modernismo, na mesma linhagem artística, é relacionada com esses novos meios de comunicação de massa e produziu mudanças de linguagem como o

³ Respectivamente conforme Gilles Lipovetsky em 'Os tempos hipermodernos'. São Paulo: Barcarolla, 2004; e Sérgio Paulo Rouanet em 'A verdade e a ilusão do pós-moderno'. IN: _____. As Razões do Iluminismo. São Paulo: Cia. das Letras, 1999.

⁴ Raymundo de Lima, em 'Para Entender o Pós-Modernismo: notas de pesquisa'. Conforme Frederic Jameson. 'Pós-Modernismo - A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio', São Paulo: Ática, 1991.

OPTIC ou o emblemático *POP ART* de Warrol. Para Gallo⁵, o adjetivo pós-moderno confere uma caracterização de contexto, enquanto, o substantivo pós-modernidade ganha ares de um conceito, nesta base conceitual as novas formas de expressão midiática encontraram espaço e público numa sociedade consensualmente intitulada como ‘de consumo’ e ‘capitalista’.

A .c. Um Olhar CONTEMPORÂNEO

O caráter histórico do documento gerado agora necessita da clareza e da legitimidade do olhar contemporâneo. Independente da visão que se pretendia em qual momento, importa apresentar a visão que foi concretamente proposta através dos artefatos gerados nos períodos estudados. Coelho encapsula a contemporaneidade como o *momento histórico*:

“As pessoas vivem um tempo histórico e outro, ‘filosófico’, diverso. O comportamento é de um tempo, antigo por exemplo, e a representação desse comportamento – as imagens que a pessoa se faz sobre o comportamento que julga ter - é de outro, o moderno. É nessa ruptura entre o comportamento e sua representação que se instala a ideologia, e a ideologia que aumenta a brecha entre o comportamento histórico e a representação individual [ou coletiva] desse comportamento. [...] O moderno não é necessariamente contemporâneo. Nem essa é a real questão. Interessa é saber o quê é contemporâneo do quê, qual moderno é contemporâneo de qual ‘outra coisa’.” [Coelho, 2011, p.57]

O estudo que se segue, traz uma abordagem histórica das mudanças ocorridas nas formas de atuação do Design no Brasil contemporâneo. As influências dos movimentos presentes na sociedade moderna e/ou pós-moderna em questão

⁵ Silvio Gallo, conforme ‘Modernidade/pós-modernidade: tensões e repercussões na produção de conhecimento em educação’. Revista Educação e Pesquisa, São Paulo, V.32, N.3, p. 551-565, set/dez,2006.

estarão inevitavelmente tangenciando os assuntos tratados, entretanto, não receberão atenção conforme seu aspecto filosófico. Serão apenas apresentadas na forma como de fato se firmaram na conjuntura que esteja emoldurando os fatos e artefatos apresentados.

B. Por que Periferia?

O estudo do desenvolvimento do Design no Brasil entre 1980 até 2010 é um recorte, uma amostra da forma como a atividade vem se estabelecendo de modo muito específico nos países de industrialização tardia. É importante considerar que esse fenômeno não vem acontecendo de modo semelhante na China, Angola ou Guatemala. Na verdade, há uma unicidade falsamente estabelecida entre países latinos, asiáticos e africanos que encontra respaldo e contradição na história destes lugares.

O bloco de países intitulados, em alguns momentos, como **subdesenvolvidos** sofreu processos de *civilização* majoritariamente por modelo de colônias de exploração, fornecendo recursos para enriquecimento dos países colonizadores, estes assumidos comumente como *desenvolvidos*. Entretanto, em cada lugar, o modelo implantado passou por diferentes entraves e é possível perceber diferentes níveis de consequências ou respostas às explorações.

Quando Sachs aborda o início do termo 'subdesenvolvimento', estabelece o momento exato em que o conceito atrelado a esta palavra assumiu no contexto político-econômico mundial. Sem questionamento ou concordância com a data de *invenção* do termo, o texto é apresentado aqui pela ênfase que faz às consequências do uso desta nomenclatura.

“naquele dia, dois bilhões de pessoas passaram a ser subdesenvolvidas. Em um sentido muito real, daquele momento em diante, deixaram de ser o que eram antes, em toda sua diversidade, e foram transformados magicamente em uma imagem inversa da realidade alheia: uma imagem que os diminui e os envia para o fim da fila; uma imagem que simplesmente define sua identidade, uma identidade que é, na realidade, a de uma maioria heterogênea e diferente, nos termos de uma minoria homogênea e limitada.” [2000, pág. 60]

O subdesenvolvimento passa a ser tomado como um título que abarca populações com histórias diferentes, contextos diferentes, mas problemas semelhantes. E de certo modo, parece uma realidade estanque, alguns lugares tornam-se subdesenvolvidos. O ato de assumir essa verdade tira daquelas pessoas a credibilidade na luta, na busca, no crescimento. Antes, cria a ilusão de que o que está representado em sua realidade é subdesenvolvido e como tal, deve ser negado, substituído pelo que é tido como desenvolvido. O termo não será adotado no documento, ou longamente comentado.

Em linhagem semelhante, foi amplamente utilizada pela imprensa de modo geral, por muitos anos, a nomenclatura **Terceiro Mundo**; frequente no período da Guerra Fria, quando o mundo foi dividido em Primeiro, Segundo e Terceiro. O Primeiro Mundo era entendido como os países ricos e *desenvolvidos*; o Segundo, sendo o bloco de países socialistas personificados na União Soviética, e o Terceiro era o fim da fila, o fim da linha, literalmente por ser o último, poderia ser comparado ao fim do mundo. Neste lugar foram alocados os pobres do planeta.

Há algumas expressões que mantêm uma temporalidade corrente, como países de **industrialização tardia**, ou **países em desenvolvimento**. Mais recentemente,

alguns destes figuram como **novas potências**, por apresentarem indicadores crescentes, e de certo modo inesperados, em termos financeiros.

Aqui serão comumente tratados pelo termo **Periferia** como opção em preterir a condição temporal que não é constante sequer em um único país. Cardoso [2004, pág.188] reforça que “a vantagem dos termos centro e periferia reside justamente na possibilidade de pensar essa relação em três dimensões, como se discutíssemos não em um mapa.” No Brasil, Regiões e estados viveram e vivem estágios diferentes com relação à industrialização e vários índices atrelados ao desenvolvimento. Mas o Brasil, em toda a sua diversidade, é periférico em relação à Europa no que diz respeito à formação de Centros de Pesquisa em Tecnologia, por exemplo. O antagonismo entre o que é compreendido como **Periférico e Central** é um argumento constante para discernimento; entre os países de referência em Design e índices econômicos, e os países onde estes fatores ainda apresentam participação tímida no contexto mundial.

Com a crise econômica que acometeu a economia mundial a partir de 2008, envolvendo a economia Norte Americana em recessão e agravando em seguida seus efeitos sobre a Europa, se fortaleceu o bloco das ‘Periferias Emergentes’. Integrado por Brasil, Rússia, Índia, China e posteriormente África do Sul; o BRICS⁶, estes países receberam a atribuição de novas potências econômicas porque,

⁶ “Jim O’Neill, da Goldman Sachs, escreveu um importante artigo em 2001, no qual chamava atenção para quatro economias emergentes que, segundo prospecção de cenários, provavelmente teriam crescimentos acelerados na década seguinte. Brasil, Índia, Rússia e China eram os países e o autor, para mencionar os quatro de uma só vez, criou um acrônimo, BRIC, que não reproduz uma ordem de importância na sequência das letras, mas um trocadilho com a palavra inglesa brick, que significa tijolo.” Texto de Rafael Bittencourt em O BRICS como Agrupamento Político: Considerações sobre a Atuação Conjunta. Disponível em http://www.pucminas.br/imagedb/conjuntura/CNO_ARQ_NOTIC20110916092722.pdf. Acesso em 16/08/2011.

mesmo em meio à recessão mundial, mantiveram taxas de crescimento de emprego e de seus PIBs.

C. Do Milagre Econômico à Década Perdida

Em alguns momentos serão usadas as expressões ‘Milagre Econômico’ e ‘Década Perdida’. O primeiro período é localizado, geralmente, entre 1960 até 1974; o segundo trata especificamente da década de 1980⁷.

Após o Plano de Metas de Juscelino [1956-1961] o Brasil passou por grande expansão do setor industrial, com intenção de substituir importações e atrair investimento de capital estrangeiro com implantação de multinacionais.

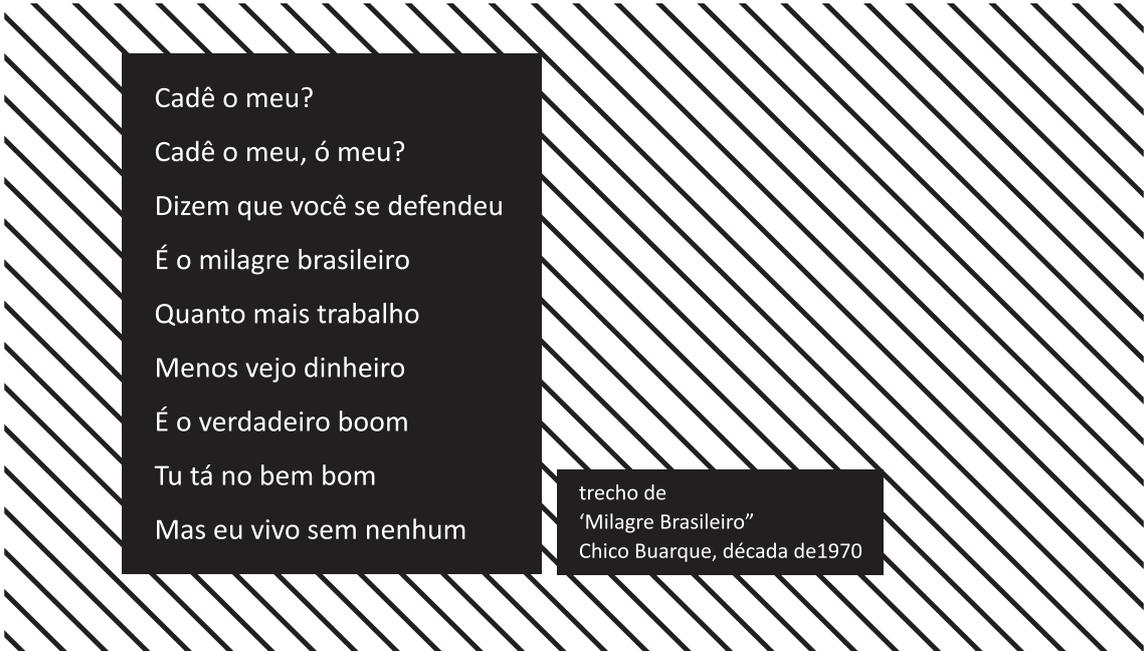
Entretanto, o desequilíbrio no balanço de pagamentos deixado por Juscelino forçou os governos militares subsequentes a implantar reformas tributárias que permitissem estabilização interna e reestabelecimento do canal de crédito com o FMI. Dentre as várias metas do PAEG- Plano de Ação Econômica do Governo lançado pelo Presidente Castelo Branco, haviam alterações na arrecadação fiscal e fomento à indústria nacional. O II- PND – Plano Nacional de Desenvolvimento estimulou os setores energético, siderúrgico e petroquímico.

Ao final da década de 1960, com a economia mundial em expansão, alguns fatores contribuíram para a formação do ‘Milagre’. Alguns deles são: a **demanda externa** de *commodities* empurrou os **preços** e elevou as **exportações**; com a oferta de dinheiro internacional, o Governo podia **ampliar o crédito** internamente praticando **taxas muito baixas para fomento** da produção agrícola. A **reestruturação fiscal** anterior permitia a retroalimentação do sistema de crédito

⁷ Walter F. L. da Silva/ Economia Brasileira Contemporânea. 1ª edição, Curitiba: IESDE Brasil S.A.,1998.

internacional, uma vez que a arrecadação estabilizava o **balanço de pagamentos**.

A euforia nacional em torno do crescimento e das campanhas nacionalistas mitificadas na seleção de 1970 '*pra frente Brasil*', tentavam enevoar a repressão do regime militar. No período conhecido pelo milagre, sob a gestão do presidente Médici, é importante destacar ainda o crescimento da concentração de renda, e subsequentemente, da desigualdade e pobreza no Brasil.



Cadê o meu?
Cadê o meu, ó meu?
Dizem que você se defendeu
É o milagre brasileiro
Quanto mais trabalho
Menos vejo dinheiro
É o verdadeiro boom
Tu tá no bem bom
Mas eu vivo sem nenhum

trecho de
'Milagre Brasileiro'
Chico Buarque, década de 1970

A partir de 1960 os Países Produtores de Petróleo formaram a OPEP _ Organização dos Países Exportadores de Petróleo, e com o desenvolvimento de pesquisas descobriram que o Petróleo era um bem esgotável. Diminuíram a oferta, elevando os preços, assim, foi iniciada na década de 1970 até 1980 uma sucessão de crises do Petróleo; com picos em alguns períodos, e o preço do barril passou por grandes altas. Num mundo movido a Petróleo, há então uma aceleração da inflação em escala, tudo ficou mais caro de produzir, transportar e consumir. É nesse cenário internacional que a economia brasileira, estruturada

desde sempre em planos-relâmpago de promessas fantásticas, começa o pior período da memória financeira recente do país. A inflação não é o único vilão, mas é aquele mais lembrado, e por muitos, ainda temido, sua ação se estendeu até 1995, mas desencadeou outros fatores, e é o alicerce do título atribuído à década de 1980.

Com relação à Década Perdida, não há muito o que dizer além dos números que justificaram o título, e emolduram o entendimento dessa triste atribuição. O **PIB** de 1989 foi pouco superior ao de 1980; a **recessão** não breiou os **altos índices inflacionários** [em vários períodos a inflação atingiu mais de 100%], a **dívida externa aumentava** com a **desvalorização da moeda nacional** frente ao dólar, além do **desemprego crescente**. Ainda uma tentativa falida de **moratória**, pelo governo Sarney, prejudicou os negócios internacionais, com a imagem de possível caloteiro atribuída ao Brasil. Leitão⁸ apresenta um detalhado relato do que significou esse intervalo de tempo para o Brasil.

É importante considerar o contexto que levou à formação deste cenário de descontrole no país. Há um histórico de decisões e arbitrariedades que minaram o progresso da economia nacional, esse período é um retrato das consequências acumuladas durante a caminhada brasileira desde a colonização. Ainda assim, deve-se atentar para o fato de que não há apenas falhas para contabilizar, os acertos feitos permitiram que o país não sucumbisse mas, antes, resistisse às crises, construindo a partir de então um crescimento mais sustentável, de bases firmes, que hoje o posiciona na categoria de nova potência.

⁸ Miriam Leitão/ A Saga Brasileira: longa luta de um povo por sua moeda. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Record, 2011.

Da mesma forma que a expressão Milagre Econômico Brasileiro é enganosa, a Década Perdida é também. O Milagre não foi bem brasileiro, a economia brasileira pegou carona em uma onda mundial sem fortalecer as próprias bases. E quando houve instabilidade no cenário internacional, os resultados desmoronaram possibilitando a instauração da Década Perdida. Esta Década, logo, não se inicia em 1980; mas também não se encerra em dez anos; perdura por quinze anos de uma onda inflacionária que engolia os frutos de tudo o que o país produzia, e emperrava a indústria local.

Até 1995, o Brasil amarga difíceis momentos e sucessivos Planos e Programas com intenção de alavancar a economia. O sofrimento deste período gerou um sem fim de iniciativas de um povo mutante e sobrevivente. Selecionar este período para estudo, entre 1980 e 2010, é uma tentativa de retratar como a atividade de Design influenciou e foi influenciada pela travessia brasileira de então.

D. Sobre os bens

O hábito em utilizar o termo 'produto' no discurso em Design enfrenta, algumas vezes, embates com significados adotados em outras áreas que tratam mais especificamente os bens. É importante diferenciar a categoria de bens de que se está tratando quando um mesmo texto aborda produtos diferentes como tratores, ferramentas, *commodities* ou sapatos, por exemplo.

Löbach [2001] faz uma distinção entre **bens de consumo** e **bens de uso**, caracterizando os primeiros como aquela categoria de bens que se extingui com o uso, como é o caso dos produtos de limpeza. Na segunda categoria, à qual ele atribui a atuação do Designer industrial, classifica os produtos conforme o uso

individual, de grupos, ou de uso indireto [peças, motores, partes de máquinas]. Este autor exclui completamente, em sua concepção, a participação do Designer no desenvolvimento de bens de uso indireto, aqui tratados como bens de capital.

Neste documento serão adotados termos utilizados de modo corrente na Economia⁹ como meio de facilitar a compreensão da categorização feita. Esta opção deve-se ao fato de possibilitar uma maior especificidade quanto aos diferentes tipos de bens tratados.

D.a. Bens de Capital [bens de produção, bens primários, bens intermediários]

Bens de Capital, de Produção ou Primários são bens utilizados na produção de outros bens ou ainda para prestação de serviços, logo, integram um processo, mas comumente não são o alvo do consumo final. Esta nomenclatura pode ser empregada para maquinaria ferramental, computadores, aviões. Um carro comprado por uma família para transporte próprio não se enquadraria nesta categoria; mas se é comprado para servir como táxi, ou transporte alternativo, passa a ser um bem de capital usado em para a prestação de um serviço. O produto-fim neste exemplo é o serviço prestado, não o carro. O aço convertido em vergalhões, chapas ou ainda em máquinas e tratores é outro exemplo; quando se compra o vergalhão ou uma retroescavadora pensa-se na compra como parte de um processo para gerar um produto-fim. Comumente são tratados por bens intermediários, estes, que apesar de serem um produto finalizado serão usados para composição de outro produto ou serviço e possuem mais valor de mercado do que bens primários.

⁹ Termos pesquisados e aplicados conforme Novíssimo Dicionário de Economia de Paulo Sandroni, 1999.

D. b Bens de Consumo [duráveis ou não duráveis]

Os bens de consumo não duráveis são aqueles que se extinguem rapidamente com o 'uso' como os alimentos. Os bens de consumo duráveis são aqueles que sofrerão desgaste mais lentamente. O sentido de durável é preferencialmente empregado, por alguns autores, referindo produtos como eletrodomésticos ou automóveis; neste documento serão tratados de igual modo: roupas, calçados, móveis, objetos de decoração, entre outros. Será considerada a dimensão de tempo citada por Löbach para que seja possível englobar em um mesmo grupo, produtos de maior e menor durabilidade. O elemento a ponderar será a capacidade de o usuário estabelecer ligações afetivas com o objeto. Às vezes, mesmo uma peça com durabilidade menor [pode-se comparar um par de óculos com um carro] atinge um mesmo grau de afetividade que outro bem com maior durabilidade. "Este período de tempo é, na maioria das vezes, suficientemente longo para se estabelecer uma ligação pessoal entre o usuário e o produto. Somente ao final do ciclo de uso se chega à extinção do produto." [Löbach,2001: pág. 46]

Desse modo, excetuando casos de embalagens, a atribuição da ação do Design tratada estará relacionada à produção de bens duráveis, intermediários, ou de capital. No caso de bens intermediários podem ser citadas peças componentes, ou projeto de partes específicas em bens de capital. É importante considerar que a atuação do Design nestes produtos é mínima, mas presente em alguns casos. A grande parte dos produtos tratados será de fato, bens de consumo duráveis conforme discriminado acima.



- PARTE 1 -



CAPÍTULO 1

O PAÍS BRASIL

Este capítulo tem três seções e trata a contextualização de elementos da história brasileira considerando os aspectos sociais, culturais, políticos e econômicos que influenciaram as formas de atuação e o mercado de Design no país.

Na primeira seção é feito um apanhado geral de fatos proeminentes da história brasileira com enfoque especial nos aspectos de formação do povo com a contribuição de indígenas nativos, imigrantes europeus e asiáticos, e africanos trazidos como escravos.

A segunda seção engloba as três décadas de 1950, 1960 e 1970. Foi assim selecionada por considerar o acumulado de fatos relevantes acontecidos na década de 1950 no Brasil e no mundo. Na valorização do interior do país com a transferência da capital do país do Rio de Janeiro para Brasília, construção de rodovias e incentivo para a instalação de indústrias. O texto considera a inventividade dos brasileiros, e aborda fatos marcantes para a cultura, mudanças ocorridas na política e economia, de modo a esboçar o cenário nacional quando as primeiras escolas e primeiros profissionais de Design se estabelecem no país.

Finalmente, a terceira seção trata especificamente do período delimitado como foco na pesquisa, compreendendo as décadas de 1980, 1990 até 2010.

Considerado aqui como o grande momento de inflexão da história brasileira recente, quando atravessa a década perdida de sua economia e é apontado durante a primeira década do século 21 como potência econômica emergente. Nesta subdivisão as transformações econômicas e sociais recebem maior destaque por refletirem diretamente no crescimento do mercado de Design brasileiro.



Um país híbrido por natureza, ou de nascença; colorido, índio, negro, oriental e europeu. Ribeiro explica um povo novo “porque surge como uma etnia nacional, diferente culturalmente de suas matizes formadoras, fortemente mestiçada, dinamizada por uma cultura sincrética e singularizada pela redefinição de traços culturais delas oriundos.” [2006, pág.17] Este país de estética exuberante tem a contribuição de sua terra extensa com climas e microclimas variados, de sua fauna exótica, de sua flora abundante. Entretanto, o elemento único de descobrimento e transformação de toda a materialidade brasileira é o povo brasileiro. Esta seção trata de fatos ocorridos até a fervilhante década de 1950. Pontuando alguns aspectos de formação da economia nacional; tem, contudo, um enfoque principal na formação do povo como elemento fundamental para a compreensão o Brasil, da estética produzida aqui como resultado de um processo de aglutinação e transformação contínuas.

1.1 A formação do país e do povo, panorama geral até 1950:

As primeiras impressões europeias sobre a terra que seria Brasil, não vieram pela fala dos empreendedores ingleses, mas através do olhar dos aventureiros portugueses pela assinatura de Pero Vaz de Caminha¹⁰:

“... porque, certo, **esta gente é boa** e de boa simplicidade. E **imprimir-se-á ligeiramente neles qualquer cunho**, que lhes quiserem dar. [...]

Esta terra, Senhor, me parece que **da ponta que mais contra o sul vimos até à outra ponta que contra o norte vem**, de que nós deste porto houvermos vista, será tamanha que haverá nela bem vinte ou vinte e cinco léguas por costa. Tem, ao longo do mar, nalgumas partes, grandes barreiras, delas vermelhas, delas brancas; e a terra por cima toda chã e muito **cheia de grandes arvoredos. De ponta a ponta, é toda praia parma, muito chã e muito formosa.**

Pelo sertão nos pareceu, vista do mar, muito grande, porque, a estender olhos, não podíamos ver senão terra com arvoredos, que nos parecia muito longa. Nela, até agora, não pudemos saber que haja **ouro, nem prata**, nem coisa alguma de metal ou ferro; nem lho vimos. Porém a terra em si é **de muito bons ares**, assim frios e temperados como os de Entre Douro e Minho, porque neste tempo de agora os achávamos como os de lá.

Águas são muitas; infindas. E em tal maneira é graciosa que, querendo-a aproveitar, **dar-se-á nela tudo**, por bem das águas que tem.

Porém o melhor fruto, que nela se pode fazer, me parece que será salvar esta gente. E esta deve ser a principal semente que Vossa Alteza em ela deve lançar.”

A gente encontrada não foi salva pelos portugueses. Mas, como previsto que qualquer caráter lhe seria facilmente impresso, após 510 anos passados, pode-se afirmar mais que isso, foi criado um povo de caráter intrinsecamente aglutinador e mutante.

¹⁰ Consulta em 03/01/2012 em http://www.portalabel.org.br/attachments/116_A_CARTA_Pero_Vaz.pdf. Fonte: Carta a El Rei D. Manuel, Dominus: São Paulo, 1963. Texto proveniente de: A Biblioteca Virtual do Estudante Brasileiro <<http://www.bibvirt.futuro.usp.br>>

Os metais citados na carta de Caminha foram encontrados, e para explorar o Ouro de Minas foram recrutados os escravos negros que vinham sendo importados do continente africano desde o século 16, para trabalhar nas lavouras da imensa terra dividida em capitanias. A presença do negro confere um traço dramático e crucial para a cultura brasileira. A maneira desumana de entrada nesse povo parece ter reforçado certa necessidade de manutenção de sua cultura, um desejo infinitamente mais forte que a vontade de outros povos também instalados aqui por suprimi-la. Bueno expõe alguns destes aspectos com muita assertividade:

“Capoeira, samba, feijoada, candomblé, vatapá. Que país seria o Brasil sem o legado da cultura africana? Certamente não o mesmo que hoje é – e dificilmente mais colorido, dinâmico, múltiplo e ruidoso. Falar na ‘influência cultural’ que os negros tiveram no Brasil é quase uma piada [...] O Brasil não comeria o que come, não rezaria como reza, não dançaria nem cantaria como hoje canta, dança, reza e come não fosse a riquíssima herança cultural trazida pelos 4,5 milhões de escravos vindos da África sob as mais árduas condições e, por mais de três séculos, jogados nas praias, florestas, morros e cidades do Novo Mundo.” [2010, pág.132]

Benevolência indígena e resistência negra são características que parecem ter sido ‘costuradas’ à alma brasileira por certa **permissividade portuguesa** instalada na nova terra. Holanda exemplifica a ‘frouxidão’ portuguesa com o negro afirmando que ‘sua influência penetrava sinuosamente o recesso doméstico, agindo como dissolvente de qualquer ideia de separação de castas ou raça, de qualquer disciplina fundada em tal separação.’ [1995, pág. 55]

Para completar a massa do povo brasileiro e recrutados para trabalhar nas lavouras do café a partir 1800, Bueno acentua que no período “de 1886 a 1914, quase três milhões de estrangeiros vieram ao Brasil na tentativa de ‘fazer a

América': foram, mais exatamente, 2,71 milhões os imigrantes que chegaram ao país em 28 anos." [2010, pág.273]

Assim, quando é deflagrado o Movimento Modernista com a Semana de Arte de 1922, nenhum termo definiria melhor essa cultura brasileira em profusão do que a metáfora adotada pelo Manifesto 'Antropofágico'. A fome de denunciar a presença indígena, de reconhecer a influência africana e de consumir as tendências europeias [à brasileira], serviria como uma primeira fotografia do país Brasil.



Ainda assim, concomitante àquele São Paulo movido a café que apresentava um novo formato de cultura ao som de Vila Lobos; Bandos de Cangaceiros aterrorizavam o Sertão nordestino, os blocos e agremiações de samba fervilhavam em meio à dura realidade dos morros cariocas. Em 1928, Cartola com outros companheiros de samba fundavam o Grêmio Recreativo Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira. A periferia do Brasil, no sertão ou litoral, era alimentada pelos órfãos da Lei Áurea, escravos libertos e seus descendentes herdaram , em sua maioria, o grilhão da ausência de planejamento. Estes são

breves exemplos dos antagonismos resultantes de um país com dimensões continentais.



Na década de trinta, publicações como *Casa Grande e Senzala*¹¹, de Gilberto Freire; e *Raízes do Brasil*¹², de Sergio Buarque de Holanda; eram mostras da inquietação quanto à compreensão da cultura e do povo brasileiro, mas de igual modo, davam provas de uma consciência em formação sobre o país de quatrocentos anos, tão jovem em história.

Entre as décadas de 30 e 40, o país viveria um período de investimento em companhias estatais nas áreas de energia, siderurgia: “O Estado foi o principal ‘empresário’ do Brasil na Era Vargas”. [Bueno, 2010, pág.353] Nascem, então, a Companhia Siderúrgica Nacional, a Vale do Rio Doce e a Petrobrás. Getúlio Vargas se tornou uma figura mítica da política nacional por selar o fim da Política do Café com Leite, apresentar uma nova Constituição através da Assembleia Constituinte

¹¹ Publicado em 1933, o livro de Freire tornou-se referência para a leitura sobre as relações entre senhores e servos no Brasil, exemplificada nas relações entre a Casa Grande e a Senzala.

¹² Um dos livros clássicos na literatura sobre a sociedade brasileira, foi lançado em 1936 e apresenta a visão do historiador sobre a influência portuguesa no padrão de comportamento do povo brasileiro.

Nacional, pelo voto feminino, leis trabalhistas; e sequencialmente, por estabelecer a primeira ditadura oficial da república.

Entretanto, até o famoso Plano de Metas de Juscelino Kubitschek, as políticas implantadas para apoio à indústria nacional foram majoritariamente direcionadas à agroindústria e indústria de bens de produção como citado. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, responsável pela implantação de políticas industriais seria criado de modo independente apenas em 1960¹³.

O vínculo feito por anos entre indústria e agricultura não foi à toa, com a descoberta de grandes volumes de terra cultivável pelos portugueses, desde que o país é Brasil, a base da economia foi firmada no açúcar, no café, no cacau, no látex da seringueira, e uma infinidade de outras culturas até a soja como se vê recentemente. Esta imagem de que o país teria como vocação principal a agricultura direcionou, ao longo de várias décadas, os programas de fomento à indústria nacional para a produção de *commodities*; perdurando no imaginário político como uma espécie de vocação indiscutível do país.

Desse modo, a economia baseada na exportação de *commodities* contribuiu para a formação de uma elite propriamente brasileira. O enriquecimento paulistano decorrente do café¹⁴ a partir do início do século 19, e a Sede do Governo no Rio

¹³ As ações de responsabilidade deste órgão seriam antes: Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio [1909] e Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio [1930].

¹⁴ A partir do século 19, a cultura do café assume local de destaque na economia brasileira ultrapassando a cana de açúcar cultivada no país desde o século 16. Dados coletados respectivamente em HISTÓRIA DE SÃO PAULO. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2012. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Hist%C3%B3ria_de_S%C3%A3o_Paulo&oldid=28859079>. Acesso em: 18/01/2012, e CANA-DE-AÇÚCAR. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2012. Disponível em:

de Janeiro atraíram os acontecimentos para o famoso eixo Rio-São Paulo. Foi a partir deste contexto, entre iniciativas culturais pela aristocracia paulistana e motivações políticas cariocas, que se estabeleceram as primeiras ações para instauração do Desenho Industrial Brasileiro, bem relatadas por Niemeyer e Cardoso.

Apesar do garimpo de pesquisadores da História de Design no Brasil por projetos anteriores a 1950, há uma convenção em torno do início oficial do Design no Brasil a partir desta década; um senso comum como princípio da atividade a partir da instituição dos primeiros cursos, propriamente ditos, de Desenho Industrial no país.

Entretanto, sobre projetos pioneiros, há referências de mobílias próprias do Brasil como as peças desenvolvidas por Julião Beranger, entre 1815 e 1850. O marceneiro francês que se estabeleceu em Pernambuco fazia uma adaptação de estilos europeus, entalhando motivos da flora brasileira em madeiras nacionais e substituindo estofamentos com tradicionais tecidos brocados por palhinha. Também do século 19, o modelo do Banco Bandeirante é outro exemplo com características de um projeto brasileiro, duas peças com encaixe simples compõem um produto com funcionalidade elementar.

Ainda neste sentido é importante citar o espanhol Celso Martinez, seguidor da modelagem de madeira ao estilo Thonet¹⁵. Cabe menção ao marceneiro por ter

<http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cana-de-a%C3%A7%C3%BAcar&oldid=317_98351>. Acesso em: 18/01/2012.

¹⁵ Michel Thonet começou a fazer experimentos com madeira curvada por volta de 1830. O alemão patenteou seu método de curvar madeira sob pressão de vapor, e em 1853 abriu fábrica própria. Heskett destaca-o desse modo: “um dos exemplos mais famosos de Design do século 19, a mobília

desenvolvido a Cama Patente em 1915, um produto que por várias décadas esteve presente em casas brasileiras, ainda perdura no imaginário popular. Nesta peça, é possível observar a adaptação da técnica de Thonet e utilização de formas mais simples.



Estilo Beranger [flora brasileira e palhinha],
Séc.19



Banco Bandeirante,
Séc.19



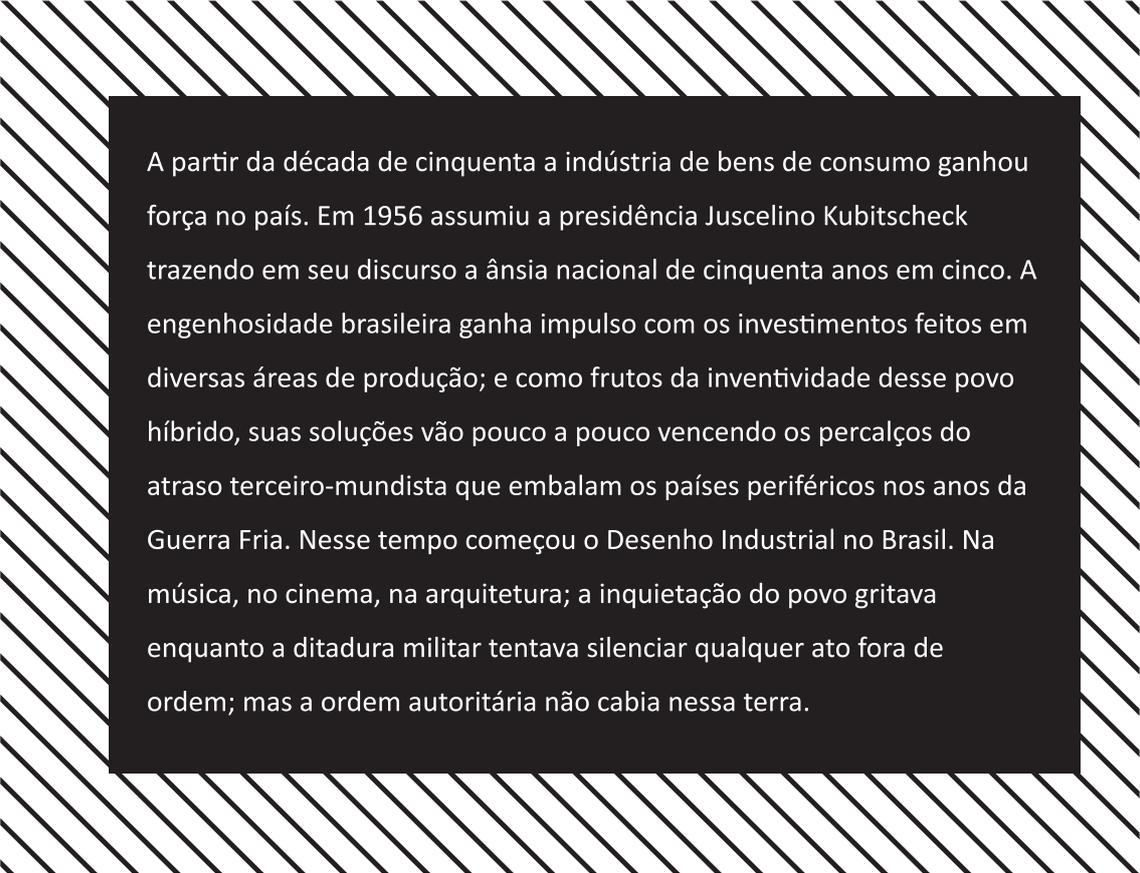
Cama Patente: Celso Matinez,
1915

Estes são alguns exemplos de produtos com características nacionais desenvolvidos antes da década de 50, há outros elementos da cultura material brasileira que poderiam ser referenciados, contudo, a intenção das citações feitas aqui é apenas a de introduzir fatos de modo a conduzir uma contextualização breve até 1950.

A compreensão deste país Brasil em formação permite uma leitura mais clara dos acontecimentos que sucedem a partir de 1950. Uma economia com base em exportação de bens de produção, dependente de cenários externos favoráveis e em seguida, um processo de industrialização tardio e imediatista impactou fortemente a produção de bens de consumo e o campo de atuação do Design no Brasil.

de madeira curvada produzida pelas fábricas de Michael Thonet, por outro lado resultou na introdução de uma nova tecnologia.”[2006, pág.43]

É importante pontuar nesta breve fotografia; a construção e afirmação do povo e de uma cultura multifacetada e brasileira. Entre movimentos separatistas, revoltas, conflitos e um modo conciliador muito próprio, os povos que deram forma a este país encontraram um ponto de equilíbrio não explicado, um modo de convívio que permite manutenção de traços próprios entre novos modelos. Este parece ser o grande trunfo do Brasil, e tem sido expressado através de uma estética também de aglutinação, uma estética-colagem, estética-gambiarra.



A partir da década de cinquenta a indústria de bens de consumo ganhou força no país. Em 1956 assumiu a presidência Juscelino Kubitschek trazendo em seu discurso a ânsia nacional de cinquenta anos em cinco. A engenhosidade brasileira ganha impulso com os investimentos feitos em diversas áreas de produção; e como frutos da inventividade desse povo híbrido, suas soluções vão pouco a pouco vencendo os percalços do atraso terceiro-mundista que embalam os países periféricos nos anos da Guerra Fria. Nesse tempo começou o Desenho Industrial no Brasil. Na música, no cinema, na arquitetura; a inquietação do povo gritava enquanto a ditadura militar tentava silenciar qualquer ato fora de ordem; mas a ordem autoritária não cabia nessa terra.

1.2 Soluções brasileiras, evoluções e regressões entre 1950 e 1979

Desde o início do século 20, o sonho industrial britânico e suas fantásticas tecnologias embarcaram o mundo numa aventura rumo à facilitação do trabalho e potencialização da escala de produção. Na segunda metade do século, já

florescia o cerne da cultura de massas na América hollywoodiana em seu aspirado *way of life*. A partir da ampliação do acesso a produtos importados, a febre consumista norte-americana foi tomando corpo também no Brasil.

Com a promessa de modernizar o país em cinco anos, Juscelino Kubitschek – o presidente Bossa Nova, assumiu a presidência. Tendo em mãos uma indústria de bens de consumo duráveis ainda engatinhando, o novo governo se aventurou abrindo estradas rumo ao interior país; fomentando a implantação de montadoras de automóveis, e finalmente; apresentando ao mundo uma nova imagem do Brasil. Através da arquitetura curvilínea de Oscar Niemeyer, em sua obra magistral, Kubitschek redireciona o centro do país para o cerrado com a construção de Brasília.

Com o Plano de Metas apresentado por JK o país avançou em muitas áreas, inclusive viu se avultar também sua dívida externa, mas o que importa destacar é o direcionamento das políticas que atinge novo patamar. Sobre as 31 metas [quadro 1] elencadas em 4 grupos, destaca-se o Grupo das Indústria de Base, com 12 metas detinha 20,4% dos investimentos conforme Bueno[2010]. O mesmo autor enfatiza que “entre muitas ações que marcaram um surto desenvolvimentista sem precedentes no país, o governo JK se notabilizou pelo grande impulso dado à indústria automobilística” [pág.366]; e em seguida ressalta que “em termos comparativos, o crescimento do PIB brasileiro durante a década de 1950 foi três vezes maior do que o dos demais países da América Latina” [pág.369].

Energia (metas de 1 a 5)

Energia elétrica, Energia nuclear, Carvão, Produção de Petróleo e Refino de petróleo

Transportes (metas de 6 a 12)

Reativar estradas de ferro, Estradas de rodagem, Portos, Barragens, Marinha mercante, Aviação

Alimentação (metas de 13 a 18)

Trigo Armazenagem e Silos, Frigoríficos, Matadouros, Tecnologia no campo, Fertilizantes

Indústrias de base (metas 19 a 29)

Alumínio, Metais não ferrosos, Álcalis, Papel e celulose, Borracha, Exportação de ferro, Indústria de automóveis, Indústria de construção naval, Máquinas pesadas, Material elétrico.

Educação (meta 30)

Alfabetização

Brasília (meta 31)

Fonte: Bueno, 2010.

Através das ondas do rádio, as notas mais do que afinadas de João Gilberto, embalaram o Brasil e o mundo num novo samba. Um samba-jazz sintonizado com a eterna busca otimista de bons presságios, de um futuro que integra o imaginário nacional como mais promissor que o passado e o presente. A busca pelo frescor da novidade e do vanguardismo é parte integrante da alma brasileira e contribui para a concretização de novas ideias através do projeto.

As políticas de incentivo ao setor industrial favoreceram também o crescimento da produção e do consumo de eletrodomésticos. Instrumentos que desde a década de 20 eram importados por famílias ricas passaram a ter acesso facilitado para mais camadas da população. Empresas brasileiras como Wallig [1904],

Fundição Brasil [1926] e Dako [1935] ampliaram sua produção, modernizaram modelos e investiram em novos produtos. Do mesmo período, também podem ser destacadas a Arno [1940] e a Walita [1939], esta segunda “iniciou a produção de eletrodomésticos em 1944 [...] A empresa expandiu, diversificou a produção e entre liquidificadores e batedeiras alcançou a marca de um milhão de aparelhos produzidos em 1956.” [Abramovitz *et all*,2006, pág.78]

Os fogões foram alimentados por lenha, carvão, energia elétrica e querosene antes do gás ser fornecido pela Petrobrás. Estes produtos de primeira necessidade exigiram engenhosidade das empresas locais que precisavam adaptar modelos e importar componentes em momento inicial. Na mesma década de 50, a Consul que foi iniciada com uma oficina catarinense produziu as primeiras geladeiras a querosene e também elétricas. Os rádios eram sonho de consumo de toda a massa e, em sua maioria, eram caros e importados; a popularização foi facilitada com as políticas de incentivo para as empresas que passaram a integrar a Zona Franca de Manaus. A iniciativa implantada em 1967 que era voltada para a criação de empregos na região norte cumpriu em parte sua missão e aumentou o acesso, mas é questionada pelos benefícios fiscais excessivos e efetivamente não visava uma contribuição direta para a indústria nacional.

A imagem cristalizada do crescimento industrial do governo JK embaça a dívida deixada ao país como nota promissória da nova capital. Na década de 60, a economia nacional amargava o crescimento da dívida externa e o desajuste tributário. O dourado da década anterior começava a desbotar e por fim, os militares reassumem o comando do país a partir de 1964 instalando um dos momentos mais difíceis da história política nacional.

A própria Esdi, uma das pedras fundamentais do Design no Brasil, não deixa de estar ligada a disputas políticas. Como aponta Niemeyer[2007], a instituição de ensino nasce concretamente do posicionamento e dos anseios políticos de Carlos Lacerda. O jornalista, à frente do então Governo do Estado da Guanabara, teria o sonho da presidência frustrado, inicialmente por Juscelino, e em seguida pela chapa Jan-Jan [Jânio Quadros e João Goulart]. Mesmo com a deposição de Jango, já não adiantava a imagem vanguardista proposta por Lacerda com a instalação da Escola, uma vez que até 1985; os militares se revezariam no poder.

Entre 1964 e 1966 são apresentadas ações integrantes do PAEG_ Programa de Ação Econômica do Governo que tinha como objetivos: os cortes de gastos públicos; ajuste fiscal; contenção do crédito e salários. A partir de 1967, o PED_ Programa Estratégico de Desenvolvimento, que tinha como foco o desenvolvimento econômico, industrial e social, direciona ações para o incentivo à indústria, ampliação da exportação e geração de empregos.

Moraes [2006, pág. 82] destaca o investimento modesto em Pesquisa e Desenvolvimento no período, menos de 1% do PIB anual como um indicador de que “era indiferente para o governo que o desenvolvimento e a industrialização do país ocorressem de modo independente ou autossustentável, o objetivo do plano era promovê-los a qualquer preço”. O mesmo autor ainda indica em seguida, a prática de cópia adaptada de produtos estrangeiros, conhecida como *down grade*; e apontada como fato negativo para o mercado de Design em formação. Encabeçada por equipes de engenheiros das empresas aqui implantadas, visava adaptação de Designs adquiridos fora do país às tecnologias incipientes aqui possíveis.

Enquanto as Escolas em momento inicial se esforçavam no sentido de formar profissionais capazes de atender às demandas da indústria aqui estabelecida, enquanto os profissionais recém-formados buscavam espaço no mercado, as peças produzidas eram meras adaptações de projetos desenvolvidos fora. Castro [2010] ainda assinala as Censuras normatizadas pelos Atos Institucionais, e os exílios impostos a artistas e intelectuais brasileiros como fatores de extremo prejuízo ao desenvolvimento de todas as atividades de cunhos artístico-cultural no país; e dentre estas, o Design.

Embalado pelo *hit* 'Setenta Milhões em Ação'; o Brasil governado por Médici e Geisel atravessou uma das falácias da história econômica nacional. O 'Milagre Brasileiro' poderia ter sido um título dado à seleção de Pelé e Garrincha, foi de fato atribuído aos números empolgantes da economia no período entre 1974 e 1979.

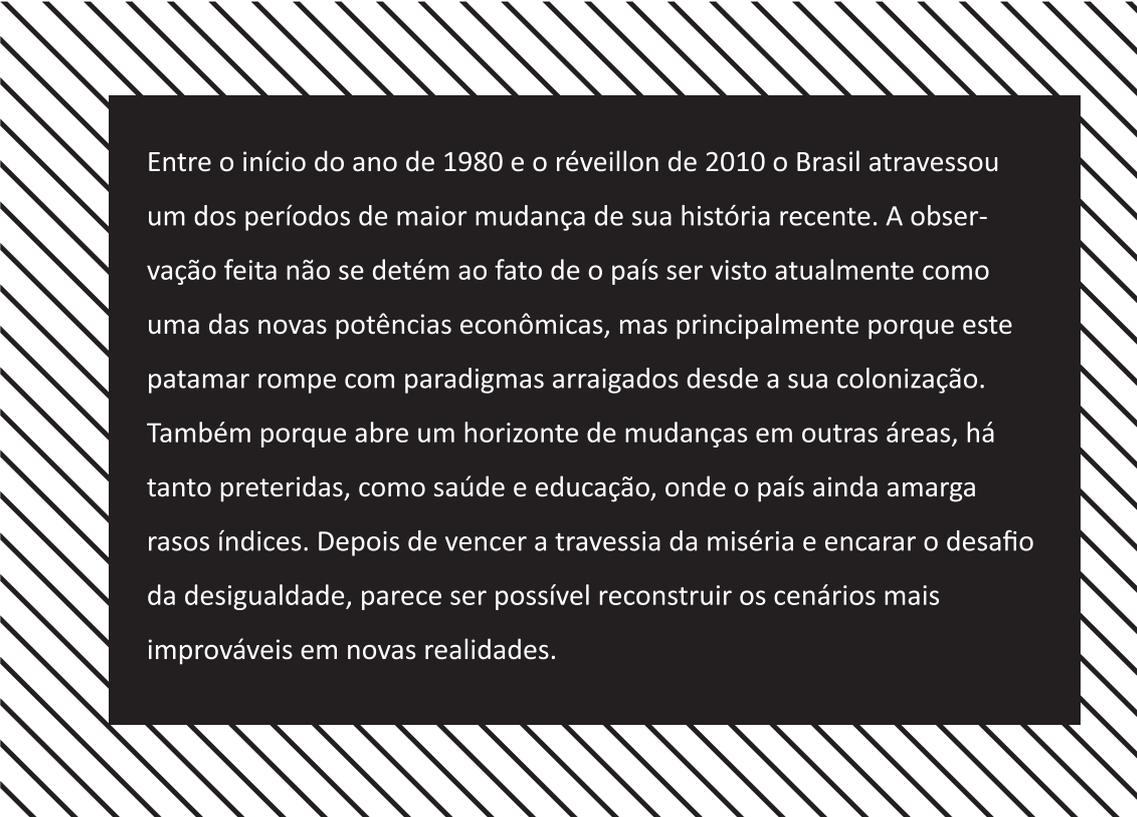
Em nível interno, vale destacar as metas ambiciosas do Plano Nacional de Desenvolvimento Econômico (PNDs I e II). O PND em suas duas versões, atacava várias áreas ao mesmo tempo, no sentido de emergir o Brasil economicamente. Estavam previstos investimentos nos setores de siderurgia, petroquímica, transporte, construção naval, energia elétrica e mineração; para expansão da exportação agropecuária; ampliação da oferta de trabalho; ainda contando com ações para irrigação no Nordeste, saneamento e educação, com vistas a diminuir o número de analfabetos. Houve ampliação da produção de bens de consumo duráveis como automóveis e eletrodomésticos, entretanto, os baixos salários ofertados frustravam a intenção de se formar um mercado consumidor forte. As metas de cunho social ficaram em indicadores vergonhosos quanto ao

cumprimento, ao final do período os recursos para a indústria de produtos de valor agregado foi redirecionada para bens de produção e a inflação nunca dominada atingiu altos índices. Durante o milagre, a ineficiência de políticas de nível social fez com que a desigualdade no país fosse tão expressiva quanto os números da balança comercial. No mesmo patamar em que crescia a riqueza no Brasil, crescia a pobreza. Enquanto a elite agricultora acumulava lucros nunca vistos antes, a massa de pobres crescia e se avolumava.

O milagre nada brasileiro evaporou tão logo o contexto externo foi alterado, com as Crises do Petróleo o dinheiro externo ficou mais caro, mais escasso, a dívida se avolumou e as fracas bases da economia nacional de então, ruíram rumo à Década Perdida.

Para o empresariado brasileiro, neste período, era tarefa extremamente difícil se manter no mercado; a formação de uma categoria empreendedora era surreal.

Para quem conseguia vencer a burocracia de abrir uma empresa no país não era raro precisar encerra-la logo em seguida. Ainda as barreiras à importação de produtos estrangeiros, protegiam uma indústria com tecnologia precária e produtos pouco competitivos. A abertura à importação de tecnologias e as privatizações foram primordiais para construção da competitividade no Brasil.



Entre o início do ano de 1980 e o réveillon de 2010 o Brasil atravessou um dos períodos de maior mudança de sua história recente. A observação feita não se detém ao fato de o país ser visto atualmente como uma das novas potências econômicas, mas principalmente porque este patamar rompe com paradigmas arraigados desde a sua colonização. Também porque abre um horizonte de mudanças em outras áreas, há tanto preteridas, como saúde e educação, onde o país ainda amarga rasos índices. Depois de vencer a travessia da miséria e encarar o desafio da desigualdade, parece ser possível reconstruir os cenários mais improváveis em novas realidades.

1.3 Momentos de inflexão e novas realidades nas décadas de 1980, 1990, até 2010.

A pressão popular e o momento que o mundo vivia foram fatores que contribuíram para o reestabelecimento de padrões democráticos no Brasil. Em 1979 foi extinto o bipartidarismo e o partido ARENA, mas ainda em 1984 as pessoas estavam nas ruas pedindo por eleições diretas, e em 15 de janeiro de 1985 por eleições indiretas, os brasileiros teriam um presidente civil após mais de vinte anos. Tancredo Neves não chegou a assumir e ao vice José Sarney devem-se dois pontos favoráveis: uma nova constituição e a condução às sonhadas eleições diretas no país.

No mais, a década não tem muitos atrativos a pontuar. Foram anos de grande dificuldade para todas as áreas da economia brasileira e na indústria não foi

diferente; foi um período difícil pra investimentos e o desemprego crescia desordenadamente. O Design formal que chegara ao país no final dos anos sessenta ainda engatinhava, com alguns profissionais estabelecidos em escritórios e outros empreendendo a colocação dos próprios produtos no mercado.



Na mesma década de oitenta, Gui Bonsiepe fixa residência no Brasil, contratado pelo governo para implementar atividades de pesquisa aplicada na área de Design. O alerta de Papanek¹⁶ sobre o *Design para o mundo real* e a Teoria da Dependência¹⁷ propagada por autores latinos influenciavam o desenvolvimento de projetos com tecnologias alternativas. Moraes [2006, pág.131] justifica a iniciativa que levou à criação de três laboratórios de Design¹⁸:

“com a expectativa de mudança no quadro de dependência no âmbito produtivo, tecnológico e do Design local, o governo brasileiro,

¹⁶ Em 1971, Victor Papanek causou impacto nas discussões sobre Design com o lançamento do livro *Design para o Mundo Real*, inicialmente ridicularizado, tornou-se logo em seguida uma leitura clássica.

¹⁷ A Teoria da Dependência foi adotada como uma explicação e um manifesto contra a pobreza latina e defende que esta condição é o fundamento da riqueza dos países do hemisfério norte. Conforme Moraes, ‘surge, na América do Sul, inicialmente, através da esquerda latino-americana, durante os anos sessenta e início dos setenta. Ela ganha força através de expressivos intelectuais, políticos, e personalidades da literatura sul-americana, como Salvador Allende, Octávio Paz, Vargas Llosa, Darcy Ribeiro, Eduardo Galeano, Garcia Marques, Pablo Neruda e Jorge Amado, para citar somente os mais conhecidos em nível internacional.’ [2006, pág. 126]

¹⁸ Um localizado na Região nordeste, foi instalado em Campina Grande na Paraíba; outro para atender a Região Sudeste foi estabelecido em São Carlos no interior de São Paulo; o terceiro e mais duradouro foi na Região Sul, em Florianópolis, Santa Catarina.

através do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo – MICT e de órgãos como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e a Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP, adota uma série de ações, buscando minimizar o *gap* existente na capacidade competitiva dos produtos locais no contexto internacional.”

As políticas voltadas para a substituição de produtos importados não eram suficientes em meio à crise econômica instalada no país, era preciso avançar em competitividade do produto nacional. Sobre este aspecto Leitão lamenta: “nos anos 1980, o país vivia os rigores da reserva de mercado. Os computadores eram caros e toscos. Tanto hardware quanto software estavam no começo no mundo inteiro, mas nós estávamos mais atrasados por causa da proibição de importar.”[2010, pág. 303] São lançados Programas Setoriais Integrados e os Programas de Desenvolvimento Tecnológico Industrial como forma de incentivar as empresas à melhoria dos produtos; contudo, a cena econômica nacional é claramente dominada pela necessidade de refrear uma inflação que persistia mesmo num cenário obvio de recessão e os resultados destas políticas foram pouco relevantes.

Ao final da chamada Década Perdida, o povo brasileiro está encurralado entre incredulidade, desesperança e crise financeira sem previsão para ser sanada. A novela global Vale Tudo de 1988 atinge altos índices de audiência retratando com muita naturalidade - e livre da censura militar; o individualismo, a amoralidade e a corrupção como aspectos do comportamento nacional.

Acompanhando a mesma linha denunciativa, o rock nacional sacudiou os jovens com letras afiadas. Enquanto a banda Ultraje a Rigor gritava: *‘a gente somos inúteu’*, os Titãs exigiam *‘comida, diversão e arte’* como forma de alertar para a

pobreza e desigualdade no país. Muitos outros grupos e artistas surgidos neste período traziam a mesma tônica de crítica social. Bueno [pág. 425] destaca a poesia de Cazuza [Barão Vermelho] e Renato Russo [Legião Urbana]: “ambos fizeram o Brasil mostrar a sua cara com questões simples e diretas, como o rock deve ser e fazer: afinal, *que país é esse?* Ambos morreram no auge da fama, como convém a roqueiros rebeldes. Ambos vitimados pela Aids, o mal do fim do século que os dois cantaram.”

Em 1989 quando o povo foi às urnas para eleições diretas, foi mais forte o discurso de um suposto *guardião da moralidade* e *caçador de marajás*, Fernando Collor, do que a proposta do sindicalista opositor, Luís Inácio – Lula. Vale salientar que o bloco soviético estava a ponto de se desfazer e que no mesmo ano também caiu o muro de Berlim que separou as Alemanhas Oriental e Ocidental, de certo modo parte do eleitorado tinha medo da proposta Petista de Lula e isso contribuiu para a vitória de Collor nas urnas. A partir de março de 1990, o Brasil iniciaria um dos piores momentos de sua economia e política com o confisco de depósitos bancários e um sem fim de escândalos sobre corrupção e fraudes de todas as naturezas. Dois anos depois da eleição, os jovens da *geração coca-cola* cantada por Renato Russo foram às ruas exigir a deposição do presidente.

Novamente, o país estava nas mãos de um vice-presidente que não se pretendia a presidir quando compôs a chapa vencedora; e nesse momento foi iniciada a maior mudança da história recente do país. Não escolhido e desconhecido, Itamar Franco conseguiu reunir a equipe econômica que poria fim à hiperinflação, renegociar a dívida externa e, ao final do governo de dois anos, levantar um sucessor.

Itamar assumiu um país marcado por uma sucessão de fracassados planos econômicos e ainda pesava sobre sua cabeça, e imagem, o efeito devastador e traumático do último plano, lançado – diga-se de passagem - por um governo que ele mesmo integrava. Vencer a hiperinflação nascida na década anterior era um dos maiores desafios para o país. Nesse momento, o povo já estava habituado às mudanças geradas pelos planos; ainda tinha medo de deixar o dinheiro no banco e acordar com a conta zerada; mas principalmente e antes de tudo, tinha horror à ideia de continuar escravizado pela inflação.

Investida de sua capacidade de adaptação e vontade de acreditar numa realidade diferente, a população brasileira passou a utilizar a URV- Unidade Real de Valor - em março de 1994. Leitão [pág.273] relembra: “como explicar o que era aquela criatura? Não era uma nova moeda. Era uma véspera de moeda. O brasileiro já tinha visto tanta coisa, mas aquilo era realmente estranho. Os jornais de novo saíram com manuais para explicar como seria a vida em URV.” A prática de outros planos permitiu que a conversão entre ‘Cruzeiros Reais – URV – Real’ fosse facilmente absorvida entre as tarefas cotidianas. Desse modo, a transição prevista para 360 dias ocorreu em três meses, assim o Real entrou em circulação em julho do mesmo ano.

Neste cenário, a indústria de bens de consumo duráveis que se destaca é a de calculadoras e impressoras de cheques, produto indispensável no cotidiano das pessoas. Em matérias da revista Design & Interiores é possível perceber que a crise econômica atinge o Design em nível internacional.

1.4 Uma pausa para 1995

O ano de 1995 é um divisor de águas. É a partir de 1995 que a estabilidade econômica¹⁹ começa a fazer parte da rotina do brasileiro. Uma série de outros elementos contribuiu para que o Brasil começasse uma escalada de crescimento que permitiu 15 anos depois, ser um destaque dentre as periferias emergentes.

Neste ano, Fernando Henrique Cardoso assumiu a presidência, permitindo a continuidade das ações austeras e precisas em favor da nova moeda e contra a inflação. Não se trata de atribuir qualquer destaque às ações desenvolvidas a partir do governo FHC, mas sim, reconhecer as mudanças de cenário conquistadas pelo povo brasileiro que o levaram a um momento de fertilidade rumo ao desenvolvimento de modo geral.

As polêmicas privatizações de gigantescas empresas públicas desoneraram a máquina governista, ampliaram a participação de investidores e capital estrangeiro; e impulsionaram a competitividade e qualidade dos produtos e serviços no mercado nacional. Leitão defende a estratégia: ‘Ralos de dinheiro público fechados, mais competição e um Estado mais leve foram passos importantes para a estabilização. E a estabilização foi o início da **formação do**

¹⁹ Leitão relata a travessia feita pelo povo brasileiro e sua moeda, da hiperinflação de oitenta até a estabilidade do Real. De certo modo, em algumas linhas, a autora parece bipartir o trajeto entre 1980 e 1995, e daí em diante: ‘As estatísticas do IGBE registram o tamanho da saga brasileira: nos 15 anos anteriores ao Plano Real, a inflação acumulada foi de 13.342.346.717.617,70%, em resumo, 13 trilhões e 342 bilhões por cento. Nos 15 anos posteriores ao Real, a inflação acumulada foi de 196,87%. Na travessia, o Brasil mudou.’ A autora explica os números: O cálculo de 15 anos vai de janeiro de 1980 até dezembro de 1994. O Plano Real foi em julho, mas a inflação continuou alta, apesar da queda no segundo semestre. O cálculo dos 15 anos posteriores começa em janeiro de 1995 e vai até dezembro de 2009. [2010, pág. 299.]

mercado de consumo de massas. A privatização permitiu que o brasileiro tivesse telefone.’ [2010,pág.250]

As duas últimas frases da jornalista de economia soam como um estalo. Como estabelecer um mercado profissional de Design consistente em momento anterior? O Design brasileiro instalado desde 1950 precisava desse momento; onde empresários estabelecidos não tivessem medo de investir em inovação; onde pequenos empreendedores tivessem condições de se tornar pequenos empresários. Principalmente, era preciso que houvesse um público consumidor com poder de compra para assegurar os negócios de empresas tradicionais ou novas.

No que diz respeito ao campo do Design, Moraes [2006, pág. 102] cita a ausência de competição em nível internacional e a fragilidade do mercado consumidor como pontos prejudiciais no período do Milagre Brasileiro, pontos atingidos por esse novo momento de inflexão vivido pelo país. Sobre a relação entre pobreza e consumo, o autor ratifica:

“como já foi dito, grande parte da população brasileira ficou excluída dos lucros e dos proventos da riqueza econômica produzida no período compreendido entre os anos de 1967 e 1973, época em que o Brasil começa a se estabelecer de fato como um Novo País Industrializado. Essa parcela da população, naturalmente, não participava de modo expressivo do grupo de consumidores locais.”

Por décadas, houve ausência total ou falta de planejamento para implementar políticas de suporte à indústria nacional de forma competente e sustentável. Como desenvolver bens de consumo inovadores e competitivos em meio ao contexto conturbado de formação do mercado brasileiro?

Por meio do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior [MDIC]; foi instituído o **Programa Brasileiro de Design** no mesmo ano de 1995. O PBD não constitui uma política independente, mas possibilitou uma série de articulações para desenvolvimento do Design com o objetivo de contribuir para o crescimento da indústria nacional. As Políticas de Design e sua relação com o contexto nacional funcionaram como molas propulsoras para novas formas de atuação do Designer e serão melhor exemplificadas em seguida.

Outro degrau galgado pelo Brasil a partir de então é um dos pontos diferenciais do país dentre as economias emergentes do BRICS, a diminuição da desigualdade²⁰. Leitão [2011, pág.429] cita os dados da luta contra a pobreza desse modo: “a partir do Plano Real a pobreza no Brasil começou a diminuir[...] O percentual de pobres no Brasil caiu de 47%, em 1993, para 25%, em 2008. O percentual de extremamente pobres saiu de 22% para 8%. A primeira queda foi por causa do Plano Real. A segunda aconteceu no governo Lula.” A autora argumenta sobre a lógica que estes números indicam: ‘permitir aos pobres capacidade de consumo fortalece a economia’.

Ainda sobre o governo FHC, Bueno [pág. 437] cita o desemprego, a crise da saúde pública e as altas taxas de juros entre outros aspectos negativos que se tornaram coadjuvantes apáticos frente ao êxito do Plano Real, e as oito milhões de pessoas

²⁰ ‘Na década de 2000, as taxas de crescimento anual de renda domiciliar per capita dos 20% mais pobres e dos 20% mais ricos em cada um dos diferentes países foi: China [8,5% e 15%]; Índia [1,0% e 2,8%]; África do Sul [5,8% e 7,6%], enquanto no Brasil o bolo dos pobres cresce mais do que o dos mais ricos [6,3% e 1,7%]. Ou seja, o bolso dos brasileiros, em especial dos pobres brasileiros, cresce mais que o PIB - Se atualizarmos as séries brasileiras até o final da década, o aumento de renda dos 20% mais pobres no Brasil será maior que a da China . [Neri, 2010]

que saíam da linha da pobreza: “as estrelas do real foram o frango [cuja produção aumentou em 1 milhão de toneladas entre 1993 e 1997], o iogurte [a produção dobrou em três anos], as TVs [8,5 milhões foram vendidas em 1996], as geladeiras [4 milhões vendidas em 1996] e, segundo o próprio FHC, as dentaduras.” Revistas influentes apresentam matérias de capa que destacam a ascensão da economia e do poder de compra dos mais pobres, respectivamente, Revista Veja em março de 2008 e Revista The Economist em Novembro de 2009.



Novembro de 2009



Março de 2008

As políticas sociais de transferência de renda iniciadas no governo FHC com programas como Bolsa Escola, que compuseram mais tarde o Bolsa Família, são importantes porque combatem a miséria imediata e atingem o ciclo da pobreza mais adiante através da exigência de frequência escolar das crianças que integram as famílias beneficiadas. Vale ressaltar que pesa sobre estes Programas vários pontos de discussão sobre o aspecto paternalista e a deficiência na fiscalização da aplicação das verbas, entretanto, é inegável sua contribuição nos números que constata a diminuição da pobreza.

Ainda com relação à educação, outro aspecto merecedor de destaque é a participação das instituições que compõem o Sistema S²¹ na oferta de cursos técnicos ou profissionalizantes. Grande parte do público destes cursos foi e é composta por jovens, ex-candidatos a futuros pobres ou miseráveis, que a partir de então conseguiriam integrar o mercado de trabalho, contribuindo para o aumento da renda familiar.

Após a transição do governo FHC para a gestão Lula o país enfrentou várias turbulências e resistiu durante a crise de 2008, que parou a economia norte-americana e ainda prejudicou toda a Europa. Desde 2003, a dívida foi paga, o país se tornou autossuficiente em produção de petróleo, o baixo risco de investimento atraiu capital estrangeiro e as políticas direcionadas às pequenas e microempresas foram ampliadas.

Estes trinta anos foram intensos e pode-se afirmar que o Brasil transformou drasticamente sua realidade. A estabilização engatilhou uma série de outros elementos de composição do quadro que se tem atualmente no país; a diminuição do desemprego e do analfabetismo, aumento do número de cursos técnicos e de nível superior, crescimento do empreendedorismo, entre outros. Antes de tudo, neste início de século o brasileiro pôde retomar a confiança num futuro melhor, e assim abandonar o ceticismo que invadiu o início da década de 90.

²¹ Grande parte das instituições que compõem o chamado Sistema S – SENAI, SESI, SESC, SEBRAE... ; surgiram na década de 1940 com objetivos sociais, mas foram reformuladas na década de 1990 e passaram a ter uma participação efetiva como canais de suporte para melhoria da qualidade de produtos e serviços ofertados no mercado nacional ou para exportação.

2.1 Internacional

2.1.1. Surgimento do Design como Profissão, prática e formação

Há infindáveis discussões sobre o ‘início do Design’. Existe uma história catalogada, editada e ensinada que ficou mundialmente convencionada como a legítima História do Design; questionar essa premissa não é o foco aqui.

O Design enquanto profissão existe, institucionalmente, a partir das mudanças nos modos e tecnologias de produção decorrentes da Revolução Industrial.

[Pevsner, 2002; Heskett, 2006]. Heskett formula os primórdios da atividade desse modo:

“Está, portanto, vinculado especificamente ao desenvolvimento da industrialização e mecanização que começou com a Revolução Industrial na Inglaterra por volta de 1770, embora não possa ser descrito simplesmente como um produto determinante desse processo. A característica distintiva, que é a separação entre Design e processos de fabricação, surgiu na verdade antes da Revolução Industrial, com a evolução do final da Idade Média para o início da organização industrial capitalista baseada em métodos artesanais de produção.” [Heskett, 2006, p.10. Sem grifos no texto original]

A Revolução Industrial e os processos que ela desencadeou, bons ou ruins, para desenvolvimento dos contextos econômicos modernos, são marcos inegáveis

para estabelecimento do Design. A separação oficial entre projeto e execução ficou mais evidenciada com o aumento na escala de produção. Quanto ao projeto e à impressão de padrões na indústria têxtil, Cardoso [2004, p.27] atenta que “um padrão decorativo bem sucedido podia gerar lucros imensos para o fabrico, sem nenhum investimento adicional [...]”, pois “[...] o custo de gerar ou imprimir o padrão era único e as possibilidades de reprodução ilimitadas”.

O aumento da produtividade acentuava a disparidade entre os processos de projeto e execução. Estas características estiveram e ainda estão entre os fatores elementares para distinção entre Designer e artesão, por exemplo. Em momento ainda ‘embrionário’ foi fatal a adoção de argumentos como este para diferenciar a atividade. Neste sentido, Heskett afirma - e deve-se concordar -: “sejam quais forem as circunstâncias particulares, entretanto, o desenho industrial é um processo de criação, invenção e definição separado dos meios de produção” [2006,p.10]. Cardoso reafirma que este aspecto da nítida separação “entre projetar a fabricar, constituiu um dos marcos fundamentais para a caracterização do Design” [2004, p.16].

A partir da evolução dos processos mecanizados, passaram a ser comercializados livros de padrões que serviriam para estampar tecidos e papéis de parede, sucessiva e indefinidamente, conforme a necessidade do produtor. Entretanto, há certo descompasso entre a evolução da maquinaria, ou das técnicas de produção, e a tentativa de reprodução de padrões estéticos para produtos que, até então, eram feitos e ornados à mão.

A influência do embate entre as características técnicas de uso e o apelo artístico dos produtos gerou ainda outras implicações para os conceitos atrelados aos projetos de Design. Este ponto frágil do novo modelo de produção denunciou produtos que não eram bons para o uso nem para os olhos. Foram estas as bases iniciais para a formulação dos motes equivalentes da 'boa forma' ou 'a forma segue a função'. Repetidos como juramento de profissão por professores, pesquisadores e Designers, Burdek afirma que "essencialmente essas duas direções que marcaram o trabalho de projeto do século 20." [2006, p.25] Embora a conclusão do autor seja forte, pode ser validada ao observar movimentos, grupos e escolas emblemáticas do século passado.

2.1.2. Formação acadêmica e a influência das escolas

Às duas lendárias escolas Bauhaus e Ulm²² coube a missão de tentar equilibrar o peso dos aspectos formal-funcionais nos projetos, e o legado do ensino alemão ainda paira sobre a produção de alguns lugares conduzindo os projetos pra uma estética funcionalista. De certo modo, a repetição de teoremas e fórmulas já ultrapassados tem se cristalizado através da influência de um, ou outro, centro acadêmico de referência; através de grades curriculares, algumas vezes, obsoletas. Niemeyer [2007] observa que por muito tempo, no Brasil, os alunos formados assumiam como docentes, também formatavam esse mercado em formação e direcionavam o modo de fazer Design na orientação de estagiários. Essa lógica de formação inicial do mercado pode ser vista como inevitável, ou coerente, tendo em consideração a falta de profissionais para ensinar e prestar

²² A Bauhaus foi instalada em 1919 na cidade alemã de Weimar e funcionou até 1933; a Hochschule für Gestaltung [UfG-Ulm] na também alemã cidade de Ulm, funcionou de 1953 a 1968. Nestas foram desenvolvidos projetos pedagógicos pioneiros para o ensino do Design ainda usados como referência na estrutura disciplinar de muitos cursos. Foram igualmente responsáveis pela formação de influentes precursores do Design em nível internacional.

serviços de Design em momento inicial. Importa que esse aspecto não seja negligenciado, como alerta Cardoso:

“O ensino tem exercido, ao longo de século 20, um papel fundamental na estruturação do Design como campo profissional, principalmente em termos da transmissão de uma série de valores formais e ideológicos que transpassam as diversas manifestações do Modernismo internacional. Pode-se dizer até que, paralelamente à história do Design vista pela ótica de seus praticantes e dos projetos por eles gerados, existe uma outra história do Design que passa pelas escolas e por uma estranha obsessão com linhagens e vínculos institucionais como marcos essenciais da legitimidade profissional.”
[Cardoso, 2004 p.166]

Os centros acadêmicos de Design instalados inicialmente nos países centrais e tardiamente nos países periféricos foram, em certa medida, responsáveis por explicar a atividade de Design. Considerando a confusão instaurada, pode-se concluir que houve algum ruído na comunicação de qual seria o papel do Designer. É de fato injusto, como apontou Cardoso desconsiderar o nível de influência da academia de Design frente a outras áreas como arquitetura ou administração.

A participação de arquitetos e artistas no corpo docente das primeiras escolas também contribuiu para a formação da imagem de que o Designer é um criador-inventor. A integração do elemento artístico no Design não foi clarificada, mas antes, se tornou mais confusa. Nesse sentido, pode-se destacar a contribuição de Ulm para a configuração de uma visão mais tecnicista do processo de Design. A possibilidade de ‘vender’ a profissão e seus prováveis resultados para os empresários recebe reforço ao se libertar a atividade da insegurança que o objeto de arte pode causar. Mozota lembra que “O Design é tanto arte quanto estratégia

de marketing. Tem a ver com elevar objetos domésticos a categoria de objetos de arte.” [2011, pág. 58]. Ao cercar-se com dados e pesquisas bem elaboradas não se exclui risco do Design, porque o risco está intrínseco à inovação, como a inovação ao Design; o que as técnicas de projeto permitiram foi a minimização do risco.

2.1.3. Políticas de Design, contextualização internacional

Políticas de Design²³ são ações estratégicas estruturadas pelos governos com a intenção de fomentar o desenvolvimento da atividade em seus territórios. Devido aos objetivos relacionados à competição de mercado, as Políticas de Design estão comumente associadas às políticas voltadas à indústria e comércio exterior.

Embora não seja um tema abordado de forma explícita e frequente nos textos sobre Design, ele está presente em toda a história da atividade, uma vez que, desde o advento da profissão durante a Revolução Industrial, era integrante da engrenagem de competitividade dos países na corrida pelas melhorias dos produtos fabricados em série. Alguns autores citam a exposição no Palácio de Cristal londrino, de 1851, como primeira ação de promoção do Design por um país; pode-se atentar desde este exemplo que as Políticas de Design estão abrigadas pela lógica e direcionamento da Política Industrial adotada.

No momento em que os métodos de produção por meio industrial passam a significar acréscimo de vendas, os países centrais passam a investir no aparato

²³ Raulik explica o a expressão dessa forma: ‘Políticas de Design podem ser descritas como estratégias que definem a visão e a direção a ser adotada para o desenvolvimento do Design de um país. Geralmente retratado em um documento escrito, serve como guia e propõe os grupos a serem atingidos, os objetivos e a justificativa para a adoção da estratégia proposta.’ [RAULIK, G. Panorama internacional das políticas de promoção e incentivo ao Design. Brasil. S.I.: MDIC. 2006].

ferramental para a este modelo de produção, e também nos Designs que demonstrassem este vanguardismo. Desse modo, escolas de formação, voltadas especificamente ao projeto de produtos para a indústria, eram implantadas e mantidas pelos governos de países pioneiros como Inglaterra, França, Alemanha, entre outros.

Dentre as primeiras ações, observa-se também o estabelecimento de oficinas por parte dos governos; que arcavam com a manutenção da produção com insumos, ou pagamento de pessoal, ou promoção dos produtos, como também a busca de novos mercados. Outro aspecto presente, ainda percebido em políticas recentes, foi a contratação e envio de olheiros ou pesquisadores. Estes iam a outros países com a missão de descobrir novas técnicas, observar as escolas e seus métodos, e compilar dados para implantação de melhorias nos sistemas de Design de seus países de origem.

A possibilidade de enriquecimento com a produção massificada intensificou todo e qualquer patamar de competição já existente nos mercados medievais. E é a competitividade, a base das políticas de fomento e estímulo ao Design, Mozota cita além da formação, outras formas de apoio governamental à atividade:

“O governo pode desempenhar um papel proativo no estabelecimento de um sistema que sustente o desenvolvimento do Design na economia. Na maioria dos países, o governo estimula o Design por meio de ajuda financeira, sistemas de formação profissional de qualidade, educação e parcerias entre escolas de Design e indústrias.

O Design com frequência é assistido por programas nacionais. Os países desenvolvem políticas para apoiar e promover o Design. Subvenções financeiras por meio de bolsas são oferecidas aos

gestores. Exposições e programas de pesquisa em Design são organizados, e dá-se apoio a publicações na área.”[2011, pág55]

Torna-se óbvia a percepção de que desde o contexto de nascimento dessa nova profissão, gerada dentro de empresas rudimentares que contavam com apoio do Estado para produzir, acabou por se fundamentar uma lógica de competição em nível de países através do Design, que parece mais coerente a partir do período pós-moderno.

2.1.4. Relação entre políticas de Design e políticas industriais

Na final do século 20, com a afirmação da lógica de mercado global, as ações pautadas no direcionamento de Políticas Industriais se tornaram mais constantes e integradas. No que se refere a estas estratégias, excetuando elementos de caráter individual de cada lugar, as bases das PI percebidas atualmente são:

- Apoio estatal para investimento em **inovação** a partir de **P&D**. Ocorre em via direta por meio de instituições de pesquisas financiadas, ou ainda a partir do incentivo às parcerias entre iniciativa privada e núcleos de pesquisa, este segundo formato é mais comum.
- Incentivo para empreendimentos e novas tecnologias direcionadas à **sustentabilidade** ambiental. Por envolver recursos e programas específicos merece destaque frente a outras linhas de pesquisa.
- Suporte para **implantação, manutenção e crescimento das MPEs**. O volume de empregos gerados pelas MPEs é o cerne da atenção recebida por elas pelos governos. Uma vez que, os níveis de desemprego de um país são inversamente proporcionais ao volume de negócios de pequenos empreendimentos espalhados em diversos setores da economia.

Obviamente, há um sem fim de estratégias adotadas, em diversos níveis, para conformar as políticas industriais em cada contexto. Entretanto, há um senso comum, uma constante de ações voltadas para os pontos elencados.

Nos países emergentes, por exemplo, há um consenso quanto à necessidade de investimentos em educação e formação para a indústria. Devido ao déficit educacional histórico, nestes locais, as políticas direcionadas à pesquisa e inovação, necessitam de permanente alinhamento com programas de ampliação da rede de ensino básico, técnico, superior e especializado. O Interessante é que a atividade de Design está intrinsecamente associada aos pontos de maior relevância [e mais constantes] citados.

2.2. DESIGN + BRASIL

2.2.1. Formação em Design no país

Do encontro do milionário Assis Chateaubriand com o jornalista e *Merchant* Pietro Bardi seria concretizado o projeto do Museu de Arte de São Paulo. O MASP foi fundado em 1947, e em 1951 o Instituto de Arte Contemporânea_IAC, como parte das ações do novo museu. Segundo a história oficial do Design no Brasil²⁴, foi então, ministrado aos alunos do Instituto o primeiro curso de Design no país.

Esta primeira iniciativa foi sequenciada por outro curso vinculado a um museu, no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro em 1957; em seguida, por aulas de Design no curso de arquitetura e urbanismo da FAU-USP em 1962; e finalmente a

²⁴ A expressão 'história oficial do Design no Brasil' refere-se às pesquisas de Niemeyer [2007] e Cardoso [2004]; considerando dados e fatos coletados pelos autores em publicações que se tornaram referência para o tema no país.

base do curso do Instituto de Belas Artes, também no Rio, que foi utilizada para instalação da primeira escola de nível superior no país em dezembro de 1962, a Escola Superior de Desenho Industrial - Esdi. Niemeyer [2007, pág.17] destaca a constatação que tem sido continuamente repetida no meio: “o marco histórico do Design no Brasil é, sem dúvida, a criação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), no então Estado da Guanabara, em 1962. O estatuto profissional do Designer foi traçado a partir de sua implantação”.

O Design é uma profissão jovem e seu enquadramento em formato de currículo para ensino tem suas bases pautadas nas iniciativas alemãs das lendárias escolas de Weimar e Ulm ainda no início do século 20. Saber que estas iniciativas pioneiras do ensino de Design, não só no Brasil, mas na América Latina, surgiram a partir da segunda metade do século é parte do entendimento sobre o atraso em nível internacional que os bens de consumo locais sofreram. Em linhas gerais, já corria a década de 1960 quando o primeiro curso superior na área foi instituído, num período onde a liberdade de criação e expressão eram delimitadas por uma ditadura violenta, em meio a um caldeirão político e por motivações também políticas. Niemeyer [1_pág.63] e Cardoso [2_pág. 171] reforçam que a criação da escola integrava o projeto político:

“A criação de um curso de Design pelo Estado da Guanabara foi um dos projetos que Lacerda teve um interesse pessoal em concretizar. Ele parecia conhecer o significado do papel a ser desempenhado pelo Design num projeto de desenvolvimento. Ao pretender ser a expressão da modernidade na cultura material industrializada, o Design se coadunava com o projeto político pessoal do governador e com o ideário liberal desenvolvimentista que ele representava.” [1]

“Algumas lideranças da UND buscavam ativamente oportunidades para se mostrarem empenhadas com todo e qualquer avanço no plano econômico e industrial, principalmente em termos de ciência e tecnologia. Tomava corpo então a política de utilizar realizações tecnológicas e industriais para dar um verniz progressista a governos profundamente reacionários em todos os outros sentidos, política esta que se tornaria normativa no Brasil ao longo das décadas seguintes.”[2]

Desse momento inicial podem ser observadas algumas características do Design nacional, quatro destas serão enfatizadas. A primeira é a influência do Artesanato e da Cultura Popular; a segunda é a força do Mobiliário e a contribuição de mestres Arquitetos; a terceira refere-se ao impacto do Funcionalismo das escolas alemãs; e por fim, o Improviso que o Design brasileiro possui, decorrente da precariedade de tecnologias e materiais.

Com relação ao entrosamento que há entre o **Artesanato**, os elementos da **Cultura Popular** e o Design no Brasil, pode-se destacar inicialmente as pesquisas pioneiras da arquiteta Lina Bo Bardi sobre a cultura material brasileira. A esposa de Pietro Bardi integrou a organização do curso pioneiro do IAC, e montou exposições com peças do artesanato de raiz e objetos representativos da cultura popular nacional.

No que diz respeito ao segundo aspecto, cabe o exemplo de Vilanova Artigas; um dos precursores em extrapolar os limites do projeto arquitetônico para os objetos, foi, também, um dos responsáveis pela introdução da disciplina de Design na FAU_USP. Como dele, muitos e grandes nomes do Design brasileiro foram **arquitetos** que encontraram no desenvolvimento de produtos e, principalmente, peças de **mobiliário** seu caminho profissional.

No tocante à terceira característica citada, da mesma forma que ocorreu em tantos outros lugares, no Brasil houve também [e ainda há] uma forte influência dos dogmas disseminados pelas **escolas alemãs**. Durante muitos anos, os currículos dos cursos de Design brasileiro estavam enquadrados nos princípios adotados pelo ensino germânico do projeto de produtos. Mais do que um preciosismo formal em busca de minimalismo, cabe destacar a contribuição da importância dada às questões de **funcionalidade** que impactaram fortemente os projetos desenvolvidos aqui.

O quarto ponto a destacar pode ser resultado inicialmente da proibição de manufaturas em território nacional²⁵. Por consequência do decreto, houve aumento de importações por parte de uma classe com melhor poder aquisitivo. Entretanto, nas camadas mais populares era importante desenvolver soluções em artefatos, inventos ou engenhocas que resolvessem necessidades não supridas por objetos que não podiam ser produzidos no país.

Outra possível razão para o imprevisto característico do Design nacional pode ser o atraso para a chegada dos métodos 'oficiais' de concepção e ensino do Design, uma vez que, o ensino é instituído no país a partir de 1950. Enquanto não havia uma escola de formação, enquanto não havia currículo a cumprir, era necessário encontrar soluções. Pode-se contar também com o período de proteção ao mercado²⁶, quando havia barreiras a tecnologias desenvolvidas fora. Porém, é

²⁵ Referência ao alvará de 5 de janeiro de 1785 de D. Maria [a louca], que proibia as manufaturas têxteis e coibia outras produções, referendando a necessidade de mão-de-obra para as lavouras. Fonte: Fernando A. Novaes, A Proibição das Manufaturas No Brasil e a Política Econômica Portuguesa do Fim do Século 18. Revista de História 142-143[2000], pág.213-237. Disponível em <http://www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/rh/n142-143/a05n1423.pdf>. Acesso em 19/11/2011.

²⁶ Desde a implantação da indústria brasileira no período de 1930/1940 até os primeiros anos da década de 1990; houve fortes barreiras à importação que produziram grande descompasso entre a

justamente este **improviso** que se tornou uma das características mais fortes do Design brasileiro. Frank Zierenberg, um dos coordenadores do Premio IF Design, em entrevista à revista Casa Claudia²⁷ expõe este aspecto com o laconismo permitido pelo olhar externo:

“O Design brasileiro, do meu ponto de vista pessoal, é muito baseado no **trabalho manual** e na **improvisação**. Aqui na Europa você tem um nível técnico e padrões muito altos - que vocês talvez ainda não tenham no Brasil em grande escala. **Mas os brasileiros são mestres da improvisação e em tirar o máximo proveito, fazer o melhor com o que está disponível no mercado e em combinar artesanato com produção industrial.** Por exemplo, empresas como a Lumini, que tem participado do IF Design Awards há um bom tempo, começaram com uma grande quantidade de produtos manuais e agora está migrando para meios de produção automatizados de suas luminárias. Eu acho que isso é um desenvolvimento muito interessante. Mais uma vez, o Brasil tem muito a oferecer ao mundo, muitos trabalhos manuais, manufaturas e técnicas interessantes que realmente podem trazer algo de novo para a comunidade do Design.”

Este improviso não se deve apenas ao atraso para a ‘chegada’ do Design ao Brasil, mas também pelo modo como aconteceu. Moraes [2006, pág. 41,42] justifica a insatisfação dos Designers brasileiros com relação aos produtos que foram comercializados por anos no país, frutos de projetos externos ou copiados:

“Se considerarmos o esforço realizado pelo país ao conceber e instituir as suas escolas de Design frente a uma real falta de interesse por parte dos produtores nacionais e das empresas do exterior já estabelecidas no Brasil. Percebe-se que a tão necessária interação entre o Design a indústria aconteceu de forma consideravelmente tardia no Brasil; a indústria não deu ao Design brasileiro, como se esperava antes, uma legitimidade que lhe proporcionasse um maior e

qualidade do produto nacional frente ao que se comercializava fora. Fonte: Azevedo e Portugal: Abertura Comercial Brasileira e Instabilidade da Demanda de Importações. Disponível em http://www.ufrgs.br/ppge/pcientifica/1997_05.pdf. Acesso em 25/11/2011.

²⁷ Entrevista disponível em <http://www.Designbrasil.org.br/entrevista/frank-zierenberg-coordenador-do-if-Design-awards-para-revista-casa-claudia>. Acesso em 05/01/2012, sem grifos no original.

veloz desenvolvimento no âmbito produtivo local. A distância entre Designers e empresas nos deixou à margem da competição mundial no campo do Design e dos artefatos industriais [...] Neste cenário, pode-se perceber o Design no âmbito local brasileiro como fruto do conflito entre os interesses de um grupo de intelectuais [representantes da modernidade brasileira], de um lado, e dos empreendedores, de outro. Em síntese, podemos dizer que não foi efetivada a imediata sinergia Design-indústria que se esperava no Brasil. O Design brasileiro inicia, portanto, o seu percurso como um discurso unilateral, construído apenas entre Designers.”

Não seria honesto afirmar que a precariedade das condições nas quais nasceu, e se estruturou, o Design nacional são vistas como qualquer forma de privilégio ou diferencial. Entretanto é importante reconhecer o que o Designer nacional, como bom brasileiro, conseguiu extrair e criar a partir destas condições, e esta, tornou-se-lhe também uma característica inegável.

Ainda durante as décadas de 1970 e 1980, os números de cursos eram bastante tímidos, apesar de apresentar avanços. Entre 1995 e 2010 há um boom que totaliza, ao final do período, quase 500 cursos considerando os níveis técnico e superior conforme detalhamento de Paula *et AL* [2010]:

“No âmbito do Design, o Brasil hoje contabiliza, aproximadamente, 85 cursos de bacharelado em Design de produto. Quando se incluem os cursos tecnológicos, sequenciais nas áreas de Design gráfico, digital, de moda, de interiores, de games, entre outros, totaliza-se o número de 483. Conta, também, com poucas opções de *stricto sensu* em Design. São 12 cursos de mestrado ao todo, três no estado de São Paulo (UNESP, UAM, SENAC), dois no Rio de Janeiro (PUC-Rio e UERJ), três no Rio Grande do Sul (UFRGS, UNISINOS, UNIRITTER, os cursos de Santa Catarina (UFSC), Paraná (UFPR), Pernambuco (UFPE) e Minas Gerais (UEMG). Apenas a PUC-Rio e a UNESP oferecem doutorado e são os programas melhores qualificados.”

E enquanto as tais condições ideais de desenvolvimento do Design não existiam, gerações de Designers foram formadas, alguns para exercer a profissão, outros não. Cabe reconhecer também que estes não Designers [por exercício] deram sua contribuição ao país em outras tantas funções que exerceram, através da formação rica e diversificada que o curso oferece, ou ainda pelas características pessoais intrínsecas a um Designer [por natureza] como olhar inquieto e criatividade na busca de soluções. Àqueles que enfrentaram a árdua construção de um campo de atuação para o Designer fica a grata satisfação de ter visto a resistência a esse mercado sendo vencida no país; e finalmente, o reconhecimento de um Design com o frescor dessa nação jovem, agora, celebrada pelo velho mundo.

2.2.2. Políticas de Design no cenário brasileiro

Considerando certa dificuldade de coordenação ou continuidade das políticas econômicas e de caráter industrial no Brasil até a década de 1990, há de se concluir que as ações de incentivo ao desenvolvimento do Design nacional não integraram efetivamente Políticas de Design inicialmente, mas programas de incentivo. Como visto na contextualização anterior, as Políticas de Design servem como um guia a ser seguido e coordenam a integração de programas e ações conjuntas para atingir os objetivos deste guia. No plano nacional, os Programas de incentivo ao Design estão comumente vinculados aos objetivos de políticas para a indústria ou para o comércio exterior, mas não possuem uma agenda própria.

Com relação ao contexto histórico, do mesmo modo que foram citados o fomento e estabelecimento de escolas para formação de projetistas na Europa; também no

Brasil, com a chegada da família real do Rio de Janeiro em 1808 foi instituída a Escola Real de Ciências, Artes e Ofícios em 1816, posterior Academia Imperial de Belas Artes a partir de 1926. Apesar do fato de abarcar a formação de profissionais para *artes e ofícios*, em seguida, artes aplicadas; a instituição dava maior ênfase às belas artes e tem se apontado a recriação dos modelos neoclássicos franceses de arte em terras tupiniquins como seu objetivo maior.

Mesmo diante da evolução industrial em escala mundial que as grandes guerras provocaram e ainda com os investimentos feitos nas estatais durante o governo Vargas, o que houve no âmbito da indústria nacional foi um avanço nos setores de base como siderurgia e energia. Niemeyer ressalta que “a emergência institucional do Designer no Brasil está diretamente ligada à ideologia nacional-desenvolvimentista dos anos 50, num universo nitidamente inserido nas crenças modernistas que começaram a tomar forma no país” [2007 p.17].

A partir de então, e até a década de 1990, as ações de incentivo ao Design no Brasil quase podem ser citadas de maneira linear e não articuladas. Costa [2011] destaca a abrangência das ações em nível estadual:

No Brasil, a implementação de políticas públicas de incentivo ao Design é recente. Iniciou-se em âmbito estadual quando, no final dos anos 1970, em São Paulo, o Governo do Estado e a Federação das Indústrias firmaram um convênio para oficializar a criação de um Núcleo de Desenho Industrial – NDI. Foi somente em 1995, porém, com o lançamento do Programa Brasileiro do Design (PBD) - pelo Governo Federal, Decreto de 09 de novembro de 1995 (MDIC, 2006) e diversas instituições, que se iniciou um programa de âmbito nacional.

Estas iniciativas, implementadas de modo pontual, geravam descontinuidade de gestão e resultados. Moraes [2006, pág. 132] faz um breve apanhado de iniciativas a começar da década de 1970:

“Vale recordar que diversas ações de promoção do Design brasileiro foram ativadas em vários âmbitos após a década de setenta no Brasil. Além do já mencionado Setor de Desenho Industrial do Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC/MG [1972], ressaltam-se, dentre outros a Divisão de Desenho Industrial do Instituto Nacional de Tecnologia do Rio de Janeiro – INT/RJ [1975]; o Núcleo de Desenho Industrial do Departamento de Tecnologia da Federação das Indústrias de São Paulo - NDI: DETEC – FIESP/CIESP [1979]; a Unidade de Design da Fundação Osvaldo Cruz – FIOCRUZ/RJ [1986]; o núcleo de Design do Instituto Tecnológico do Estado de Pernambuco – ITEP/PE [1997]. Através de ação do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo – MICT e com a participação da Confederação Nacional da Indústria – CNI, surgem o Programa Brasileiro de Design – PBD [1995]; os Núcleos de Apoio ao Design do Serviço Nacional da Indústria – NAD/SENAI [1998] e o Programa Via Design do SEBRAE Nacional [2002]”.

Ainda mediante os exemplos vistos, e de bons projetos executados nos espaços institucionais citados, pairava continuamente alguma incerteza com relação à efetividade dos resultados por não haver continuidade ou integração entre as ações implantadas. E certamente, a maneira desarticulada como os diferentes centros desenvolviam suas atividades pode ter prejudicado a propagação dos efeitos sobre a economia do país como um todo. Neste sentido, cabe ressaltar a relevância do Programa Brasileiro de Design [PBD] apresentado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior deste modo:

“O Programa Brasileiro do Design - PBD, criado em 1995 pelo Decreto de 09 de novembro de 1995, destina-se a promover o desenvolvimento do Design no Brasil, dado o fato deste país ter forte identidade criativa, apto a desenvolver a marca Brasil no competitivo

mercado internacional. O PBD resultou da aglutinação e articulação de subprogramas de abrangência geral e específica, promovendo uma orientação estratégica única e caráter descentralizado, busca motivar os empresários e engajá-los no alvo principal, que é inserir o binômio Design e inovação no sistema produtivo²⁸.”

A partir de então, passa a haver maior sintonia entre as ações desenvolvidas nos estados brasileiros com direcionamento para as estratégias do país para ampliar sua participação mercado internacional; apresentando o programa no Panorama do Design Nacional em 2006; Miassaki, Pougy e Saavedra ressaltam:

“um programa de âmbito nacional só surgiu em 1995, quando o Governo Federal lançou o PBD – Programa Brasileiro de Design com o objetivo de incentivar a utilização do Design nos setores produtivos brasileiros. O lançamento do programa foi um reconhecimento, por parte da administração federal, da importância do Design como fator estratégico para a competitividade internacional da economia brasileira”.

O PBD funcionou efetivamente como uma mola propulsora para uma série de outras ações, não apenas por servir como guarda-chuva para algumas delas, mas também por chancelar, em patamar ministerial, o Design como área estratégica na pauta de competitividade do produto brasileiro. Táticas de promoção como a criação da Marca Brasil; o Portal DesignBrasil.org a partir de 2004; e também os incentivos às premiações nacionais figuram como alguns exemplos de apoio à disseminação da consciência sobre a relevância do Design no país. Ainda dentre as ações de promoção, o mesmo documento de Panorama do Design Nacional destaca o Programa *Design Brazil Excellence*:

²⁸ Disponível em <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=2&menu=3262>. Consulta em 20/11/2011.

“é uma iniciativa da APEX-Brasil em parceria com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e com organização da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha. Visa promover o reconhecimento internacional do Design de produtos e serviços desenvolvidos no país, com vistas ao fortalecimento da imagem do Brasil no exterior.”

A evolução da participação brasileira em premiações de abrangência internacional deve-se fundamentalmente ao apoio recebido por parte de Designers e empresários através do órgão. Um caso clássico de resultado desse tipo de prática de incentivo é a empresa Lumini; com recursos do DBE, pôde levar a luminária Luna a Hannover, e após a conquista do *IF Awards* penetrar o mercado europeu com um produto ainda semiartesanal através do essencial toque de valor do Design.

Com o estabelecimento de ações semelhantes são provocados espontaneamente outros resultados. Apenas dentro do contexto de afirmação que o Design nacional passa a conquistar, seriam possíveis articulações como o Prêmio Idea Design Brasil como representante latino da premiação norte-americana de maior influencia internacional. Criado em 1980 pela IDSA – *Industrial Designers Society of America*, uma das entidades mais respeitadas da área, o Prêmio IDEA – *International Design Excellence Awards* se consolidou como um dos eventos mais concorridos do Design internacional. Desde 2008, como resposta ao crescimento de sua participação e confiança nas políticas implantadas, o Brasil abriga a única versão externa da premiação.



- PARTE 2 -



CAPÍTULO 3
METODOLOGIA DESCRITIVA
DA PESQUISA

A pesquisa está baseada na tríade conceitual estabelecida entre o **Design**, a **Formação** em Design e os **Contextos** Socioeconômicos, políticos e culturais brasileiros; e para cada elemento da tríade foi elaborado um objetivo específico. As delimitações de espaço e tempo compreendem Design no Brasil no período entre 1980 e 2010; e desse modo pretende-se estudar as formas de atuação para o Design considerando as demarcações citadas e as relações com o contexto histórico levantado. Foram estabelecidos os objetivos do seguinte modo:

OBJETIVO GERAL

Analisar as formas de atuação profissional dos Designers no Brasil, entre 1980 e 2010, considerando as mudanças ocorridas nos contextos político, sociocultural e econômico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar a influência de fatos ocorridos nos contextos político, sociocultural e econômico para o surgimento de novas formas de atuação profissional dos Designers.
2. Relacionar a construção do campo profissional com a formação em nível superior e com a constituição de políticas de Design no país;

3. Mapear as formas de atuação, identificando profissionais, empresas e produtos expoentes e/ou referência em fontes especializadas.

Para realização da pesquisa, foi levantado material bibliográfico sobre a história social, política e econômica do Brasil, tendo em vista a compreensão dos contextos de formação do povo, sua estética, e formação da indústria local. De igual modo, foi também pesquisado material referente à história do Design enquanto profissão no Brasil e no mundo e as políticas de incentivo a esta área.

Com o objetivo de selecionar e eger as formas de atuação já estabelecidas e validadas pelo mercado profissional, procurou-se por materiais escritos que apresentassem casos referendáveis conforme proposta da pesquisa. De conhecimento de publicações e premiações relevantes no contexto nacional dentro do período selecionado, foram estabelecidos como fonte de pesquisa exploratória documental: os livros 'Design Brasileiro: quem fez, quem faz'; e os dois primeiros volumes de '10 Cases do Design Brasileiro'; Revistas Design&Interiores, Projeto-Design e ArcDesign; e resultados dos prêmios Design do Museu da Casa Brasileira [MCB Design] e International Forum Design Hanover [IF Design]. Cada material selecionado será justificado e discriminada a amostra utilizada a seguir.

3.1. Publicações / Livros

A mostra de livros foi selecionada por apresentar casos clássicos e Designers, escritórios icônicos, junto a jovens Designers e equipes. Em 'Design Brasileiro: quem fez, quem faz', de 2005, Ethel Leon faz um apanhado de nomes

representativos para o Design nacional desde os primórdios até os tempos atuais. Considerando escolas, instituições diversas, Designers, Designs, escritórios, fábricas e lojas; a autora gera um catálogo comentado de grande relevância quando se deseja referenciar Design no Brasil.

Foram utilizados como fonte também os dois primeiros volumes de '10 Cases do Design Brasileiro', ambos organizados por Auresdene Pires Stephan. O primeiro livro foi lançado em 2008 e o segundo em 2010, são trabalhos que apresentam uma visão mais fresca do mercado de Design no Brasil em suas diversas formas, a partir de casos de sucesso apontados por escritórios e Designers premiados, a coletânea possui um número maior de equipes mais jovens em formação e atuação.

Nos textos os casos já apontam produtos, escritórios e Designers que já foram contemplados em diversas premiações nacionais e internacionais. Abrangem também características da forma de inserção profissional dos nomes citados, e esta base permitiu uma pré-seleção de casos para as etapas subsequentes.

3.2. Publicações / Revistas

Da amostragem de periódicos para compor o material da dissertação, foram pesquisadas 114 revistas, sendo destas, 37 números de Arc Design, 13 de Design & Interiores e 64 de Projeto Design; considerando as duas primeiras como publicações bimestrais e esta última com periodicidade mensal. Os números utilizados foram publicados a partir da década de 90.

3.2.1. ARC Design

Publicação bimestral lançada em 1997, a Revista Arc Design se consagrou como periódico mais perene²⁹ no mercado nacional tendo seu conteúdo majoritariamente voltado ao Design. Abordando temas de interesse em Design Gráfico, de Interiores e de Produtos, a equipe liderada por Maria Helena Estrada conectou o público brasileiro com acontecimentos internacionais e divulgou o Design e a Cultura Material brasileira em linhas gerais. Nas palavras de sua editora, na abertura, em número inaugural:

“Arc Design nasce de uma precisa determinação e desejo. Falar do Design, de seus conceitos, de sua historia, de seus fatores determinantes e, também de todo o universo que o projeto abrange. [...] Vai falar da cultura material de nosso tempo, com ênfase na cultura brasileira e sul-americana, trazendo também informações sobre grandes manifestações internacionais. [...] Vamos falar do Brasil, de sua indústria e do papel do Designer nessa complicada equação ou relação.”

Após julho de 97 são mais de 70 números, e em suas páginas é possível enxergar o amadurecimento do Design nacional, desde o apoio com divulgação de jovens Designers e novos Designers, como na projeção de premiações da área, atraindo público para diversos eventos do setor. É possível perceber durante a evolução dos números, a mudança proporcional entre o acréscimo de pautas tomadas por Designs e iniciativas nacionais, no mesmo sentido da diminuição de matérias exclusivamente internacionais, ainda nos primeiros números o volume destas é evidentemente superior. E não acontece de o conteúdo internacional ser preterido posteriormente; mas sim, passa a haver material suficiente no Brasil

²⁹ Está sendo considerado o fato de a revista conter majoritariamente material de Design e direcionada principalmente ao público de interesse da área, não pelo aspecto quantitativo. Há publicações que possuem mais números, entretanto não têm o Design como tema principal.

para preencher as pautas. Podem-se observar os elementos populares valorizados através da arte e do Design brasileiros; o crescimento de publicações sobre Design no país; a presença de brasileiros em premiações e exposições de visibilidade mundial. Foram pesquisadas 37 revistas entre os números 01 e 51 publicados entre 1997 e 2006.

3.2.2. Design & Interiores / Projeto Design

O primeiro número oficial da Revista Projeto é lançado em 1977 com foco em Arquitetura e Urbanismo; e em 1987 foi editada a primeira Design&Interiores, uma publicação de natureza complementar da outra. A partir de março de 1996 é feita a fusão das duas revistas, e na verdade, o Design passa a ser uma pequena seção integrante da Projeto Design.

Apontar a Arc Design como publicação de referência com conteúdo majoritariamente de Design, ênfase feita nos parágrafos acima, é uma forma de pontuar a redução que houve nas pautas específicas da área com a fusão das revistas Projeto e Design & Interiores³⁰. No texto do editor na edição inaugural da revista reformulada: “a mesma quantidade de páginas sobre arquitetura de edifícios que encontrava na revista Projeto. E cerca de metade da quantidade de páginas sobre arquitetura de interiores e Design que encontrava na revista Design & Interiores [neste caso, sem perda para os leitores, visto que a revista será mensal].”

³⁰ Por muito anos a Design&Interiores foi a publicação de maior referência da área no país, abrindo suas pautas para grandes mestres do Design.

É fato que, desde 1987, com desenvolvimento por grandes profissionais, as matérias referentes ao Design na Design & Interiores e Projeto Design foram de grande relevância para a área, ressaltando que foi de extrema importância para a formação e informação de Designers no final dos anos 1980 e início dos anos 1990. Com textos, Designs, Designers e eventos notáveis, as publicações trazem uma contribuição óbvia a esta pesquisa. Da Design&Interiores foram pesquisadas 13 revistas, entre os números 30 e 50, publicados entre 1992 e 1996; da Projeto-Design foram pesquisadas 64 revistas, entre os números 194 e 324, publicados entre 1996 e 2007.

3.3. Premiações

3.3.1. Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira

O prêmio de Design do MCB é a maior referência nacional em termos de premiações da área de Design. Em 25 edições desde sua implantação em 1986, o evento cresceu ano a ano em número de inscrições e categorias. Em relatório sobre o período de sua gestão do Museu entre 2003 e 2007, Adélia Borges³¹ enfatiza dois pontos interessantes que tocam o pioneirismo da iniciativa e a perenidade galgada: “Design era uma palavra pouco conhecida e compreendida quando, em 1986, Jorge da Cunha Lima, então secretário de Estado da Cultura de São Paulo, e Roberto Duailibi, diretor do Museu da Casa Brasileira, criaram um prêmio para incentivar a sua disseminação no país”. O Prêmio Design MCB se tornou a premiação de Design de produto com maior longevidade em nosso país, o mais reconhecido por sua seriedade e aquele cujos resultados mais fortemente

³¹ Museu da Casa Brasileira: maio 2003 – maio 2007. Secretaria de Cultura do Estado/ Governo do Estado de São Paulo. PDF disponível em [HTTP://www.adeliaborges.com/textos](http://www.adeliaborges.com/textos). Acesso em 15/01/2012.

ecoam além de suas próprias fronteiras, ou seja, é o prêmio que tem maior visibilidade no Design brasileiro.

A verdade é que, a responsabilidade na escolha do júri e o rigor adotado, muitas vezes criticado por escolher não premiar ninguém, conferiu credibilidade ao Prêmio MCB que atualmente tem seu resultado utilizado como base para seleção dos projetos a receber apoio do *Design Brazil Excellence* em outras premiações.

Desse modo, o Prêmio Design do MCB tornou-se uma grande vitrine para divulgação do trabalho de empresas e Designers jovens ávidos por apresentar seu talento ao mercado com chancela de grandes nomes do Design Nacional. Continua sendo também um canal para reafirmar e enaltecer o trabalho de grandes mestres do Design no Brasil.

3.3.2. IF Design Awards

O IF Design Awards acontece em Hannover na Alemanha desde 1953, como parte das ações de promoção do IF International Forum Design. Ao longo dos anos se tornou selo de chancela para projetos de vários países como forma de entrada em mercados internacionais. Recebe propostas de mais de 35 países, e possui um júri formado pelos *melhores dos melhores* em cada categoria, atualmente 16.

Há algum tempo, obter um IF Design de ouro, que premia os 60 destaques de cada edição; tem sido comparado a conseguir uma estatueta do *Oscar Internacional do Design*, como o prêmio ficou conhecido. É a premiação mais badalada da área, e de fato, se constitui uma grande vitrine para empresas e lojas do mundo todo. Este evento tem sido uma boa porta de entrada para produtos

brasileiros no mercado europeu. Com participações tímidas até o início do Século 21, o Design Brasileiro começou a mostrar sua personalidade na premiação de fato a partir de 2003, com apoio do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior [MDIC]. Através do Programa *Design Brazil Excellence*, que tem como “objetivo a promoção do reconhecimento internacional do Design de produtos e serviços desenvolvidos no País, com vistas ao fortalecimento da Marca Brasil e da imagem do produto brasileiro de maior valor agregado”.³²

Desde então, conforme dados do *Design Brazil Excellence*, são mais de 1.451 produtos e projeto enviados à concorrência na Alemanha, 990 finalistas, 177 premiados com o selo IF, e 4 trofeus IF Gold. Segundo *Ralph Wiegmann, diretor do iF em Hannover, a iniciativa do programa Design Excellence Brazil fez do Brasil o primeiro país a propor uma participação coletiva e institucional dos candidatos e, hoje, o Brasil é o 6º país que mais se inscreve no iF Product Design Award e é o 10º mais premiado*³³.

Pela relevância do prêmio em nível internacional; mesmo em vista do número de participações ainda reduzido, esta premiação está considerada aqui como um indicador de iniciativas de sucesso nas formas de atuação do Design brasileiro contemporâneo.

Com base no material pesquisado e considerando casos, temas, materiais e técnicas frequentes foi estabelecida uma classificação para as formas de atuação encontradas conforme a Produção dos Artefatos e a Relação com o Mercado.

³² Dados do Programa disponíveis em <http://debrasil.Designbrasil.org.br/Design-excellence-brazil/>. Acesso em 03/01/2012.

³³ *Ibidem*.

Na primeira classificação estão agrupadas duas categorias; 'Designers Artesãos, da Madeira e de Mobiliário'; e 'Design e Artesanato'; estão exemplificadas em cinco casos. Na segunda classificação constam sete casos em cinco categorias, são estas: 'Escritórios'; 'Duplas'; 'Empreendedorismo'; 'Núcleos e Laboratórios' e 'Experimentais'.

É importante ressaltar que os casos apresentados constam neste documento como exemplos colhidos nas fontes citadas. Estão descritos com ênfase no diferencial que oferecem quanto à forma de relação com o mercado, desenvolvida em cada iniciativa. Não há um critério de valoração gerado por maior ou menor frequência, embora, todos constem no material de pesquisa documental. Fernando Prado ou os Irmãos Campana são exemplos de designers que constam no conteúdo com bastante frequência, mas não figuram como casos detalhados. A intenção da pesquisa é apresentar formas de atuação para o designer brasileiro dentre iniciativas estabelecidas, sem, entretanto, recair para qualquer critério hierárquico ou valorativo. Desse modo insta ratificar que se trata de exemplos.



CAPÍTULO 4

FORMAS DE ATUAÇÃO

Os formatos de atuação resultantes da pesquisa, conforme descrição anterior, são decorrentes da frequência encontrada no material selecionado. A primeira classificação para os formatos de atuação encontrados faz alusão ao modo de Produção dos Artefatos, considerando este, um aspecto determinante para a inserção no mercado por parte de muitos Designers memoráveis. A primeira categoria apresentada traz os casos de Calos Motta, Jader Almeida e Zanini de Zanine descrita como ‘Designers Artesãos, de Madeira e de Mobiliário’. A segunda categoria apresenta Marcelo Rosebaum e Sérgio Matos como exemplos dentre Designers portadores de um discurso importante sobre as relações entre ‘Design e Artesanato’.

O segundo modo de classificação está baseada nas relações entre Designer e Mercado porque foi percebido que esta relação é determinante em muitas soluções para inserção na prática profissional. São apresentados nesta seção os casos do Escritório Questto|Nó; das Duplas NCS Design Rio e ,Ovo; casos de Empreendedorismo com Fernando Jaeger e a Imaginarium; também Núcleos e Laboratórios de Pesquisa com o LBDI e O Imaginário. Por fim, apresenta-se a categoria formada por anônimos de Designs ‘Experimentais’ devido, principalmente, à constância de anúncios e notas com este formato de inserção no mercado presente nas revistas pesquisadas.

4.1. Designer e Produção

4.1.1. Designers Artesãos, da Madeira e de Mobiliário

É imprescindível pontuar alguns traços da materialidade brasileira que perpassam a história do Design no país. A representatividade do mobiliário é contrastante com outras áreas de Design, quando se trata do contexto nacional, não apenas por sanar necessidades locais quando ainda era difícil importar, mas principalmente pela qualidade reconhecida de projetos. Os destaques de atuação seguintes tratam de Designers que encontraram na madeira e no mobiliário seu caminho para concretização do projeto. São exemplos de que compartilham a busca pela excelência em móveis com um diferencial entre eles; são citados inicialmente Carlos Motta e Maurício Azeredo, dois Designers icônicos que defendem a execução das próprias peças como partido fundamental de seu processo. Em seguida são citados Jader Almeida e Zanini de Zanini como propostas de renovação da geração de Designers do mobiliário e da madeira.

Alguns Designers conjugam a característica de empreender o projeto, mas transcendem o fenômeno projetual para retornar à execução das peças. Esta lógica de atuação é um tipo de reversão ao cerne da profissão conforme a história clássica do Design segmenta, apartando o artífice medieval do projetista industrial a partir do final do século 19. A verdade é que decorrido o século 20, o Designer se libertou da necessidade de apresentar-se como diferente do artesão, do artista, do arquiteto, do cenógrafo, entre outros; admitir-se Designer e artesão deixou de ser uma questão paradoxal e passa a ser encarada como umas das formas de atuação possíveis. Alencar aborda especificamente Designers de

mobiliário e elenca alguns representantes do formato de modo poético e verdadeiro:

“Estes Designers considerados artífices preferem o trabalho dentro da marcenaria sentindo a profusão dos cheiros do angelim, da andiroba, do cedro, do amendoim, do roxinho, do vinhático, etc. Uma mistura emanada da nobre matéria prima que será transformada em verdadeiras obras. Figuram nessa categoria os Designers Carlos Motta, Júlia Krantz, Paulo Alves, Morito Ebine e a Marcenaria Baraúna representada aqui pelo arquiteto Claudio Corrêa.” [2011, pág.81]

Dentre estes Designers, encontram-se também grandes mestres da madeira como Joaquim Tenreiro e Zanine Caldas, entre outros representantes ilustres do Design brasileiro, mesmo [e talvez justamente] quando defendido por imigrantes nacionalizados por opção, por identificação com a identidade mista do Brasil.

A presença de elementos da cultura nacional, de matérias-primas, estéticos, ou comportamentais agregados aos projetos de moveis no país presentearam o Design nacional com premiações, reconhecimento e, pode-se dizer; joias do Design de produtos. Muito desse mérito, deve-se à dedicação de mestres da arquitetura que se dedicaram ao projeto do ambiente interno e seu conteúdo.

Ainda apesar da proposição de novos usos e da valorização de novos materiais, como metal, couro, cordas, tecidos, e outros; nenhuma matéria-prima foi tão expressiva da mobília de alma brasileira como a madeira. A aplicação de modo a valorizar as cores, as características das madeiras nacionais tornou-se um traço marcante e belo do Design no Brasil.

Carlos Motta



Cadeira São Paulo



Poltrona Astúrias



Cadeira Havaianas



Arquiteto de formação [e de fato], Designer e surfista por paixão, Carlos Motta é um dos grandes exemplos da busca por um Design ‘honesto’, como cita Andrade. Posiciona-se contra projetos de modismo e trabalha pelo desenvolvimento de peças longevas [em matéria e forma]; Motta defende o uso consciente da madeira com aproveitamento de espécies de reflorestamento e material de demolição.

Premiado, seguido e aclamado, segue seu método de projeto considerando que a execução interfere de modo positivo na modificação da ideia inicial até que o projeto se conclui em conceito e forma, resultando no produto mais coerente. Consegue deste modo, ser responsável por peças de alto nível de reprodução como a icônica Cadeira São Paulo, ou peças com baixíssima possibilidade de sequenciamento. Para apresentação de uma exposição de peças suas no Museu da Casa Brasileira em 2010 Motta assume que “na mostra, fica clara a responsabilidade ambiental e social, como pré-requisito de primeira grandeza para a realização do bom Design. Sabemos quanto está desgastada a palavra sustentabilidade, porém é o que buscamos, esta é a meta da humanidade”³⁴.

³⁴ Disponível em <http://www.mcb.sp.gov.br/mcbltem.asp?sMenu=P002&sTipo=5&sItem=1479&sOrdem=1>. Acesso em 15/01/2012.

Jader Almeida



Poltrona Elvira



Cadeira Bossa



Cabideiro Loose

Jovem arquiteto catarinense, Almeida trabalha com Design de móveis desde 2000 e busca a linha do ‘menos é mais’ para projetar suas peças. O desenvolvimento de formas limpas e confortáveis ao uso já lhe rendeu um sem fim de prêmios.

Assumindo forte admiração e influência do Design escandinavo, o traço que o Designer vem desenvolvendo se assemelha muito à estética dos projetistas mais relevantes no Design de mobiliário em madeira nacional. Ao tratar sobre o projeto da cadeira de balanço Elvira na revista AU confirma: "Quería abordar a herança dos mestres, mas também olhar para frente"³⁵.

Desse modo, estabelece uma leitura renovada das linhas clássicas do móvel moderno brasileiro e garantindo também renovação do público que consome estes produtos. No mesmo sentido também defende a proximidade entre projeto e execução, não como prática mas como conhecimento indispensável, uma relação comum na área do mobiliário em madeira:

“Sempre gostei de desenhar e ver como as coisas são feitas. Talvez essa curiosidade seja natural. Mas gostava dos detalhes. Ainda com 15 anos já fazia cursos profissionalizantes em escolas técnicas, e na primeira oportunidade comecei a trabalhar com mobiliário. Desenho,

³⁵ Número 174, de Jan/2012, disponível em <http://www.revistaau.com.br/arquitetura-urbanismo/214/artigo244589-1.asp>. Acesso em 03/02/2012.

fabricação, materiais enfim todo o processo. Depois veio a faculdade de arquitetura que me proporcionou olhar para espaços e construções com o ponto de vista técnico. Eu já tinha certa habilidade com desenho, mas, composição e proporções é um caminho de aprendizado contínuo.³⁶”

Zanini di Zanini



Cadeira Skate



Cadeira Quadri



Cadeira Lena

Filho de José Zanine Caldas, este Designer apresenta três características que lhe rendem o destaque na atuação; a reprodução de formas elegantes dos mestres arquitetos do Design brasileiro; a congruência que enxerga entre projeto e produção, e a leitura de improviso que é tão característica do Design nacional contemporâneo.

Ex-estagiário de Sérgio Rodrigues e ganhador de vários prêmios, Zanini consegue unir elegância, improviso, aproveitamento de matéria reutilizada e brasilidade de maneira tão natural que a peça consegue transmitir concomitantemente o frescor do ineditismo e uma atemporalidade intimista. Desse modo, em sua jovem carreira cabe citar alguns dos prêmios com os quais já foi contemplado:

- 2012. IF Product awards - Hannover – Alemanha
- 2010.1º lugar Museu da Casa Brasileira
- 2010.Prêmio IDEA OURO BRASIL

³⁶ Disponível em http://www.gabrielonline.com.br/index.php?modulo=entrevistas&id_entre=12. Acesso 03/02/2012.

- 2010.Prêmio IDEA BRASIL – INOVACAO
- 2009.2º lugar Museu da Casa Brasileira
- 2008.Menção Honrosa Museu da Casa Brasileira

4.1.2. Design e Artesanato

Uma peculiaridade do Design nacional está ligada às primeiras formas de produção de objetos em solo brasileiro; como aponta Niemeyer, a produção artesanal indígena foi a primeira referência da cultura material desenvolvida em terras brasileiras. A valorização e aplicação de materiais e técnicas empregadas no artesanato para desenvolvimento de Designs nacionais tem em Lina Bo Bardi uma precursora da transplantação do elemento popular para as esferas mais sofisticadas. O garimpo feito pela arquiteta em vários territórios da produção artesanal brasileira foi divulgado em publicações importantes, em exposições, e abrigado em museus. A partir de iniciativas semelhantes, as formas de produção artesanal passariam oficialmente a integrar os elementos compositivos de Design no Brasil. Diversos Designers fizeram e fazem uso destes modelos de produção, a aglutinação de técnicas, ou ainda trabalharam pela transformação social de artesãos através da ressignificação de suas peças.

Com relação a esta área de atuação cabe ressaltar as pesquisas e publicações de duas críticas do Design brasileiro: Adélia Borges e Maria Helena Estrada. O trabalho destas duas profissionais que não atuam de maneira prática, projetando, mas incentivam a discussão e reflexão sobre o Design foi e ainda é fundamental para a percepção da relevância e influência do artesanato para a construção do Design brasileiro.

No que se refere ao formato de interação entre as técnicas de artesanato e de Design, entre artesãos e Designers há variações facilmente percebidas e legitimadas no trabalho de cada um de seus defensores. A precursora Lina Bo apresentava o artesanato em sua forma essencial, defendia a necessidade de desmarginalizar o tipo de produção e sua valorização enquanto traço identitário popular brasileiro. Esta visão foi adotada como dogma por iniciativas de apoio ao artesanato como o Artesol, criado pela ex-primeira dama Ruth Cardoso.

O trabalho desenvolvido por Janete Costa impactou fortemente o mercado de Design de Interiores com um despudor sincero e um discurso altamente legítimo em seus argumentos. A arquiteta utilizava peças genuinamente artesanais e as reconstruía de modo a configurar novos objetos, com uma estética muitas vezes distante da peça de base. Desse modo, visava apresentar a peça artesanal de modo diferenciado, infiltrando um produto que antes fora 'mediocrizado' em ambientes sofisticados; como resultado, apresentava em números o crescimento na venda dos artesãos de quem adquiria o material. Com a proposta, em parte filosófica, em parte realista, conseguiu de fato trazer os objetos que estavam no quintal para os salões de festa e contribuiu fortemente para avolumar as atenções em torno dos produtores de artesanato e seu valor na cultura material brasileira.

Os casos apresentados de dois Designers, que utilizam a estética popular e técnicas do artesanato para desenvolvimento de novos produtos, assumem destaque especial aqui pelo modo complementar como tecem a relação entre as duas áreas. E cabe ressaltar que muitos Designers utilizam a produção artesanal como meio para viabilizar a execução de artefatos inovadores e diferenciados.

Entretanto é importante afirmar que no período estudado, a maior confluência de modelos está nas parcerias [e consultorias] coletivas que procuram chaves de contribuição do Design para o desenvolvimento integral da atividade artesanal. Um 'sem fim' de grupos, núcleos, ONGs, laboratórios e técnicos anônimos tem buscado soluções de Design para reforçar a autonomia das comunidades produtoras, desenvolver a autoestima das pessoas envolvidas na atividade artesanal, impulsionar as vendas com produtos mais competitivos, enfim; promover transformações de nível social e econômico através do elemento cultural. Representando estas iniciativas há diversos núcleos apoiados pela Rede S mais à frente e os Laboratórios O Imaginário e Piracema Design.

Nomes encontrados no material pesquisado que podem ser citados:

- Lina BoBardi
- Adélia Borges/ Maria Helena Strada
- Janete Costa
- Renato Imbroise
- Heloisa Crocco
- Piracema Design
- O Imaginário

Sérgio Matos



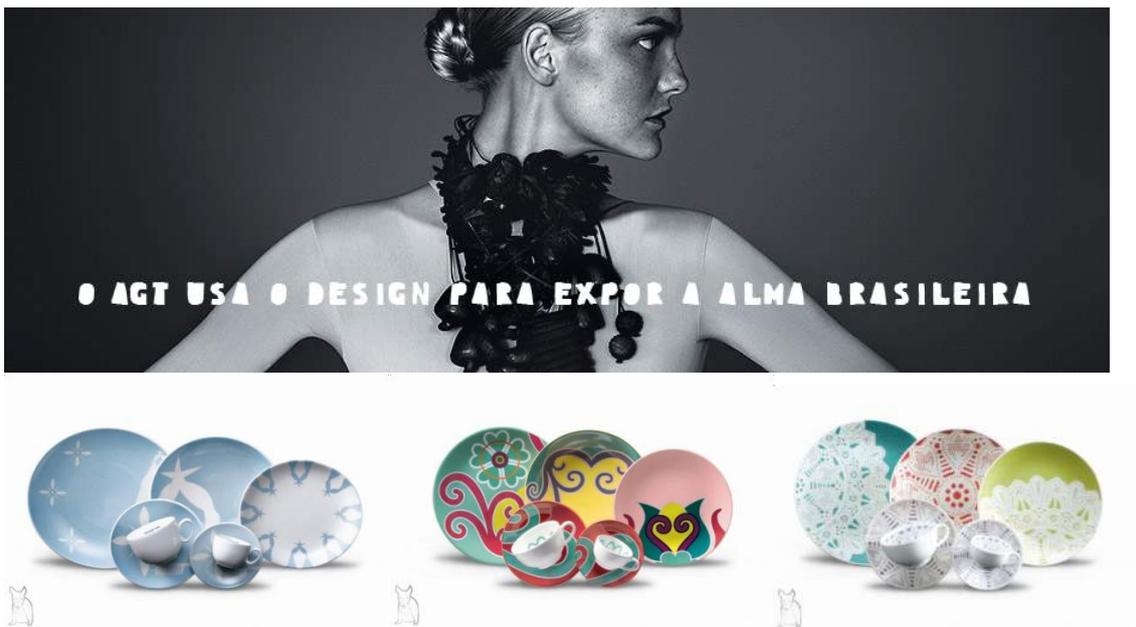
Jovem Designer mato-grossense graduado na Paraíba, Sérgio Matos utiliza os códigos de seu repertório, tanto do interior quanto do Nordeste do Brasil. Em seus Designs que retraduzem de forma quase caricata, mas ainda sutil, as referências aos materiais brasileiros, a síntese em torno de cores, sabores, aromas e climas pode ser facilmente percebida. Suas peças usam técnicas e matérias-primas clássicas do artesanato apresentando uma configuração reeditada de trançados, bordados, palhas e madeira; e desse modo, têm ganhado repercussão internacional. Em entrevista sobre o caminho que encontrou para produzir suas peças, o projetista cita tecnologias disponíveis e dificuldade no acesso a empresas:

“Gosto de trabalhar com a matéria-prima local, como o algodão que é produzido aqui e os fios usados para a fabricação das redes. Não estou interessado em reproduzir o estilo de Design japonês ou escandinavo, porque não tenho os materiais e a tecnologia que eles têm. Então eu busco o que está a minha volta, a tecnologia e os materiais que estão ao meu alcance. [...] O que falta no Brasil é as empresas acreditarem mais no potencial do Design brasileiro e entender que podem encontrar aqui o que elas vão em busca no exterior. Acredito que essa mudança já vem acontecendo, principalmente nas grandes empresas e no sul, onde os empresários

estão mais abertos e conectados com o mercado nacional e internacional.³⁷”

Como Matos, muitos Designers encontraram nas técnicas, e na produção artesanal, um caminho para confecção de suas peças, justamente em decorrência da lacuna existente no discurso entre Design e em indústria no Brasil.

Marcelo Rosenbaum



Rosenbaum trabalha com arquitetura desde os 17 anos, quando ao ingressar na universidade começou a fazer projetos de interiores e mobílias complementares para conhecidos e já em 1992 abriu o próprio escritório. Em admiração ao trabalho desenvolvido por Janete Costa passou a utilizar, materiais e referencias estéticas da cultura e do artesanato popular brasileiro em suas peças. O próprio Designer enfatiza:

³⁷ Em entrevista disponível em <http://www.ceramicaportinari.com.br/blog/index.php?p=103> . Acesso em 10/06/2012.

“Uma das maiores emoções para mim foi conhecer a Janete Costa, que antes de ser arquiteta, ou entusiasta do artesanato brasileiro, trabalhou para inclusão do artesão como a maior expressão da brasilidade. É com emoção que me despeço dela que posso chamar de mestra, porque seu trabalho me ensina um modo de **olhar o Brasil a partir do brasileiro**. Seu trabalho prova que o Designer é um humanista que deve trabalhar pela conservação da identidade do nosso país.³⁸”

Convidado a participar de um programa de TV desde 2006, seu discurso em defesa da cultura popular e do artesanato ganhou grande repercussão em todo o país. Além de integrar iniciativas coletivas com compromissos e objetivos de caráter social e ambiental, também desenvolve peças que utilizam códigos visuais do artesanato.

4.2. Designer e Mercado

4.2.1. Escritórios

O formato de prestação de serviços em Design através de agências ou escritórios generalistas é um dos formatos mais comuns no imaginário do mercado profissional de Design estabelecido ao modelo norte-americano no século 20. Exige uma equipe dinâmica e compromissada com os resultados, além de um suporte de gerenciamento que extrapola a questão projetual. Não é um formato novo, mas esteve obviamente presente em todo o material pesquisado através de grandes escritórios do Design nacional, pela sua representatividade deve ser pontuada. Portanto é citado através de dois escritórios que efetivaram sua fusão em 2011 trazendo nova contribuição às formas de relacionamento entre Design e Mercado.

³⁸ Homenagem a Janete Costa em <http://rosenbaumDesign.wordpress.com/2008/12/05/janete-costa/>. Acesso em 04/02/2012.

Questto / Nó

“Não fazemos projetos para ganhar prêmios, mas as mais de oitenta premiações recebidas pela Questto|Nó confirmam que o resultado do nosso trabalho tem valor.³⁹” É deste modo que a equipe do escritório [recém-lançado] apresenta os prêmios conquistados, com a serenidade característica de iniciativas experientes e reconhecidas pelo mercado. Além de produtos e projetos diversos com grande visibilidade, este caso em especial proporciona uma nova abordagem de comportamento das equipes de Design frente ao mercado. As iniciativas bem sucedidas e concorrentes, perceberam que a fusão seria a maneira mais inteligente de reagir a demandas que não conseguiam suprir isoladamente, e em 2011 surgiu a Questto|Nó, unindo expertises no sentido de formar um único escritório mais competitivo e proativo.

A Questto Design foi fundada em 1993 e desenvolveu centenas de produtos em diversos segmentos, desde a área médica à de tecnologia, de eletrodomésticos entre outras; se destacando pela assertividade técnica para obtenção de objetos bem solucionados. A NóDesign atua desde 2001 e construiu uma sólida atuação investindo em produtos multifuncionais e com apelo mais lúdico, garantindo grande aceitação e sucesso de vendas nas peças desenvolvidas.

Com a fusão, a Questto|Nó reinventa a forma de atuar, de se relacionar com escritórios e Designers concorrentes, e amplia as possibilidades do negócio de Design, não apenas no que se refere à quantidade de trabalhos a desenvolver, mas a qualidade para ofertar. Este é um caso bastante interessante para os Designers que estão comumente unidos para denunciar as dificuldades no

³⁹ Citação extraída no sítio <http://www.questtono.com/premios/>. Consulta em 05/07/2012.

mercado; mas recaem, com frequência, na grave falha de assumir desafios que não podem abarcar por medo da concorrência com outros profissionais da área. Esta postura gera, algumas vezes, a perda do projeto; mas em geral, o medo da parceria, acarreta em prejuízos aos resultados do trabalho entregue; e este segundo cenário danifica, fortemente, a imagem do profissional e da profissão frente ao empresariado brasileiro. Pela competência, pela responsabilidade, pelo exemplo, cabe a merecida referência ao formato que este escritório representa.

4.2.2. Duplas

Há formatos de escritórios encabeçados por um Designer, outros coletivos com várias pessoas criando conjuntamente; mas peculiarmente diante dos casos vistos, ressalta a quantidade de escritórios bem sucedidos formados por duplas. Há casos clássicos na literatura como o memorável casal **Charles e Ray Eames**, e ainda atualmente se observa com frequência este formato em outros países. No contraponto, apresentando um pioneiro do formato no Brasil, pode ser citado o **Cauduro & Martino**. Entre 1967 E 1977 João Carlos Cauduro e Ludovico Martino estiveram à frente do escritório que tinha como foco, o Design Total, pioneiros das primeiras gerações de Designers atuantes no país, assinaram importantes projetos de Identidades Visuais a Projetos de Arquitetura.

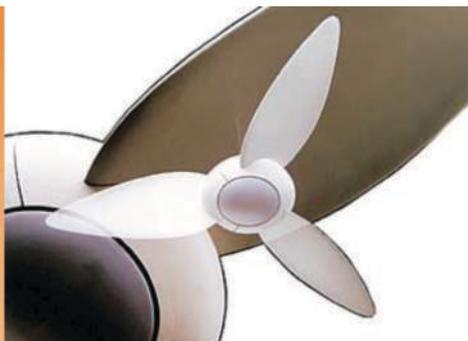
Dentre as duplas encontradas no material pesquisado podem ser citados:

- Chelles & Hayashi, Gustavo Chelles e Romy Hayashi;
- Forma & Função, Ulf John Sabey e Sonia Sabey;
- Irmãos Campana, Fernando e Humberto;
- Orro & Christensen, Nagib Orro e Ingrid Christensen;
- ,Ovo, Gerson Martins e Luciana Oliveira;
- Rosemberg Design, Anete Ring e Sara Rosemberg.

NCS Design Rio, Ângela Carvalho e Alexander Neumeister*



Pedaleira Singer | IF Design ano

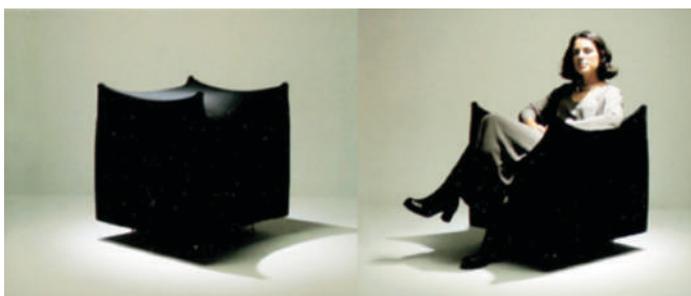


Ventilador Aliseu, IF Design e MCB

A parceria inicia enquanto Ângela morava na Europa, quando retorna ao Brasil funda em 1988 a NCS Design Rio e trabalha em parceria com o escritório de Alexander quando necessário. Este ponto é interessante porque demonstra uma das características de sucesso do formato de escritórios-duplas. A complementaridade de forças é um caminho para superar desafios mediante um ponto fraco que um dos empreendedores sozinho tenha que vencer.

O escritório está entre as iniciativas pioneiras do Design brasileiro, e conquistou premiações importantes num momento em que o mercado de Design ainda estava engatinhado no país.

Ovo, Gerson Martins e Luciana Oliveira



Poltrona Cadê



Huevos Revueltos

Luciana Martins e Gerson de Oliveira se conheceram na escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo estudando cinema em 1990, e a partir de 1991, através do interesse comum em incursões plásticas, passam a desenvolver objetos com forte caráter simbólico. O humor inteligente das peças desenvolvidas pela dupla é reconhecido internacionalmente como uma das faces do Design brasileiro contemporâneo. Trabalham de modo complementar, técnica defendida também pelos irmãos Fernando e Humberto Campana, de modo que os *insights* de um dos Designers recebem contribuições do outro para configurar as peças.

O trabalho de Luciana e Gerson merece especial destaque pela leveza e interação que convidam, Adélia Borges destaca que “a face mais conceitual do trabalho da ,Ovo é composta por obras que se descolam do rigor da função e levam o pensamento sobre o morar a novos limites⁴⁰.”

Alguns prêmios que a ,Ovo já conquistou:

- 2010 1º lugar | Mobiliário Residencial | Prêmio Design MCB para a linha Tiras
- 2005 - 1º lugar | Utensílios | Prêmio Design MCB para Huevos Revueltos | 2º lugar | Mobiliário Residencial para cadeira Terceira | Menção Honrosa | Utensílios | Prêmio Design MCB para Box in the Box
- 1997 - Menção Honrosa | Mobiliário Residencial | Prêmio Design MCB para a mesa Camelo
- 1996 - Selo de qualidade na categoria Mobiliário Residencial do Prêmio Design Museu da Casa Brasileira para a estante Distante
- 1995 - 1º lugar | Mobiliário Residencial | Prêmio Design MCB para a poltrona Cadê

⁴⁰ Adélia Borges, texto para a exposição ‘Design Brasileiro Hoje: Fronteiras’ montada no MAM em 2009, disponível em http://www.ovo.art.br/sobre_a_ovo.php.

4.2.3. Empreendedorismo e Design

Com relação à figura do empreendedor e seu elemento criativo, Filion [2009] estabelece duas frentes que são bastante ricas com relação à visão do negócio do Designer empreendedor:

“Observa-se que a imaginação empreendedora age em dois níveis: por um lado, os empreendedores imaginam a situação e o cenário no qual trabalharão e construirão seu negócio e, por outro, imaginam um número significativo de alternativas para a forma como irão organizar e fazer as coisas para transformar sua visão em realidade.”

Esta abordagem aponta a variante de maior impacto na forma como atuam os Designers empreendedores: a troca que fazem nos papéis entre o receptor do *briefing* e o desenvolvedor do mesmo. Diferente dos formatos mais comuns onde o Designer recebe uma demanda a solucionar, o empreendedor antevê a demanda e desenvolve o produto conforme sua percepção e estudos sobre as necessidades de um determinado público. O outro aspecto citado pelo autor diz respeito às etapas subsequentes de gerenciamento e distribuição dos produtos.

Os casos apresentados nesta categoria tratam de duas iniciativas que se tornaram expoentes do Design nacional através da visão de que é possível ao Designer assumir o posto de demandante do projeto, desenvolvedor de produtos e gerente da distribuição.

Fernando Jaeger

Formado em Design em 1980, Fernando Jaeger tornou-se um dos grandes nomes do Design nacional e exemplifica dois aspectos complementares essenciais nesta pesquisa; o anseio de jovens Designers brasileiros frente a um mercado difícil, e a

busca por solucionar a dificuldade de atuação profissional. Numa entrevista em junho de 2011, o Designer faz um contraponto entre o cenário incerto e a oportunidade encontrada por ele:

“A maior dificuldade era mesmo a inexistência de mercado de trabalho. Isso me deixava inseguro, mas em nenhum momento me arrependi de ter escolhido esta profissão. [...] Esta experiência – a de trabalhar dentro de uma fábrica – foi determinante para minha carreira⁴¹”.

O conhecimento sobre o processo de produção em mobiliário foi um facilitador no modelo encontrado por Fernando Jaeger para viabilizar a escala de execução de seus projetos. O Designer garimpou pequenos produtores de vários estados do país que oferecessem qualidade e condições logísticas suficientes para integrar sua rede de produção. A terceirização de serviços para execução de seus projetos permitiu o alargamento das fronteiras de sua atuação.

“Ele conhece bem todo esse processo. À sua maneira, **descobriu e comprovou que é possível fazer móveis autorais e em larga escala, valorizando a produção 100% nacional, o trabalho dos fornecedores locais e a técnica dos marceneiros e artesãos.** [...] Então **ele abriu uma loja, depois outra, depois outras. Atualmente são seis:** quatro em São Paulo e duas no Rio de Janeiro. Um trabalho que tem por trás dez indústrias de móveis de pequeno e médio porte, de Rondônia ao Rio Grande do Sul, que cresceram junto com o Designer e acompanharam **uma trajetória que mistura talento e empreendedorismo.**”⁴²

O modelo de terceirização encontrado pelo Designer, desde 1984⁴³, se consolidou como um dos caminhos possíveis para profissionais que desejam empreender

⁴¹ Entrevista Revista Casa&Jardim
<http://revistacasa Jardim.globo.com/Revista/Common/0,,EMI244074-16802,00-FERNANDO+JAEGER+NO+MUSEU+BELAS+ARTES.html>. Acesso em 07/02/2012.

⁴² Disponível em <http://www.fernandojaeger.com.br/index.php/o-Designer/>. Acesso em 07/02/2012.

⁴³ Leon, 2005, pág. 70.

sem ter que despendir dos recursos necessários à implementação de uma linha de fabricação própria.

Imaginarium



Produtos Imaginarium



A empresa Imaginarium surgiu a partir de uma produção caseira de pequenos objetos de decoração natalina encabeçada pelo casal Karin e Luiz Sebastião Rosa em meados da década de 1980. Com base em soluções simples e criativas, as peças [majoritariamente em madeira] atingiram grandes redes varejistas e a iniciativa que poderia ser encaixada com um caso de Designers-executores passa a ser um dos maiores casos de sucesso do empreendedorismo em Design da história recente do país. O Grupo Imaginarium conta com a Imaginarium Design, escritório que desenvolve e gerencia o lançamento de produtos; a Engros, responsável pela logística [armazenamento e distribuição]; e a Imaginarium Franchising que administra o ingresso e gestão de franqueados. O crescimento vertiginoso da marca se tornou caso de vários estudos nas áreas de Administração e Design, entretanto o foco em inovação pelo Design é ponto comum em todos os autores que apontam esta característica como justificativa para o sucesso da marca.

A produção acelerada e alta substituição de produtos integra um discurso paralelo que nem sempre está em consonância com as discussões acadêmicas. O fato é que a empresa se tornou um celeiro formador para jovens estudantes do Sul do país e tem construído, ano a ano, um público disposto a pagar por um presente onde o *Fun Design* atua como maior apelo.

Conforme Lisowski, a equipe da Imaginarium Design estaria composta por 25 pessoas, com faixa etária majoritariamente de 25 anos, das áreas de Design, Moda, Arquitetura, Publicidade, entre outras. A jovem equipe, liderada pelas herdeiras Nanina e Cecília Rosa, seria então responsável pelo desenvolvimento de 30 lançamentos por mês, chegando a 50⁴⁴ no período do Natal. O forte apelo à inovação com o lançamento de quase 400 produtos por ano é possível graças à logística eficiente do grupo. A Imaginarium Design já teve produção própria, entretanto substituiu pela terceirização de produtores no Brasil e no exterior, a maioria dos eletrônicos atualmente comercializados é produzida na China.

4.2.4. Núcleos e Laboratórios

O fortalecimento de **Políticas Públicas de Design** tem como objetivo aumentar a competitividade das empresas brasileiras externamente, mas também de buscar melhoria da qualidade do produto nacional para competir internamente com importados. Desse modo, o **Programa Brasileiro de Design** de 1995 e suas diversas ações tornaram-se elementos fundamentais para a condição atual do Design no Brasil. Ainda vale ressaltar a participação do Sistema S na implementação de tais ações; e além da inclusão da rede como um todo, vale

⁴⁴ Dados de 2006, em Lisowski: PROPOSIÇÃO DE ELEMENTOS PARA O APERFEIÇOAMENTO DAS AÇÕES DE ENDOMARKETING EM CURSO NA EMPRESA IMAGINARIUM DESIGN. Florianópolis, 2007.

salientar; nenhuma outra instituição engendrou tantos programas e projetos para possibilitar o acesso do micro e pequeno empreendedor ao Design como o SEBRAE. Nesse contexto, a atuação de Designers inseridos em Núcleos de prestação de serviços ou Laboratórios de pesquisa aplicada se tornou mais frequente.

Um dos casos mais representativos, dentre os pioneiros, desta forma de atuação está na Divisão de Desenho Industrial do INT_ Instituto Nacional de Tecnologia [RJ], iniciada em 1975. Abrigada em um órgão maior e contando com recursos do Estado, a divisão desenvolveu várias pesquisas relevantes à prática do Design no Brasil. Este núcleo também prestou serviços para empresas públicas e privadas, delineando no imaginário nacional o possível formato que propõe apoio de órgãos públicos e patrocínios de instituições privadas para desenvolvimento de pesquisas e produtos.

Na década de 1990, a partir das políticas citadas, foi impulsionado o estabelecimento de iniciativas com estrutura semelhante por meio da geração de Programas setoriais e regionais em vários estados brasileiros, tais como Programa de Design Moveleiro, Cerâmico e Têxtil; Programa Gaúcho de Design e Programa Bahia Design. Os Programas instituíram, em sua maioria, Centros ou Núcleos de Prestação de Serviços, e Bancos de Profissionais com o intuito de facilitar o acesso de empresários locais aos serviços de Designers.

Recentemente, mesmo desvinculados do projeto inicial, ou apenas reformulados, muitos destes, continuam uma atividade autônoma em suas regiões, como é o caso do Centro de Design do Paraná que acabou por se tornar uma referência

deste formato. Ainda há casos de desdobramentos; o Centro Pernambucano de Design sobreviveu à reformulação e estimulou a criação do Centro de Design do Recife, fruto do fortalecimento na articulação de políticas municipais.

NÚCLEOS E CENTROS DE DESIGN

APOIADOS PELA REDE S EM TODO O BRASIL:*

Acre

Núcleo de Inovação e Design em Artesanato

Alagoas

Núcleo de Design – SENAI

Amazonas

Núcleo de Inovação e Design – Artesanato

Centro e Núcleo de Design – Fucapi

Núcleo de Inovação e Design – Madeira e Móveis

Núcleo de Design – Senai

Ceará

Centro Ceará Design

Goiás

Núcleo de Inovação e Design de Moda e Calçados

Minas Gerais

Centro Minas de Design

Núcleo de Inovação e Design: Identidade Corporativa em Embalagem

Núcleo de Inovação e Design: Gemas e Jóias

Núcleo de Inovação e Design em Mobiliário

Pará

Centro Paraense de Design Integrado - CPDI

NID Gráfico e Embalagens;

NID Artesanato;

NID Móveis e Artefatos de Madeira.

Núcleo de Inovação e Design - Gráfico e Embalagem (NID-GE)

Paraná

Centro de Design Paraná

Centro Regional de Design

Núcleo de Inovação em Design em Artesanato

DIA – Design, Inovação e Arte

Núcleo de Inovação e Design de Móveis de Araçongas

Núcleo de Inovação e Design de Embalagens

Pernambuco

Centro Pernambucano de Design Integrado

Núcleo de Inovação e Design: Gráfico

Núcleo de Inovação e Design de Produto

Núcleo de Inovação e Design em Artesanato

Núcleo de Inovação e Design de Moda

Núcleo de Inovação e Design de Embalagem

Rio de Janeiro

Centro Design Rio

Núcleo de Inovação e Design em Moda Íntima

Núcleo de Design de Jóias - APL Jóia Carioca

Rio Grande do Norte

Núcleos de Inovação e Design em Moda

Rio Grande do Sul

Rede Gaúcha de Design

Centro de Design - APDesign

Núcleo de Inovação e Design do Artesanato

Cooperativa dos Artesãos do Rio Grande do Sul Ltda

Núcleo de Inovação e Design Gráfico e Embalagem

Centro Design Feevale

Núcleo de Inovação e Design do Vestuário

Centro de Educação Profissional SENAI de Moda e Design

Núcleo de Inovação e Design Coureiro Calçadista

Centro Tecnológico do Calçado SENAI

Núcleo de Inovação e Design de Móveis

CETEMO - Centro Tecnológico do Mobiliário SENAI

Núcleo de Inovação e Design de Pedras e Jóias

Agência de Educação Profissional SENAI de Guaporé

Santa Catarina

Núcleo de Inovação e Design Embalagem

Núcleo de Inovação e Design Metal Mecânico

Associação Civil Design Catarina

Núcleo de Inovação e Design Moveleiro

Núcleo de Inovação e Design - Cadeia Têxtil

Núcleo de Inovação e Design - Metal Mecânico

São Paulo

Núcleo de Inovação e Design: Jóias e Gemas - Unidade de Limeira

Núcleo de Inovação e Design: Jóias e Gemas - Unidade de São Paulo

Núcleo de Inovação e Design: Cerâmico

Sergipe

Rede de Design Integrado

Núcleo Gráfico

Núcleo de Artesanato e Produto

Núcleo de Arquitetura e Interiores

Núcleo Marketing

*Dados disponíveis em <http://www.sebrae.com.br/customizado/inovacao/acesse/rede-de-contatos-sebrae/nucleos-e-centros-de-Design/>. Acesso 07/01/2012.

4.2.4.1. Cerne, LBDI Laboratório Brasileiro de Design

Em formato semelhante aos Núcleos Setoriais, embora com outra abordagem, houve também um crescimento significativo do número de Laboratórios de Pesquisa aplicada vinculados a Instituições de Ensino de Design. O estabelecimento de cursos de especialização, mestrados e doutorados consequentemente ampliou o número de pesquisadores e gerou bons resultados para o Design brasileiro. Projetos-piloto foram premiados nacional e internacionalmente através do investimento de P&D em Design pelos órgãos de fomento à ciência no país.

Em alguns casos, os laboratórios ou departamentos das universidades abrigam incubadoras, e após a formação de portfólio de projetos e clientes permitem uma inserção mais segura dos estudantes no mercado. Equipes funcionais desenvolvem produtos e serviços através de casos práticos, reunindo casos de sucesso em pesquisa aplicada por meio de apoio de órgãos públicos de fomento em P&D e investimento direto de empresas.

Uma iniciativa pioneira e referencial pode ser exemplificada através da experiência do LBDI_ Laboratório Brasileiro de Desenho Industrial em Florianópolis entre 1984 e 1997. Na década de 1980 num empreendimento compartilhado por Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (MICT), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), foram montados três Laboratórios de Design: na Paraíba, em São Paulo e Santa Catarina. O trabalho desenvolvido em Santa Catarina se destacou e galga patamar e atuação de nível nacional. Eduardo Barroso⁴⁵ elenca em seis fases do Laboratório, as alterações pelas quais passou durante sua duração:

⁴⁵ Eduardo Barroso Neto[1998] *apud* Pereira, Livia Marsari; Medeiros, Maria Carolina; Silva, José Carlos Plácido da. Laboratório Brasileiro de Design – uma revisão da sua importância histórica para o Design brasileiro. *In*: Anais do 9º P&D Design - Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: AEnD-BR, 2010.

Primeira fase: de 1984 a 1987 – sob coordenação de Gui Bonsiepe e com equipe de 7 pessoas, os clientes eram PMEs de Santa Catarina. As atividades desenvolvidas eram: projetos de produto, cursos de especialização e publicações técnicas;

Segunda fase: de 1987 a 1989 - tendo por coordenador geral Eduardo Barroso Neto, a equipe constituía-se de 35 pessoas, e tinha por atividades projetos de pesquisa aplicada e cursos de curta duração. Nesta fase os principais clientes eram de grandes empresas;

Terceira fase: de 1990 a 1992 – a organização passa a ser constituída de células de projetos – de Design industrial, gráfico e engenharia; além da coordenação, administração e documentação. Nesta fase a equipe era composta de 15 pessoas, atendendo órgãos públicos. Tinha por atividades a articulação política, a busca de um novo modelo organizacional e a diversificação de serviços.

Quarta fase: de 1993 a 1994 – esta fase caracteriza-se pela decadência, corte de pessoal e custos. O sistema de células foi transferido para forças tarefas, que se estruturavam de acordo com o projeto a ser desenvolvido. A coordenação era compartilhada entre Eduardo Barroso Neto, Marcelo Resende e Jorge Abrams. Os clientes eram pequenas empresas de Santa Catarina e as atividades destinavam-se a cooperação técnica e intercâmbios, realização de eventos e cursos;

Quinta fase: 1995 e 1996 – sob coordenação de Eduardo Barroso Neto e SENAI, o laboratório passou a atender instituições do sistema e parceiros e tinha por equipe 10 pessoas. As atividades concentravam-se em eventos, publicações e ações políticas;

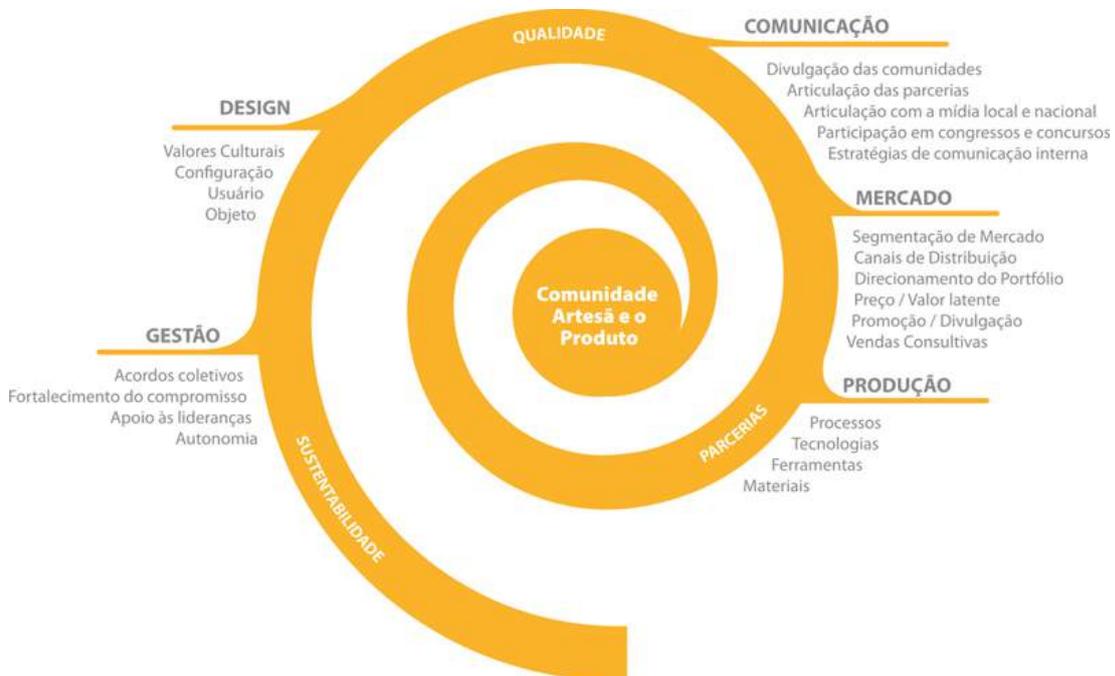
Sexta fase: 1997 - nesta última fase o SENAI nacional opta por apoiar dez centros setoriais de Design e, assim, escolhe encerrar as atividades do LBDI em agosto de 1997.

O Imaginário

O Imaginário começa em 2000 como Projeto de Extensão da Universidade Federal de Pernambuco, O Imaginário Popular Pernambucano. A iniciativa nasce como

uma nova proposta entre os modelos de atuação de técnicos de Design junto a comunidades produtoras de artesanato. Diferente da prática comum até então, e ainda atualmente, a proposta dos pesquisadores da UFPE vislumbrava uma ação continuada e integral que extrapolava o projeto de novos produtos englobando os aspectos referentes à comunicação, produção, comercialização, gestão dos grupos produtores, e desse modo, resultasse em peças melhores e mais vendáveis.

Lapidando casos de sucesso em comunidades do interior do estado, o Projeto Imaginário Pernambucano apresentou um modelo de intervenção referendado pelas experiências bem sucedidas em diferentes grupos com técnicas e características absolutamente diversas. Em 2005 em formato de livro, a equipe descreveu a adaptação do modelo em oito comunidades e os resultados positivos ao desenvolvimento de cada grupo.



Em 2010, a equipe formada por técnicos, estudantes e professores da UFPE desenvolvia pesquisas e projetos direcionados à produção artesanal e industrial e adotou o formato de laboratório como meio de integrar as atividades. A partir de então, assume nova identidade de modo a descaracterizar o aspecto puramente artesanal e local de modo a conciliar em nível simbólico, a nova proposta.



Marca Imaginário Pernambucano
Projeto de Extensão



Marca O Imaginário - Laboratório de Design

O formato adotado pelo Laboratório Oimaginario é uma mostra de que é possível alargar as fronteiras da atuação, gerando produtos com valor agregado, respaldados por pesquisas aplicadas, mesmo em regiões sem forte tradição industrial.



Cerâmica do Cabo de Santo Agostinho

Bonecas de Conceição das Crioulas

Canecas Estampadas CIV

4.2.5. Projetos Experimentais



ARC Design

D&I

Prática de muitos estudantes para obter as primeiras experiências profissionais, os projetos autorais se tornaram cada vez mais comuns na década de noventa, aqui estão categorizados como Design Experimental. Muitas vezes, tratava-se de uma alternativa descartada durante as disciplinas; mais comumente, era a possibilidade de por em linha de produção o projeto de conclusão.

Esta iniciativa requer um crédito especial no produto, dedicação a empreitadas de oferta e recusa; mas revelou-se em muitos casos como a porta inicial para o sonhado mercado de Design. Muitas vezes são também partes deste processo bancar inscrição em prêmios e viabilizar a produção em nível artesanal, por serem peças únicas. As adaptações necessárias para confecção do projeto geram com frequência alterações ou contribuições à ideia inicial, tal como acontece na produção de escala.



CONCLUSÕES

Para compreender o Design brasileiro, seus produtos, sua trajetória e suas formas de atuação, é imprescindível compreender a evolução do país Brasil. Após 500 anos de exploração, escravidão, conflitos políticos, descortina-se uma fenda de esperança para o tão sonhado futuro melhor, buscado, ansiado pelo povo brasileiro há tanto. Levanta-se então o questionamento de quando, ou de que maneira este otimismo, agora consumado, assumiu forma concreta; e ainda, de que modo estes acontecimentos influenciaram a atividade de Design.

Ao estudar a conturbada história do país, há grandes intervalos causados por um atraso eterno decorrente dos longos anos na condição de colônia de exploração de Portugal. Durante a Semana de Arte Moderna de São Paulo em 1922, acontece uma espécie de denúncia da identidade autônoma e híbrida do país; e como num gatilho, são apresentados vários trabalhos⁴⁶ a respeito dessa terra nova, de proposta inovadora até então, hoje, sabidamente globalizante.

A partir da década de 1950, o país entra num embalo de crescimento e valorização de sua produção cultural sem precedentes. A popularização de aparelhos de rádio e televisores ampliou a abrangência dos canais de informação,

⁴⁶ Obras de áreas diversas como música, artes plásticas, literatura, antropologia. Podem ser citados além dos modernistas, Villa Lobos, Tarsila do Amaral, Di Cavalcanti e Osvald de Andrade; também Graciliano Ramos, Raquel de Queiroz, Sérgio Buarque de Holanda, Gilberto Freire; como novos descobridores do Brasil.

burlando a dificuldade encontrada pela grande massa em consumir material de leitura [frente aos altos índices de analfabetismo]. Desse modo, tanto a poesia intelectual da Bossa Nova, quanto a melodia autêntica do Samba, transcenderam suas fronteiras geográficas regionais para atingirem a alma de um país com proporções continentais. E da mesma forma, outros ritmos, cores, sabores, outros modos de ser brasileiro, vindos de recantos impensáveis se revelaram pouco a pouco, tecendo a cara desta nação.

Como consequência do momento vanguardista, nasce, neste período, o Design oficial⁴⁷ no Brasil, através da instituição de cursos e escolas referenciais. O presidente Juscelino Kubitschek com seu plano de metas para crescimento de *Cinquenta Anos em Cinco* investiu fortemente na indústria de bens duráveis e a instalação de multinacionais. Há, entretanto, uma inegável falta de comunicação entre o projeto e a produção destes bens como produtos brasileiros, e desde então se estabelece um hiato entre a indústria e o Design implantados, ou dito de outro modo, importados para o país.

Enquanto a ditadura militar reedita, chancela ou coíbe as mais diversas formas de expressão cultural, a economia segue avançando movida pelas empresas estatais e fornecimento de commodities; e o Design no Brasil segue seu discurso paralelo. Este cenário segue num ritmo mais ou menos constante até que, na década de 1980, as crises do petróleo provocam inflacionamento e recessão em nível mundial e a massa vai às ruas, lutar pela democracia. O período dramático, chamado pelos economistas de 'década perdida' se prolongou até 1995 e é o

⁴⁷ Há uma discussão constante em nível nacional e internacional sobre o Design espontâneo, não acadêmico; entretanto, não é o foco pretendido. Logo, mesmo considerando a legitimidade de outras formas de projeto, neste documento são citados como início para o Design no Brasil ou internacional, os marcos considerados na História oficial do Desenho Industrial, conforme literatura específica.

ponto de partida da investigação para as formas de atuação do mercado de Design no Brasil Contemporâneo.

A década de 1990 é um momento de inflexão para a Política porque o povo pôde, depois de longos anos de ditadura militar, eleger de modo direto um presidente civil, e também porque exigiu sua deposição. Para a Economia, porque conquistou duramente a estabilidade monetária e reformulou os modos de produzir, garantindo produtos de qualidade superior aos importados concorrentes. Para a Cultura, porque se libertou dos padrões e gostos unicamente coloniais para reconhecer as ricas formas de expressão populares. Finalmente, um momento de inflexão para o Design, porque encontrou vários caminhos para se estabelecer no mercado interno e externo.

Passados quase trinta anos da dura década de 1980 [mais precisamente em 2008], o mundo mergulha numa nova crise com efeitos sem precedentes na história internacional recente. Abala fortemente os países do bloco europeu e a potência capitalista norte-americana, de imagem inabalável durante todo o século 20, é esfacelada diante dos olhos do planeta, com recessão, desemprego e quebra de grandes empresas. Curiosamente, neste momento, o país de pouca relevância no cenário mundial presidido, então, por um ex-operário apresenta magros números de crescimento e torna-se independente em fontes de energia e credor de fundos monetários internacionais.

Os anos de sofrimento atravessados pelo povo brasileiro resultaram numa geração criativa e batalhadora, que em meio a dificuldades, encontrou soluções

inovadoras e de baixo custo. A indústria de bens de consumo efetivamente brasileira pôde, então, contar com uma massa consumidora emergente dos miseráveis e pobres que migraram de faixa econômica graças às medidas adotadas pelos governos. Leitão lembra que “o que ficou claro, naqueles meados dos anos 1990, é que havia tecnologia para reduzir a pobreza, como houve tecnologia para desarmar a reprodução da inflação; e havia cientistas sociais estudando a nova fórmula” [2011, pág. 429].

Para entender um mercado de atuação e consumo de Design é preciso compreender que o Design é fruto de uma sociedade, mas, esta é uma relação de interdependência. Uma sociedade não apenas produz seus efeitos na materialidade, mas sua materialidade depende necessariamente das condições ali existentes; o Design é forma, função e conteúdo, mas é também o que precede ou transcende tudo isto.

A cultura e o povo que produzem os seus artefatos determinarão as formas que irão assumir, e poderão ser clássicas, limpas, caóticas, irregulares; importa que se reconheçam estas formas no reconhecimento do povo que as produziu, e os efeitos que são *consequências da ideia*, parafraseando Niemeyer. Reproduzir os modelos e padrões europeus não é uma condição precedente nem excludente para a construção de um Design brasileiro, justamente porque, por ser brasileiro tem a liberdade de reproduzir ou desconstruir qualquer modelo preexistente. Logo, não ser necessariamente de um ou de outro modo lhe são características próprias; como bem atenta Holanda [1995, pág.40] ‘desaparecida a possibilidade desse freio, é em vão que temos procurado importar dos sistemas de outros

povos modernos, ou criar por conta própria, um sucedâneo adequado, capaz de superar os efeitos do nosso natural inquieto e desordenado⁴⁸.

Da mesma maneira que a estética produzida aqui, também a função, dogma superior do Bom Design apregoado pelos alemães, precisou de releitura para que o projeto brasileiro se estabelecesse. Tanto no sentido de como funcionar o artefato, como no modo de fazê-lo funcionar. O objeto de sentar assume mil maneiras de sentar, longe do perfil de cadeiras clássicas, o ato de interagir com o objeto assume elementos que precisam da brasilidade para serem explicados.

O caráter simbólico dos bens nacionais é resultante do humor e da espontaneidade brasileiras e possui uma forte influência do artesanato, do fazer manual e das formas populares de expressão cultural do país. A partir destes traços, passa a ser reconhecido pelo imprevisto e soluções inusitadas que entusiasmaram o mundo construindo e revestindo as peças dos Campana. O produto brasileiro está embargado com uma mensagem de liberdade e festejo, também transmite as privações de uma história de pobreza em recursos econômicos e tecnológicos, ao mesmo tempo em que proclama a riqueza de matérias-primas nacionais. Sejam as pedras semipreciosas de Hans Stern, o nobre capim dourado do cerrado, as sobras da indústria, ou ainda, peças de descarte, parece que tudo pode ser reinventado no Brasil. Reinventando, os Designers brasileiros encontraram vários caminhos para desenvolver seus projetos e exercer sua criatividade.

⁴⁸ O autor trata dos traços portugueses que foram assumidos no Brasil, e continua: 'A experiência e a tradição ensinam que toda cultura só absorve, assimila e elabora em geral os traços de outras culturas, quando estes encontram uma possibilidade de ajuste aos seus quadros de vida.' [...] 'Podemos dizer que de lá nos veio a forma atual de nossa cultura; o resto foi matéria que se sujeitou mal ou bem a essa forma.' A relação abordada para a cultura brasileira de modo geral pode assumir aqui a metáfora das bases presumidas para o Design brasileiro através das escolas europeias, adaptadas em seguida para modelos nacionais próprios.

Após a pesquisa, pode ser observado que a grande solução para burlar a industrialização tardia foi a proximidade com a execução. Grande parte dos casos citados parte da intimidade com o processo produtivo para estabelecer sua forma de atuação. É interessante também pontuar, nesse sentido, que esta é uma crítica, e um ponto de constante preocupação com relação ao ensino de Design no Brasil. Nesse assunto importam dois ângulos diferentes; o distanciamento com a indústria é histórico e a busca de parceria entre universidades e empresas, ou estabelecimento de laboratórios de pesquisa aplicada, são algumas soluções mais recorrentes ultimamente.

Outro aspecto dessa fragilidade dos cursos é o enfraquecimento da instituição 'oficina' nas instituições de ensino, e este ponto continua bastante prejudicado, a relação entre projeto e produção deve ser alvo de mais investimentos, tanto por meios digitais, como formatos analógicos de aprendizado sobre produção. E tanto a transformação quanto o fortalecimento dos espaços de formação são de responsabilidade conjunta, das instituições de ensino e da esfera governamental. É imprescindível, no que se refere às políticas de Design, reconhecer o papel das ações de incentivo e promoção, mas também de formação e integração com os setores produtivos.

De fato, o fortalecimento das políticas voltadas à competitividade do produto nacional impulsionou uma série de ações para incentivo ao Design e esta se tornou uma nova área de atuar. Os Designers envolvidos no desenvolvimento, estudo e aplicação de políticas, programas e projeto, comumente não ganham prêmios, mas empreendem um novo campo engajados na construção de firmas

bases para o Design brasileiro e estão espalhados em instituições das mais diversas naturezas.

O modelo estabelecido para a coleta de informações, priorizando publicações e prêmios de grande visibilidade, deixou algumas formas de atuação à margem do enfoque firmado. A busca de parcerias através de Escritórios em Duplas ou Coletivos de Designers foram observadas como soluções para a ausência da instituição formal do campo. Entretanto, os coletivos não aparecem com frequência suficiente para gerar um caso de destaque. Ainda, mais recentemente, a contribuição da WEB 2.0⁴⁹ como meio de divulgação e estabelecimento de pontos de venda e distribuição de produtos pode ser percebida como uma grande oportunidade de mercado para atuação de jovens talentos em Design, porem, de igual modo, não há casos recorrentes nos meios pesquisados.

Conclui-se então, que a metodologia adotada como meio de descobrir formas de atuação estabelecidas e chanceladas pelo mercado foi adequada neste sentido. Entretanto, é importante ressaltar que várias iniciativas ficaram excluídas da pesquisa por não estarem contempladas nas fontes utilizadas. Esta reflexão funciona aqui como crítica, e como sugestão para pesquisas posteriores com foco nos formatos de atuar em Design no Brasil. Para apresentar casos mais democráticos, e até com maior frescor, será necessário reformular o meio de coleta de dados.

⁴⁹ Para compreensão rápida, a Web 2.0 é um conceito que reúne uma série de características presentes em sites posteriores ao momento de ampliação do uso da rede. Os sites no momento inicial possuíam uma forma de interação mais unilateral com os usuários. O crescimento da participação do usuário nos sites posteriores, redes sociais, blogs, enquetes, personalização de páginas, entre outros, é uma característica da Web 2.0.

Há novas formas de atuar em experimento a todo momento. Cardoso lembra que 'o Design é uma profissão ainda incipiente e o seu destino bastante incerto', e essa afirmativa gera ao mesmo tempo calafrio e excitação, visto que carrega o assombramento de uma profissão relativamente jovem e as amplas possibilidades que possui. Entretanto, a conclusão de maior impacto para esta pesquisa que o autor traz é de que 'campo é o que não falta. Se existe um país carente de sistemas de organização coletiva, de clareza na difusão de informações, de planejamento estratégico da produção, de projeto – este país é o Brasil.' [2004, pág. 220| pág.221]

Há muitos caminhos a explorar e muitas formas para atuar, para contribuir com o projeto deste país, e as dificuldades são inúmeras. Esta pesquisa é uma tentativa de compreensão de como o Design brasileiro se formou tal como é, mas principalmente, é uma argumentação em busca de encorajamento para aqueles que se aventuram no campo ou estão dispostos a ingressar nele. Há formas de atuação já ratificadas, já estabelecidas, há modelos que deram certo e podem ser seguidos; há também novas formas surgindo, em experimentação, e aquelas que ainda não foram apresentadas, em formato de projeto ou de partido, é impossível projetar sem coragem.



BIBLIOGRAFIA / REFERÊNCIAS

ABRAMOVITZ, José. Eletrodomésticos: Origens, História e Design no Brasil. Rio de Janeiro: Fraiha, 2006.

ALENCAR, Adailton Laporte de. Designers de Mobiliário: um estudo sobre o processo de configuração dos Designers contemporâneos brasileiros. Recife, 2011. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Pernambuco.

BONSIEPE, Gui. El Diseño de La Periferia: debates y experiencias./ Gui Bonsiepe. México: Ed. Gustavo Gili, 1985.

BOOTH, Wayne C. A Arte da Pesquisa./ Wayne C. Booth, Gregory G. Colomb, Joseph M. Williams; tradução: Henrique A. Rego Monteiro. - 2ª ed.- São Paulo: Martins Fontes, 2005. (Ferramentas)

BORGES, Adélia. Museu da Casa Brasileira: maio 2003 - maio 2007. Secretaria de Cultura do Estado/ Governo do Estado de São Paulo. PDF disponível em [HTTP://www.adeliaborges.com/textos](http://www.adeliaborges.com/textos). Acesso em 15/01/2012.

BRASIL. Programa Brasileiro do Design: Orientação Estratégica, PBD 2007-12 [2007?]. Disponível em: http://www.Designbrasil.org.br/portal/acoes/PBD_Plano_Estrategico_v04_04_07_c.pdf>. Acesso em: 15/10/2011

BUENO, Eduardo. Brasil: Uma História. Cinco séculos de um país em construção. São Paulo: Leya, 2010.

BÜRDEK, Bernhard E. História, Teoria e Prática do Design de Produtos./ Bernhard E. Bürdek; tradução: Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

CAMPANA, Humberto. Cartas a um Jovem Designer: do manual à indústria, a transfusão dos Campana. Irmãos Campana. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CANCLINI, Nestor Garcia. Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade./ Nestor Garcia Canclini; tradução: Ana Regina Lessa. - 4ª ed.- São Paulo: Edusp, 2003.

CARDOSO, Rafael. Introdução à História do Design./ Rafael Cardoso. São Paulo: Edgard Blucher, 2004.

CASTRO, Maria Luiza A. C. Políticas Públicas de Design: a construção da relevância do tema no Brasil. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: Blücher e Universidade Anhembi Morumbi, 2010.

COELHO, Teixeira. Moderno Pós-Moderno: modos & versões. 5ª Reimpressão. São Paulo: Iluminuras, 2011.

COSTA, Maria Izabel. Política de Design para o fomento da inovação na cadeia de valor têxtil/confeção de moda. Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro/PUC-RJ. Departamento de Artes e Design, 2011.

DOUGLAS, Mary. O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo/ Mary Douglas, Baron Ireshwood; tradução: Plínio Dentzien. – 1ª ed.- Rio de Janeiro: editora UFRJ, 2006.

FORTY, Adrian. Objetos do Desejo: Design e sociedade desde 1750./ Adrian Forty; tradução: Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FURTADO, Celso. Desenvolvimento e Subdesenvolvimento. 5ª edição. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

GALLO, Silvio. Modernidade/pós-modernidade: tensões e repercussões na produção de conhecimento em educação. Revista Educação e Pesquisa, São Paulo, v.32, n.3, p. 551-565, set./dez: 2006.

GOMES, Rogério Zanetti. ,Ovo: o hibridismo no Design brasileiro contemporâneo. Bauru, 2009. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista “Júlio De Mesquita Filho”; Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação.

HESKETT, John. Desenho Industrial./ John Heskett; tradução: Fábio Fernandes. - 3ª ed.- Rio de Janeiro: José Olímpio, 2006.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. Raízes do Brail. 26ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de Metodologia Científica./ Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. – 7ª ed.- São Paulo: Atlas, 2010.

LEITÃO, Miriam. A Saga Brasileira: longa luta de um povo por sua moeda. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Record, 2011.

LEON, Ethel. Design brasileiro: quem fez, quem faz./ Ethel Leon. Rio de Janeiro: Viana & Mosley Editora e Senac Rio Editora, 2005.

LIMA, Raymundo de. Para Entender o Pós-Modernismo: notas de pesquisa. Revista Espaço Acadêmico, N. 35, abril/ 2004- Mensal – ISSN 1519.6186. Disponível em http://www.espacoacademico.com.br/035/35eraylima.htm#_ftn1, acesso em Dez/2011.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MIASSAKI, D., POUGY, G., SAAVEDRA, J. Panorama das Ações de Design no Brasil. Relatório para Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial. set. 2006. Disponível em: <<http://www.Designbrasil.org.br/portal/acoes/PanoramaNacional.pdf>> Acesso em: 19/12/2012.

MORAES, Dijon de. Análise do Design Brasileiro: entre mimese e mestiçagem. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

MOZOTA, Brigitte Borja de. Gestão do Design: usando o Design para construir valor de marca e inovação corporativa./ Brigitte Borja de Mozota, Cássia Klöpsch, Filipe Campelo Xavier da Costa; tradução: Lene Belon Ribeiro; revisão técnica: Gustavo Severo de Borba. Porto Alegre: Bookman, 2011.

NERI, Marcelo Cortes. [coord.] Os Emergentes dos Emergentes: reflexões globais e ações locais para a nova classe média brasileira. Rio de Janeiro: FGV/CPS, 2010.

NIEMEYER, Lucy. Design no Brasil: origens e instalação./ Lucy Niemeyer. - 4ª ed. - Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

PAULA, A. J. F.; SEMENSATO, C. B.; SILVA, J. C. P. da; PASCHOARELLI, Luis Carlos; SILVA, Danilo Corrêa. Breve História e Análise Crítica do Ensino do Design no Brasil. Revista Convergências, v. 5, p. 110, 2010.

PEVSNER, Nikolaus. Os Pioneiros do Desenho Moderno: de William Morris a Walter Gropius/ Nikolaus Pevsner; tradução: João Paulo Monteiro. – 3ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2002. (Coleção A)

_____. Origens da Arquitetura Moderna e do Design/ Nikolaus Pevsner; tradução: Luiz Raul Machado. – 3ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2001.

RAULIK, G. Panorama internacional das políticas de promoção e incentivo ao Design. Brasil. S.I: MDIC. 2006. Disponível em: <http://www.Designbrasil.org.br/portal/acoes/PanoramaInternacional_PPID.pdf>; acesso em 22/10/2011.

RIBEIRO, Darcy. O Povo Brasileiro. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

SACHS, Ignacy. Rumo à Ecosocioeconomia: teoria e prática do desenvolvimento/ Ignacy Sachs; organização: Paulo Freire Vieira. São Paulo: Cortez, 2007.

SACHS, Wolfgang. Dicionário do Desenvolvimento: guia para o conhecimento como poder. Wolfgang Sachs [editor]; tradução: Vera Lucia M. Joscelyne; Suzana de Gyalokay e Jaime A. Clasen. Petrópolis: Vozes, 2000.

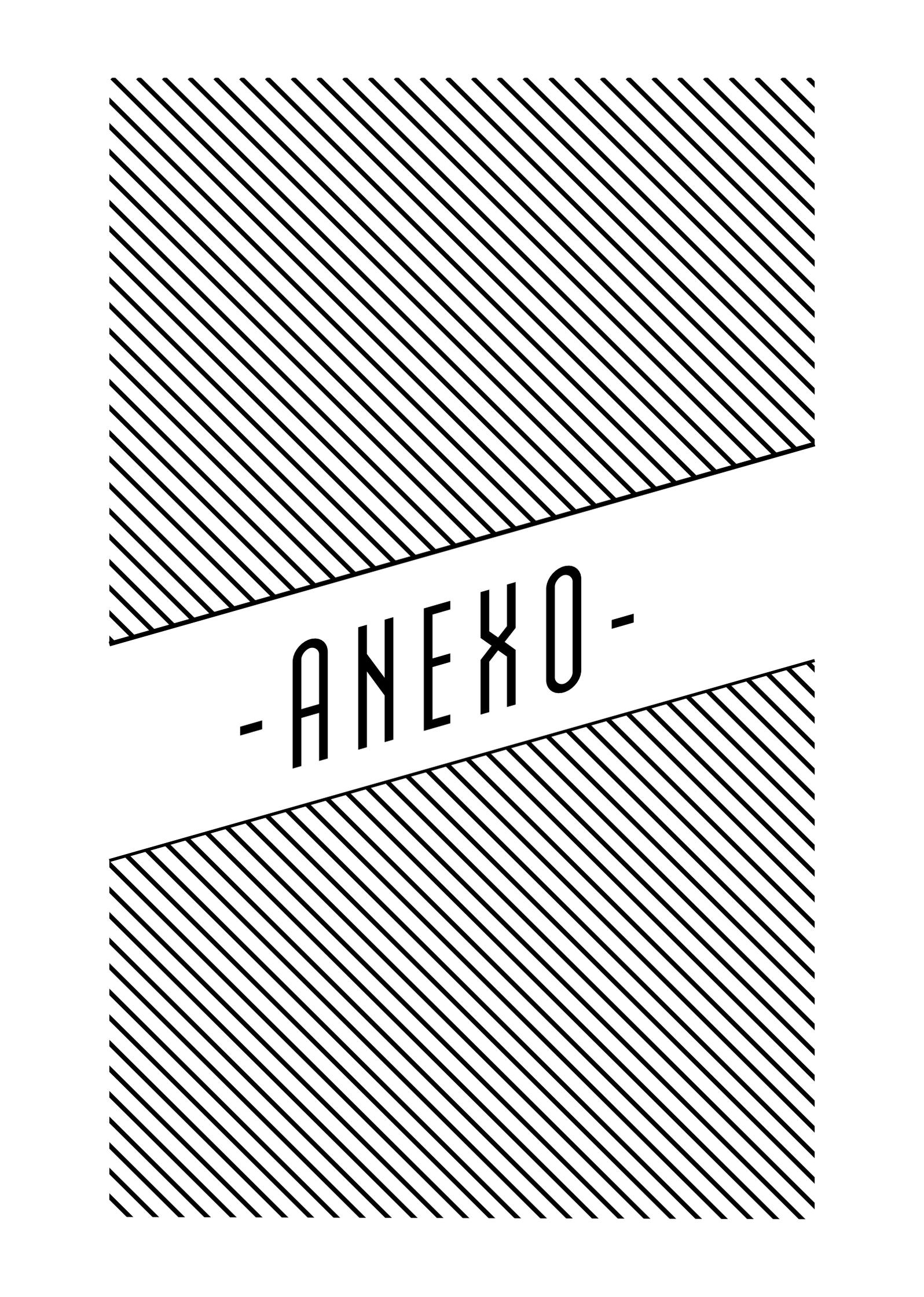
SANDRONI, Paulo. Novo Dicionário de Economia. São Paulo: Best Seller, 1999.

SCHNEIDER, Beat. Design – Uma Introdução: o Design no contexto social, cultural e econômico./ Beat Schneider; tradução: Sonali Bertuol, George Bernard Sperber. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.

STEPHAN, Auresdene Pires. 10 Cases do Design Brasileiro: os bastidores do processo de criação./ Vários autores; coordenação: Auresdene Pires Stephan. São Paulo: Blucher, 2008.

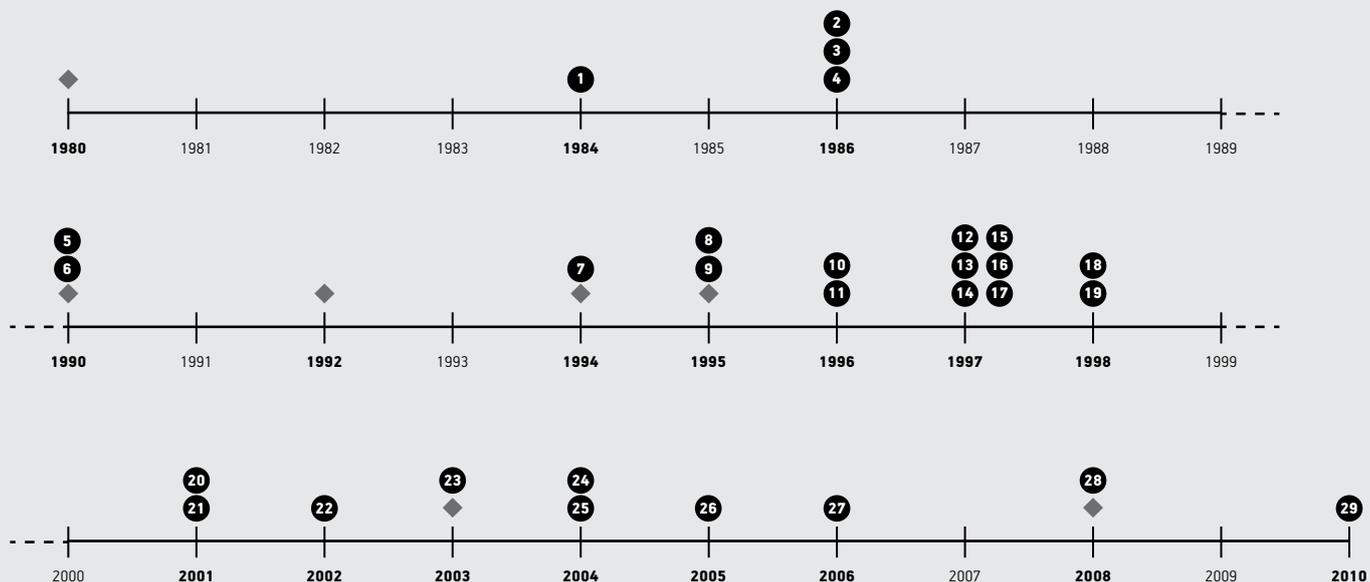
_____. 10 Cases do Design Brasileiro: os bastidores do processo de criação./
Vários autores; coordenação: Auresdene Pires Stephan.- 2ª ed.- São Paulo:
Blucher, 2010.

VERSIANI, Flávio e SUZIGAN, Wilson. O Processo Brasileiro de Industrialização:
uma Visão Geral. Série Textos Didáticos, Universidade de Brasília; Departamento
de Economia, 1990.



- ANEXO -

LINHA DO TEMPO



1980

- ◆ 'Década Perdida': recessão e hiperinflação.

1984

- 1 LBDI – Laboratório Brasileiro de Design Industrial

1986

- 2 Prêmio Design MCB
- 3 Unidade de Design Fundação Osvaldo Cruz
- 4 Revista Design e Interiores

1990

- ◆ Governo Collor [presidente civil + eleições diretas]
- ◆ Confisco das poupanças
- 5 Programa Brasileiro da qualidade e produtividade
- 6 Bienal ADG

1992

- ◆ Impeachment de Collor - Governo Itamar

1994

- ◆ Plano Real
- 7 PGD Design

1995

- ◆ Fim da hiperinflação - Estabilidade econômica
- 8 PBD – Programa Brasileiro de Design
- ◆ I Governo FHC
- ◆ Privatizações de grandes empresas estatais
- 9 Brasil faz Design [até 2004]

1996

- 10 ARC DESIGN
- 11 Programas Setoriais | Programa de Design Moveleiro

1997

- 12 Programa de Design Cerâmico
- 13 Programa de Design Têxtil
- 14 Programa de Design Gemas e Jóias
- 15 Programas Estaduais
- 16 Programa Gaúcho de Design
- 17 Programa Bahia Design

1998

- 18 Salão Pernambucano de Design
- 19 Salão Design Movelsul

2001

- 20 Oficinas de Design Senai [Até 2003]
- 21 Núcleos de Apoio ao Design SENAI

2002

- 22 Via Design - Sebrae

2003

- ◆ Lula assume a presidência
- 23 Design Excellence Brazil [PBD]

2004

- 24 Portal Design Brasil
- 25 Programa Sebrae de Incubadoras de Design

2005

- 26 Marca Brasil [Ministério do Turismo – ADG]

2006

- 27 Bienal Brasileira de Design

2008

- ◆ Mídia destaca o avanço do consumo na classe C
- 28 Prêmio de Design Idea/Brasil

2010

- 29 Cursos de Design no Brasil em números: 483 cursos de graduação, 12 cursos de mestrado, 2 cursos de doutorado.