

ENSAIOS EM
DESIGN
diálogos e experiências

Este livro possui elementos interativos que facilitam sua navegação. Todos os capítulos no índice podem ser acessados com um clique. **Para retornar ao índice durante a leitura, basta clicar na numeração de página localizada no canto superior esquerdo de cada página.**



ENSAIOS EM DESIGN

diálogos e experiências

ORGANIZAÇÃO

CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO
MAURÍCIO ELIAS KLAFKE DICK

canal6 editora

canal6 editora

Rua José Pereira Guedes, 7-14
Pq. Paulista | CEP 17031-420 | Bauru, SP
(14) 3313-7968 | www.canal6editora.com.br



ASSOCIADO



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(BENITEZ Catalogação Ass. Editorial, MS, Brasil)

E52
1.ed. Ensaaios em design [livro eletrônico] : diálogos e experiências /
organizadores Cassia Leticia Carrara Domiciano, Maurício Elias
Klafke Dick — 1.ed. — Bauru, SP: Canal 6 Editora, 2024.
PDF.

Vários autores.
Bibliografia.
ISBN 978-85-7917-675-3
DOI 10.52050/9788579176753

1. Ensaaios. 2. Design. 3. Design – Pesquisa. 4. Sociedade. I.
Domiciano, Cassia Leticia Carrara. II. Dick, Maurício Elias Klafke.

12-2024/95

CDD 745.40981

Índice para catálogo sistemático:

1. Ensaaios : Design : Pesquisa 745.40981

Aline Grazielle Benitez – Bibliotecária – CRB-1/3129

ENSAIOS EM DESIGN: DIÁLOGOS E EXPERIÊNCIAS

Projeto Gráfico, Capa e Diagramação

Equipe Inky Design - FAAC - UNESP

Augusto da Silva Borba

Henrique Marçal Dias Cintra

João Gabriel dos Anjos de Oliveira

Xião Tíng Xu Sun

Coordenação Editorial

Cassia Leticia Carrara Domiciano

Fernanda Henriques

Maurício Elias Klafke Dick



FOTO HOMENAGEM

Objetos pessoais da professora Paula Landim, cedidos por sua filha, Julia Yuri Landim y Goya. Produção, fotografia e tratamento de imagens: Aryadne Bonacorsi Xavier, Henrique Marçal Dias Cintra e Augusto da Silva Borba.

E escrever sobre Paula Landim em uma homenagem póstuma é um desafio, especialmente considerando sua partida precoce e inesperada. Contudo, me lanço a escrever estas linhas na intenção de representar um pouco todos os alunos que já passaram pela sua sala de aula e tiveram a oportunidade de compartilhar momentos com ela aprendendo muito sobre design, arquitetura e sobre a vida.

Em seu resumo do Currículo Lattes, estão elencados alguns dos muitos feitos alcançados por ela como excelente profissional:

- Formada em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, FAU - USP (1987);
- Mestre em Geografia pelo Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista, UNESP - campus de Rio Claro (1994);
- Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo FAU - USP (2001);
- Estágio de pós-doutorado na Universidade de Arte e Design de Helsinque na Finlândia (2006-2007);
- Livre-docente em Design de Produto pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista, UNESP - campus de Bauru (2009);
- Professora do Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC da Universidade Estadual Paulista, UNESP - campus de Bauru desde 1988 e do Programa de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC da Universidade Estadual Paulista, UNESP - campus de Bauru desde 2004;

- Trabalhava nas seguintes linhas de pesquisa: Desenho do Objeto, Projeto de Mobiliário, História do Design, Design Emocional e Teoria e Crítica do Design;
- Possui diversos artigos publicados em periódicos especializados, trabalhos em eventos, tanto nacionais como internacionais, nas áreas de Arquitetura e Design, assim como livros e capítulos de livros publicados;
- Teve muitos orientandos de graduação, iniciação científica, mestrado e doutorado na área de Design.

Estes pontos resumem de maneira muito breve uma vida dedicada à Ciência e ao campo do Design no Brasil no qual atuou na UNESP de Bauru, formando várias gerações de novos designers, novos mestres e doutores em design, criando parcerias nacionais e internacionais com diversas instituições, avaliando cursos Brasil a fora, auxiliando na estruturação e colaborando também como coordenadora

para que o Programa de Pós-Graduação em Design da UNESP de Bauru alcançasse o conceito 6 de excelência junto à CAPES.

Devemos lembrar dela e de sua jornada como referência de mulher e profissional, principalmente compreendendo os desafios que se colocam na vida e na carreira acadêmica especialmente para mulheres, incluindo mulheres mães. Ser mãe da Julia e do Pedro, aliás, era em suas próprias palavras seu melhor projeto e tanto assim era, que todos nós que tivemos a oportunidade de conviver com ela, logo convivíamos também com seus filhos sempre muito receptivos e acolhedores com todos. Muito dedicada à família, Paula veio de uma casa de professores sendo seus pais os Prof. Titular Paulo Milton Barbosa Landim e Prof^a Titular Carminda da Cruz Landim e sua irmã a Prof^a Titular Fernanda da Cruz Landim. Entre uma conversa e outra ela sempre externava seu amor pela convivência com eles e com o que significava ser família.

Paula era família também para muitos da UNESP ou que por aqui passaram. Seu jeito de “mãe” acadêmica sempre será lembrado por cada um que teve o privilégio de conhecê-la e conviver um pouco com ela: puxava a orelha quando preciso, comprava briga por seus alunos quando preciso, vibrava com a vitória deles e se emocionava com suas conquistas.

Recentemente convivi com ela como minha colega de departamento com quem eu dividia uma sala no Departamento de Design da UNESP de Bauru, mas escrevo este texto como sua aluna e orientanda que se tornou uma amiga e que hoje tem como parte de sua própria pedagogia em design incentivar as novas gerações de designers a tomar contato com o legado que ela deixou e que marcará a história, a teoria e a crítica do design que ela tanto pesquisou e ajudou a construir.

Faço aqui a você leitor o mesmo convite que faço aos meus alunos de design da UNESP:

Conheçam a Profª Paula Landim!

Se apropriem do que ela deixou com tanto carinho para todos nós e para o campo do Design!

Conhecer suas ideias é também conhecer um pouco do grande ser humano que ela sempre será.

Aluna da Paula e Profª Drª.

Carolina Vaitiekunas Pizarro

ÍNDICE



PREFÁCIO



MODA E VESTUÁRIO:
CONSIDERAÇÕES SOBRE O USUÁRIO IDOSO



ALINHAVANDO O DESIGN DE MODA DO FUTURO:
DIÁLOGO ENTRE DESIGN CONTEMPORÂNEO,
MODA E TRANSIÇÕES PARA A SUSTENTABILIDADE



DESIGN E TECNOLOGIA ASSISTIVA:
INICIATIVAS INTERDISCIPLINARES
DESENVOLVIDAS NO CENTRO
AVANÇADO DE DESENVOLVIMENTO
DE PRODUTOS (CADEP-UNESP)



RITA LEE DO ROCK AO SAMBA:
LABSOL UPCYCLING EM TIBIRIÇÁ



DESIGN ESTRATÉGICO EM MPES MOVELEIRAS
PARA O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS
SUSTENTÁVEIS



AS INCURSÕES DA LUTERIA NOS CAMPOS
DA ARTE, DO ARTESANATO E DO DESIGN



Clique no capítulo que deseja ler e seja direcionado diretamente até lá



PALHAÇARIA: O ARTESANATO CONSTRUINDO PONTES ENTRE DESIGN, CULTURA E IMPACTO SOCIAL



PROJETO DIGI-EDITORIAL: UM MÉTODO PARA O DESIGN DE LIVROS E OUTRAS PUBLICAÇÕES DIGITAIS



DEU DENGO! INTERFACE DIGITAL PARA APLICATIVO DE RELACIONAMENTO ENTRE PESSOAS NEGRAS



UM DESIGN QUEER, UM SEX DESIGN EM CONSTRUÇÃO: TRANSDISCIPLINARIDADE E SABERES SUBVERSIVOS



EXPERIMENTALISMO EDITORIAL E GRÁFICO NA VIRADA DO MILÊNIO: ANÁLISE DE VOLUMES DA REVISTA ADG



O DESIGN NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: REFLEXÕES SOBRE A ÉTICA DESDE O DESIGN E A IMPORTÂNCIA DO CONTEXTO NESTE PROCESSO



APROXIMAÇÕES ENTRE AS INTERVENÇÕES GRÁFICAS URBANAS E O DESIGN



MEMÓRIA GRÁFICA: O USO DE ARTEFATOS GRÁFICOS NOS ESTUDOS DE HISTÓRIA DO DESIGN



Clique no capítulo que deseja ler e seja direcionado diretamente até lá



PREFÁCIO

ENSAIOS EM DESIGN: DIÁLOGOS E EXPERIÊNCIAS

POR OSMAR VICENTE RODRIGUES

ENSAIOS_{EM}
DESIGN

"Design é a capacidade humana de moldar e criar nossos ambientes de maneiras que satisfaçam nossas necessidades e dêem sentido às nossas vidas." (John Heskett, 2002). É com esta frase que eu inicio este prefácio, pois a forma como este autor pensava o Design tem absolutamente tudo a ver com o conteúdo deste livro.

Desde seus primórdios, o Design tem sido uma resposta prática e criativa às necessidades humanas, adaptando-se às demandas de cada época. Mais do que uma atividade voltada à estética e à produção, o Design contemporâneo tornou-se uma ferramenta que integra valores sociais, ambientais e tecnológicos, trazendo soluções inovadoras que buscam promover bem-estar e justiça social. Inspirado pela visão de John Heskett, este livro representa não apenas uma coletânea de estudos sobre Design, mas uma manifestação de como o Design pode dialogar com o mundo em constante transformação.

Ao abordar como o Design Contemporâneo contribui para o bem-estar social, a inclusão,

a sustentabilidade e a inovação, sempre em diálogo com as necessidades e aspirações humanas, os artigos deste livro, em conjunto, refletem a visão de John Heskett sobre um Design abrangente e transformador. Visão essa que valoriza o papel do Design não apenas como uma prática estética, mas como uma ferramenta que molda a sociedade, influencia comportamentos e responde a desafios complexos, e que eu tive o privilégio de comprovar, ao conhecê-lo em 2003 no ID-Institute of Design do IIT-Illinois Institute of Technology em Chicago, do qual foi professor.

Com o título "Ensaio em Design: Diálogos e Experiências", o livro do Departamento de Design da FAAC - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP Bauru, para 2024, apresenta um rico panorama das pesquisas e reflexões que vêm sendo desenvolvidas no campo do Design Contemporâneo. Esta edição reúne 14 artigos que demonstram a amplitude e a diversidade das investigações em curso, evidenciando como o Design se estabelece como uma área de conhecimento fundamentalmente interdisciplinar e socialmente

comprometida. Este livro contempla, portanto, uma vasta gama de tópicos que ilustram como o Design se conecta às questões de inclusão, sustentabilidade, tecnologia e memória cultural, destacando a importância do diálogo entre áreas diversas para o avanço da prática projetual.

A coletânea nele apresentada reflete a maturidade alcançada pelo Departamento de Design em suas diferentes linhas de pesquisa, abrangendo desde questões tecnológicas e assistivas, até aspectos culturais e sociais do Design. Os trabalhos aqui reunidos compartilham um compromisso comum com a inovação, a sustentabilidade e a responsabilidade social, demonstrando como o Design contemporâneo transcende sua função meramente projetual para se estabelecer como um agente de transformação na sociedade, assim como John Heskett sempre defendeu.

O 1º artigo apresenta um trabalho voltado à **Tecnologia Assistiva**, o qual tendo sido desenvolvido no Centro Avançado de Desenvolvimento de Produtos-CADEP, evidencia a ação do Design, que apoiado

por tecnologias de fabricação digital e impressão 3D, desenvolve produtos e serviços que promovem a independência e a inclusão social de pessoas com deficiência, de maneira personalizada.

O 2º artigo explora o papel da **moda** na construção social do corpo em relação às padronizações estéticas que influenciam como os indivíduos, incluindo os idosos, se apresentam na sociedade. O estudo aborda a moda como uma prática que, apesar de individual, está ligada a padrões estéticos que muitas vezes reforçam estigmas, especialmente no caso do envelhecimento. A moda, portanto, se integra ao Design na busca por uma representação mais inclusiva e alinhada às necessidades dos idosos.

O 3º artigo, através do Laboratório de Design Solidário (LabSol), reforça a integração entre Design, sustentabilidade e impacto social.

Por meio de colaborações em áreas como **upcycling** e artesanato, o LabSol transforma resíduos têxteis e outros materiais em novos produtos, criando oportunidades de trabalho e renda para

as comunidades. O Design, portanto, é apresentado aqui, não apenas como uma prática estética, mas como uma ferramenta de impacto social e ambiental.

Já o 4º artigo estabelece uma relação entre a moda contemporânea e a necessidade de transição rumo à sustentabilidade. O texto destaca como a moda, além de ser uma expressão de identidade, reflete dinâmicas sociais e temporais, como o consumo acelerado e os desafios ambientais do mundo hiper moderno. A partir do conceito de Design Sustentável, ao comparar o **ultra fast fashion** com o movimento **slow fashion**, o texto aborda a urgência de um Design que transcenda o presente, integrando o passado e vislumbrando um futuro mais sustentável.

O 5º artigo aborda a aplicação do **Design Estratégico** em Micro e Pequenas Empresas (MPEs) moveleiras como ferramenta para promover o desenvolvimento sustentável. O texto apresenta os conceitos de Design Estratégico, destacando os desafios e oportunidades que as MPEs

enfrentam ao adotar esses princípios em seus processos de produção, ajudando-as a alinhar suas operações com práticas mais ecológicas e inovadoras, reforçando o papel do Design como um agente transformador.

O 6º artigo, por sua vez, é sobre artefatos musicais, e destaca a **luteria** como uma prática que converge os campos da arte, do artesanato e do Design. O texto destaca o aspecto artesanal da conexão entre o artífice e seu processo criativo, enquanto o Design emerge na adaptação às necessidades humanas e produtivas.

No 7º artigo, o texto aborda a conexão entre o **Design Social** e sustentabilidade, enfatizando a importância de alinhar o Design com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU. Contudo, o desafio surge quando o artesanato é visto apenas como uma atividade cultural, sem o devido reconhecimento de seu impacto econômico. O projeto "Estruturação do Sistema de Gestão do Artesanato Brasileiro" aborda essa questão, destacando a importância de articular

políticas públicas que promovam tanto a relevância sociocultural quanto o potencial econômico do artesanato.

O 8º artigo propõe a integração entre as questões de gênero, prazer e Design, reconhecendo-as como construções sociais plurais. O texto discute ainda o "**Sex Design**", que une Design, sexualidade, gênero e prazer, refletindo sobre a complexidade das interações humanas em um mundo tecnológico, propondo uma abordagem científica e crítica que questiona tabus e promove uma visão inclusiva das experiências eróticas.

O 9º artigo explora as manifestações gráficas urbanas como grafite e pichação, com foco no processo de desterritorialização e convergência cultural. Com a evolução tecnológica e o impacto da internet, essas intervenções extrapolaram o espaço físico das cidades, integrando-se ao **Design Digital**, tornando-se um fenômeno híbrido entre cultura popular e comunicação visual. O texto mostra ainda como as intervenções urbanas se entrelaçam com o campo do Design,

evidenciando um diálogo contínuo entre práticas visuais não acadêmicas e a produção projetual.

O 10º artigo descreve o processo de desenvolvimento de uma interface para um aplicativo de relacionamento voltado para pessoas negras, vinculado ao grupo Afrodengo, criado em 2017 no Facebook. Nele, são feitas conexões entre práticas sociais passadas, como o footing, e os atuais aplicativos de relacionamento. O texto destaca como o **design de plataformas digitais** pode reforçar ou mitigar preconceitos, evidenciando a importância de um Design Inclusivo e consciente, em especial para grupos marginalizados.

O 11º artigo destaca o impacto crescente da Inteligência Artificial (IA) na sociedade e como o Design desempenha um papel crucial nesse contexto. A rápida integração da IA em produtos, sistemas e serviços demanda que o Design não apenas atenda às necessidades dos usuários, mas que também antecipe e monitore os impactos sociais e éticos dessas soluções. O texto ressalta, portanto, a importância de novas pesquisas e diálogos

sobre os desafios e responsabilidades que surgem na interseção entre **Design e IA**.

O 12º artigo discute o impacto da **digitalização no Design Editorial**, destacando a transformação do acesso à leitura e o surgimento de novas formas de publicação digital, como e-books interativos e multimídia. O texto exemplifica como o design de publicações digitais envolve mais do que simples adaptação do formato impresso, mas sim um olhar projetual específico, levando em conta fatores como conteúdo, tecnologia e experiência do usuário.

O 13º artigo aborda a evolução histórica das revistas como artefatos editoriais e o papel do Design Gráfico no seu desenvolvimento, especialmente no final do milênio. A análise da revista ADG demonstra como o **Design Editorial** no final do século XX passou por uma fase de experimentalismo, incorporando técnicas de desconstrução e fragmentação típicas do pós-modernismo. O texto mostra que o Design Gráfico tornou-se uma ferramenta crítica para refletir e desafiar as normas

culturais e estéticas, permitindo novas formas de expressão e interação com os leitores.

E o 14º artigo examina a **memória gráfica** em relação à cultura material, analisando artefatos impressos antigos e suas conexões com a história gráfica. As pesquisas, conduzidas principalmente por designers, buscam entender a concepção e produção desses objetos, refletindo sobre o papel do Design ao longo do tempo. O texto destaca que a memória gráfica ainda não é um campo autônomo, mas está ligada à história do Design Gráfico, dialogando com áreas como cultura visual e memória coletiva.

Para concluir, a diversidade temática, bem como a profundidade analítica dos quatorze artigos apresentados nesta obra, demonstram a vitalidade da pesquisa em Design na FAAC-UNESP Bauru. Do Design Assistivo à memória gráfica, da moda sustentável à inteligência artificial, cada texto contribui para construir um panorama multifacetado do papel do Design Contemporâneo. Os diálogos estabelecidos entre diferentes áreas do

conhecimento e as experiências relatadas evidenciam como o Design se consolida como uma disciplina com capacidade não apenas de transformação, mas de promover uma sociedade melhor. Esta publicação, portanto, não apenas documenta o estado atual da pesquisa em Design na instituição, mas também aponta caminhos promissores para futuras investigações.

Ao integrar diferentes áreas do conhecimento e propor soluções colaborativas, os autores reforçam a importância do Design como um agente de transformação, capaz de moldar uma sociedade mais justa, inclusiva e sustentável. Ou seja, esta obra reafirma o compromisso do Departamento de Design da FAAC com a produção de conhecimento relevante e com a formação de profissionais preparados para enfrentar as complexidades de um mundo em constante mudança.

Este livro não é apenas um registro da pesquisa em Design na FAAC-UNESP Bauru! É um testemunho do potencial transformador do Design para moldar o futuro. As reflexões e experiências

relatadas nesta obra demonstram como o Design transcende as fronteiras acadêmicas e se consolida como uma força de mudança, oferecendo soluções inclusivas e sustentáveis para os desafios contemporâneos. Assim, o Departamento de Design da FAAC segue promovendo um ambiente de reflexão e ação, formando profissionais preparados para fazer frente às complexidades de um mundo em constante transformação. Que este livro inspire novas investigações e ações que contribuam para um futuro mais justo e sustentável.

Querida Professora Paula Landim, obrigado por tudo!

Prof. Dr. Osmar Vicente Rodrigues

Professor no curso de Design 1988-2019



OSMAR VICENTE RODRIGUES

PhD em Design de Veículos pelo RCA - Royal College of Art - Londres (2008); Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas pela UFSC - Florianópolis (1993); Bacharel em Design pela UNESP - Bauru (1986). Design Fellow do Imperial College London - Tanaka Business Centre (2007). Associado do Innovation RCA do Royal College of Art; é consultor internacional do Car Design Research, e foi responsável por Acordos de Cooperação entre a UNESP e a Hyundai Motor Company (Coréia do Sul), a Embraer (Brasil) e a OsloMet - Oslo Metropolitan University (Noruega). Dirigiu, alternadamente, por 15 anos, o Laboratório de Madeira e o LDMP - Laboratório Didático de Materiais e Protótipos da FAAC - Unesp - Bauru. Dirigiu, por 10 anos, o CADEP - Centro Avançado de Desenvolvimento de Produtos da FAAC - Unesp - Bauru, especializado em Prototipagem Rápida e Impressão 3D, Digitalização 3D, Engenharia Reversa e Inspeção Tridimensional. Membro da Fundação para o desenvolvimento

de Bauru - FUNDEB desde 1995. Foi professor no curso de Design da UNESP Bauru por 31 anos (1988-2019), com sua especialidade e pesquisa voltadas para o Design e Negócios, Desenvolvimento de Produtos, Impressão 3D, Fabricação Digital, modelos e protótipos e Material Plástico. Sua experiência profissional, prática industrial e a combinação de design com negócios tem sido aplicada ao longo de sua carreira, tanto no desenvolvimento de produtos e processos para a indústria, quanto no desenvolvimento de suas atividades acadêmicas.

EMAIL: osmar.rodrigues@unesp.br



DESIGN E TECNOLOGIA ASSISTIVA: INICIATIVAS INTERDISCIPLINARES DESENVOLVIDAS NO CENTRO AVANÇADO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS (CADEP-UNESP)

MARIANA ANJOS DE ALMEIDA • AMANDA GOMES FAVORETTO • ANA BEATRIZ FERREIRA CARDIM • ERICA TIEMI TOBARO
MAISA DA SILVA JULIO • REVERSON TADEU MONTEIRO • FAUSTO ORSI MEDOLA

DOI 10.52050/9788579176753.1



A Tecnologia Assistiva (TA) é uma área de conhecimento interdisciplinar relacionada a produtos e serviços voltados à promoção da independência e participação social de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. No âmbito do Design, a pesquisa e desenvolvimento em TA explora os aspectos práticos, estéticos e simbólicos destes produtos. A partir das tecnologias de prototipagem rápida, a personalização de dispositivos assistivos ampliou as perspectivas de ações do design, com vistas a aprimorar a funcionalidade dos produtos, bem como favorecer a aceitação, engajamento e satisfação com o uso a partir de soluções que atendam de forma mais adequada às necessidades e preferências dos usuários. Este trabalho descreve as ações de pesquisa e desenvolvimento em Tecnologia Assistiva desenvolvidas no Centro Avançado de Desenvolvimento de Produtos (CADEP), destacando as colaborações interdisciplinares que foram a base dos projetos aqui apresentados.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Fachada do Laboratório de Pesquisa do Centro Avançado de Desenvolvimento de Produtos (CADEP). Fonte: Elaborada pelos autores.

PROTOTIPAGEM RÁPIDA E TECNOLOGIA ASSISTIVA

A prototipagem rápida e a tecnologia assistiva são campos do design de produto que se integram de forma complementar, especialmente no desenvolvimento de soluções para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Segundo Gorni (2001), a prototipagem rápida refere-se a um conjunto de tecnologias usadas para criar objetos físicos a partir de dados gerados por sistemas de design assistido por computador (CAD). A tecnologia assistiva, por sua vez, é definida como produtos, dispositivos e serviços que têm como objetivo promover a funcionalidade e a participação de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, buscando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social (Ministério da Saúde, 2022). De maneira geral, abordagens do design com foco em soluções assistivas por meio da prototipagem rápida têm como objetivo aprimorar a experiência do usuário, otimizando

processos e oferecendo soluções personalizadas, com foco especial na realização das Atividades de Vida Diária (AVDs).

A prototipagem rápida envolve uma série de métodos e ferramentas que possibilitam a criação rápida de protótipos físicos. Com o uso de tecnologias como impressão 3D, escaneamento e fresagem CNC, essas abordagens permitem produzir modelos e protótipos físicos em relativamente pouco tempo, facilitando o teste, ajustes e aprimoramento geral do conceito da proposta de design. Tais processos são especialmente importantes no desenvolvimento de produtos assistivos, onde se torna essencial adaptar e modificar os modelos a partir do feedback de usuários.

A tecnologia assistiva engloba uma ampla gama de dispositivos, sistemas e ferramentas projetados para melhorar, manter ou ampliar as habilidades de pessoas com deficiências ou mobilidade reduzida. Alguns exemplos incluem próteses e órteses, dispositivos de auxílio à mobilidade, sistemas de leitura para pessoas com deficiência

visual e adaptadores para facilitar o uso de objetos do cotidiano. Com a integração da prototipagem rápida nesse campo, designers podem criar soluções mais personalizadas, ajustadas às necessidades específicas de cada usuário, enquanto reduzem significativamente o tempo e os custos de desenvolvimento de produtos eficientes e inovadores.

Além disso, essa abordagem promove maior aceitação dos dispositivos, contribuindo para a redução das taxas de abandono, conforme demonstrado por estudos que evidenciam a relação entre o engajamento do usuário e a eficácia das soluções assistivas (Layton, N. et al., 2022 / Afla-toony, L. et al., 2021 / Howard, J. et al., 2022).

O processo de prototipagem rápida permite testes de múltiplas variações de um mesmo produto de maneira ágil, eliminando a necessidade de grandes investimentos iniciais, sendo particularmente relevante no design de produtos assistivos, onde a validação e o feedback contínuo dos usuários são essenciais para garantir que as soluções

atendam, de fato, às necessidades específicas e aos critérios definidos pelo projeto. A flexibilidade oferecida pela prototipagem rápida também facilita a realização de ajustes a partir de um processo de avaliação e desenvolvimento, que o aprimoramento geral da proposta.

O CADEP (Centro Avançado de Desenvolvimento de Produtos) tem desenvolvido ações de pesquisa e desenvolvimento buscando o aprimoramento e inovação de soluções no campo da tecnologia assistiva. Com o objetivo de compreender, pesquisar e desenvolver produtos que impactem positivamente a qualidade de vida das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, o CADEP promove abordagens interdisciplinares, combinando conhecimento acadêmico, prática de design e pesquisa aplicada para criar dispositivos acessíveis e eficientes.

EXPERIÊNCIAS DE ENSINO

O CADEP tem se consolidado como um ambiente de ensino inovador, onde a prática e a interdisciplinaridade desempenham um papel central na formação dos estudantes. As atividades no CADEP são orientadas pela aplicação de metodologias que conectam diferentes áreas do conhecimento, com foco na inovação e na criação de soluções para problemas reais. Por meio de projetos colaborativos e do uso de tecnologias como a impressão 3D, modelagem, digitalização tridimensional e usinagem CNC, o centro capacita alunos em contextos interdisciplinares, com ênfase nas áreas de design de produto, prototipagem rápida e tecnologia assistiva.

ABORDAGENS INTERDISCIPLINARES NO ENSINO

O CADEP também propiciou meios para ações colaborativas no ensino em design a partir de abordagens interdisciplinares. Nos anos de 2018 e

2019, a disciplina Design Inclusivo (que integrava a grade de disciplinas optativas no curso de Design da UNESP-Bauru) foi ministrada de forma concentrada, e contou com a participação de docente e estudantes de graduação do programa de Product Design da Oslo Metropolitan University (Oslo, Noruega). Além do aspecto de internacionalização, as disciplinas foram desenvolvidas com o objetivo de promover uma experiência prática de desenvolvimento de soluções assistivas em ambientes de reabilitação. Em 2019, os alunos que participaram da disciplina puderam avaliar demandas reais de pacientes do Centro de Reabilitação da UNESP-Marília juntamente com docentes e estagiários do curso de Terapia Ocupacional, e desenvolver propostas de soluções utilizando tecnologias de prototipagem rápida para a confecção de protótipos (MEDOLA et al., 2021).

Posteriormente, em 2022, foi realizada uma disciplina interunidades intitulada “Tecnologia Assistiva, Reabilitação e Impressão 3D: abordagem colaborativa entre saúde e design”, integrando o curso de

Design (FAAC-Bauru) ao curso de Terapia Ocupacional (FFC-Marília).

Esta experiência possibilitou aos alunos o trabalho interdisciplinar em grupo, promovendo a troca de experiências e conhecimentos que, de forma prática, foram aplicados no aprimoramento e personalização de dispositivos ortóticos, utilizando para isto tecnologias de digitalização, modelagem e impressão tridimensional. Esta experiência foi muito positiva para os estudantes dos dois cursos, possibilitando ampliar os conhecimentos e a confiança para o trabalho em equipes multidisciplinares.

EDUCAÇÃO PRÁTICA NO CADEP: CAPACITAÇÃO PARA A INOVAÇÃO

O CADEP tem promovido oficinas e workshops em eventos acadêmicos e congressos. Essas atividades, voltadas para alunos e profissionais de diversas áreas, têm como objetivo ampliar o conhecimento sobre prototipagem rápida em suas múltiplas formas, com o foco de explorar o

impacto positivo dessas metodologias no campo da tecnologia assistiva, destacando como elas podem integrar diferentes áreas do conhecimento para resolver problemas complexos. Além disso, as participações em congressos com temáticas relacionadas à tecnologia assistiva, longevidade e gerontecnologia evidenciam a prototipagem rápida como uma abordagem interdisciplinar, que simplifica o desenvolvimento de dispositivos inovadores que podem auxiliar pessoas com dificuldades nas Atividades da Vida Diária (AVDs), oferecendo maior independência e qualidade de vida.

Nos workshops promovidos pelo CADEP, um aspecto crucial é a integração entre teoria e prática. Os participantes são introduzidos aos princípios da modelagem virtual e, desenvolvem modelos simples, com o suporte contínuo da equipe para sanar eventuais dúvidas. Além disso, têm a oportunidade de operar uma impressora 3D, acompanhando de perto o processo de impressão.

Estes encontros de aprendizagem foram realizados em diversos eventos importantes, como o I e II Workshop Design para Longevidade (USP Ribeirão Preto, 2023 e Unesp Bauru, 2024), Interdesigners MULTI (Unesp Bauru, 2024) e o V Congresso Brasileiro de Gerontecnologia (UFPR Curitiba, 2024). Esses encontros proporcionaram um espaço interdisciplinar para discutir como a prototipagem rápida pode ser aplicada no desenvolvimento de soluções assistivas, promovendo a inclusão e a melhoria da qualidade de vida, especialmente entre a população idosa.

Ao promover essas iniciativas, o CADEP se apresenta como uma referência na difusão do conhecimento sobre tecnologias assistivas, especialmente na área de design inclusivo. Além de capacitar estudantes e profissionais para o uso da impressão 3D, o centro reforça seu compromisso com a inovação e com o desenvolvimento de soluções tecnológicas inovadoras à saúde, bem-estar e longevidade.

EXPERIÊNCIAS DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

As experiências de pesquisa no CADEP envolvem projetos de iniciação científica, mestrado e doutorado que exploram temas envolvendo design de produtos e tecnologia assistiva. Esses projetos são desenvolvidos em um ambiente interdisciplinar, incentivando a colaboração entre diferentes áreas do conhecimento e proporcionando aos estudantes uma formação sólida voltada à solução de desafios reais da indústria e da sociedade. Além disso, alguns projetos contemplam o uso de diversas tecnologias no processo de desenvolvimento de soluções assistivas, como por exemplo o trabalho de Favoretto et al. (2024) que descreve o desenvolvimento de um adaptador ergonômico para jardinagem, utilizando processos de modelagem em argila, combinado à digitalização, modelagem e impressão 3D. A seguir, serão apresentados os resumos de algumas pesquisas de iniciação científica e mestrado desenvolvidas nos últimos anos no laboratório.

Autoria: Amanda Gomes Favoretto.

Orientação: Fausto Orsi Medola.

Estudo de Iniciação Científica

Concluído (2022 a 2023).

TECNOLOGIAS DE MODELAGEM E IMPRESSÃO TRIDIMENSIONAL PARA DESENVOLVIMENTO DE MODELO PRÁTICO DE TREINO E ESTUDO DE PUNÇÃO LOMBAR: PESQUISA E INOVAÇÃO EM TECNOLOGIA DIDÁTICA

A formação de profissionais de saúde exige o domínio de procedimentos complexos, muitas vezes associados a riscos quando realizados em pacientes reais. A punção lombar, técnica essencial para acessar o líquido cefalorraquidiano, é utilizada em diagnósticos neurológicos, mas sua execução apresenta desafios relacionados à segurança do paciente, limitando a repetição de tentativas em contextos clínicos. O uso de simuladores médicos é uma solução promissora para treinamento seguro e eficaz, mas os modelos disponíveis no mercado são, frequentemente, de custo elevado, dificultando sua adoção por instituições de ensino.

Este estudo propõe o desenvolvimento de um simulador de baixo custo para punção lombar, utilizando modelagem e impressão 3D como alternativa acessível. A metodologia incluiu revisão bibliográfica e modelagem de elementos anatômicos da região da coluna lombar. Testes comparativos foram realizados com filamentos PLA, PETG, ABS e diferentes silicones disponíveis no mercado brasileiro, além de materiais comumente usados na área médica.

Os resultados mostraram sucesso na representação das vértebras lombares por meio da impressão 3D, com alta fidelidade anatômica. O PLA destacou-se como o material mais adequado para estruturas ósseas, devido à sua resistência, qualidade de acabamento e custo acessível. Para a representação de tecidos moles do corpo humano, os silicones Shore 0020 e A05 apresentaram propriedades similares adequadas para o modelo. Além disso, o silicone acético comercial demonstrou ser uma alternativa na emulação da densidade dos discos intervertebrais. O protótipo também reproduziu o fluxo do líquido cefalorraquidiano,

proporcionando uma experiência prática realista. Os resultados indicam que o protótipo atende aos objetivos propostos, oferecendo uma alternativa acessível para o ensino do procedimento de punção lombar. Futuras pesquisas podem aprofundar a análise dos polímeros utilizados, ampliando o conhecimento acerca de suas propriedades e aplicações no desenvolvimento de dispositivos de simulação médica.



FIGURA 1
Testes Realizados Fonte:
Elaborada pela autora (2023)

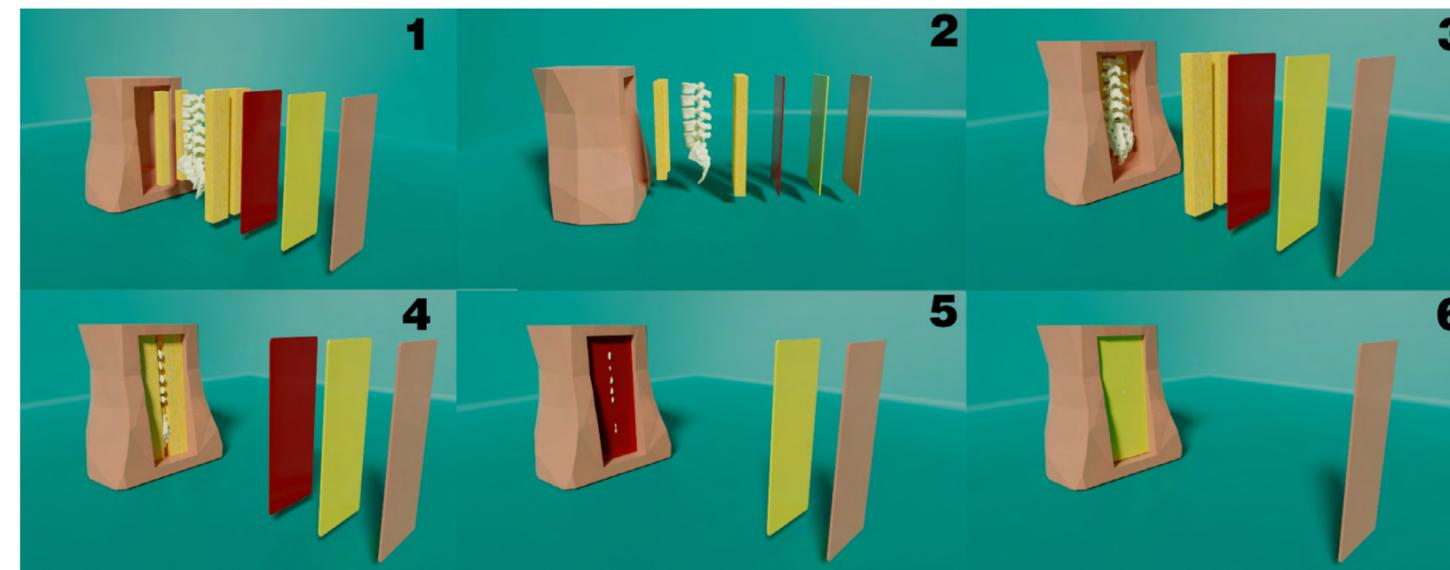


FIGURA 2
Montagem do Modelo. Fonte:
Elaborada pela autora (2023)



FIGURA 3
Protótipo em escala reduzida.
Fonte: Elaborada pela autora
(2023)

Autoria: Ana Beatriz Ferreira Cardim.

Orientação: Fausto Orsi Medola.

Estudo de Iniciação Científica

Concluído (2023).

SOLUÇÃO MECÂNICA PARA TRANSFERÊNCIAS DE CADEIRA DE RODAS COM FOCO NAS DEMANDAS DO PÚBLICO IDOSO

No Brasil, aproximadamente 16% a 20% da população idosa enfrenta problemas de mobilidade (Alves; Bezerra, 2017, p. 3608). Com base nesse contexto, o objetivo principal foi desenvolver a proposta de um dispositivo mecânico acessível para facilitar transferências. O estudo utilizou uma metodologia integrada que incluiu a aplicação e coleta de dados de mapas de desconforto corporal em idosos e profissionais de saúde de uma instituição de assistência de longa permanência para idosos (ILIP), além de revisões bibliográficas e entrevistas. Com base nos dados coletados, foram projetados modelos tridimensionais com o software Solid Edge (Siemens). O protótipo foi inspirado em mecanismos de cadeiras hidráulicas, permitindo ajuste de altura e movimento rotacional controlado por alavancas e manivelas.

O design também foi adaptado para adequar-se a diferentes tipos de cadeiras de rodas e alturas de superfícies, atendendo às necessidades cotidianas dos usuários. Tendo em vista que os principais desconfortos relatados incluíram dores na lombar, costas superiores e membros superiores, foram incluídos recursos adicionais, como encostos removíveis, apoios laterais e cintos de segurança, além de uma estrutura de apoio metálica para transferências em que o idoso precise se levantar (Cardim; Medola, 2023). A proposta foi submetida a avaliações críticas dos participantes, o que levou a aprimoramentos no design e na funcionalidade e a possibilidade de estudos posteriores.

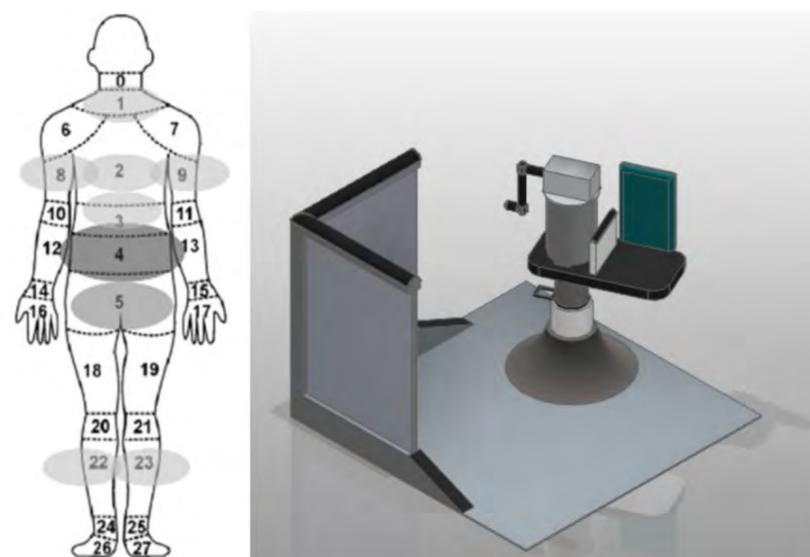


FIGURA 4

Mapa de desconforto corporal de pessoas idosas durante a transferência de cadeira de rodas e modelo 3D da solução mecânica.

Fonte: Cardim, Medola, 2023

Autoria: Maisa da Silva Julio.

Orientação: Fausto Orsi Medola.

Estudo de Iniciação Científica

Andamento (2024 a 2025)

UMA PROPOSTA DE DESIGN DE UTENSÍLIOS DE COZINHA HOSPITALAR COM FOCO EM PORCIONAMENTO DE DIETAS HOSPITALARES CONTROLADAS

A Unidade de Alimentação e Nutrição (UAN) Hospitalar tem como principal objetivo fornecer refeições nutricionalmente adequadas e seguras, de acordo com normas higiênico-sanitárias, para garantir que os pacientes recebam os nutrientes necessários sem riscos à saúde. Para isso, é essencial que os procedimentos sejam padronizados, de modo a garantir a quantidade correta de energia para os pacientes e minimizar o desperdício de alimentos. No entanto, nota-se que, o porcionamento dos alimentos não segue um padrão devido à utilização de utensílios diferentes e à percepção variável dos funcionários sobre o tamanho das porções. Essa falta de uniformidade sugere a necessidade de um design centrado na

atividade (porcionamento de alimentos), nos usuários (profissionais da UAN) e no ambiente (dietas controladas em hospitais).

Nesse contexto, a proposta do projeto é desenvolver utensílios de cozinha hospitalar para melhorar o porcionamento das dietas controladas, assegurando a entrega da quantidade ideal de nutrientes e reduzindo o desperdício. A utilização de tecnologias de digitalização, modelagem e impressão 3D oferece novas possibilidades para criar esses utensílios. A impressão 3D, uma técnica de manufatura aditiva, permite a produção rápida de protótipos a partir de camadas de material, sendo especialmente útil para o desenvolvimento de utensílios de cozinha hospitalar. Materiais poliméricos são uma opção viável para esses protótipos, já que são acessíveis e adequados para testes. O uso da impressão 3D, por ser rápido, permite desenvolver soluções eficazes para o porcionamento de alimentos, contribuindo para a redução do desperdício em um curto período de tempo.

O design aplicado à saúde, especialmente com o uso de tecnologias 3D, pode melhorar a precisão das porções em hospitais, resultando em benefícios tanto para os pacientes quanto para a gestão dos recursos alimentares.

Autoria: Erica Tiemi Tobaró.

Orientação: Fausto Orsi Medola.

Coorientação: Luciana Ramos.

Estudo de Mestrado em Andamento

(2023 a 2025).

PRÓTESES DE MEMBRO SUPERIOR POR IMPRESSÃO 3D: ESTUDO DOS FATORES QUE INFLUENCIAM NA FUNCIONALIDADE E USABILIDADE EM ATIVIDADES DE PRENSÃO MANUAL

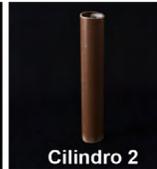
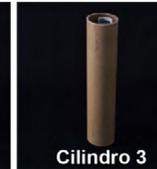
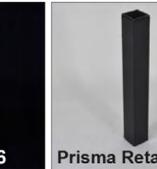
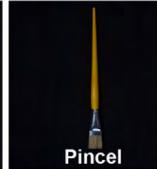
A popularização da tecnologia de impressão 3D tem possibilitado o desenvolvimento de dispositivos assistivos de baixo custo que buscam atender melhor às necessidades e preferências do usuário, e contribuindo para a diminuição das taxas de abandono do dispositivo (Gibson, 2005; Ngoa et al., 2018; Ferrari et al., 2019). O número de estudos relatando experiências relacionadas ao uso da impressão 3D no desenvolvimento de próteses vem

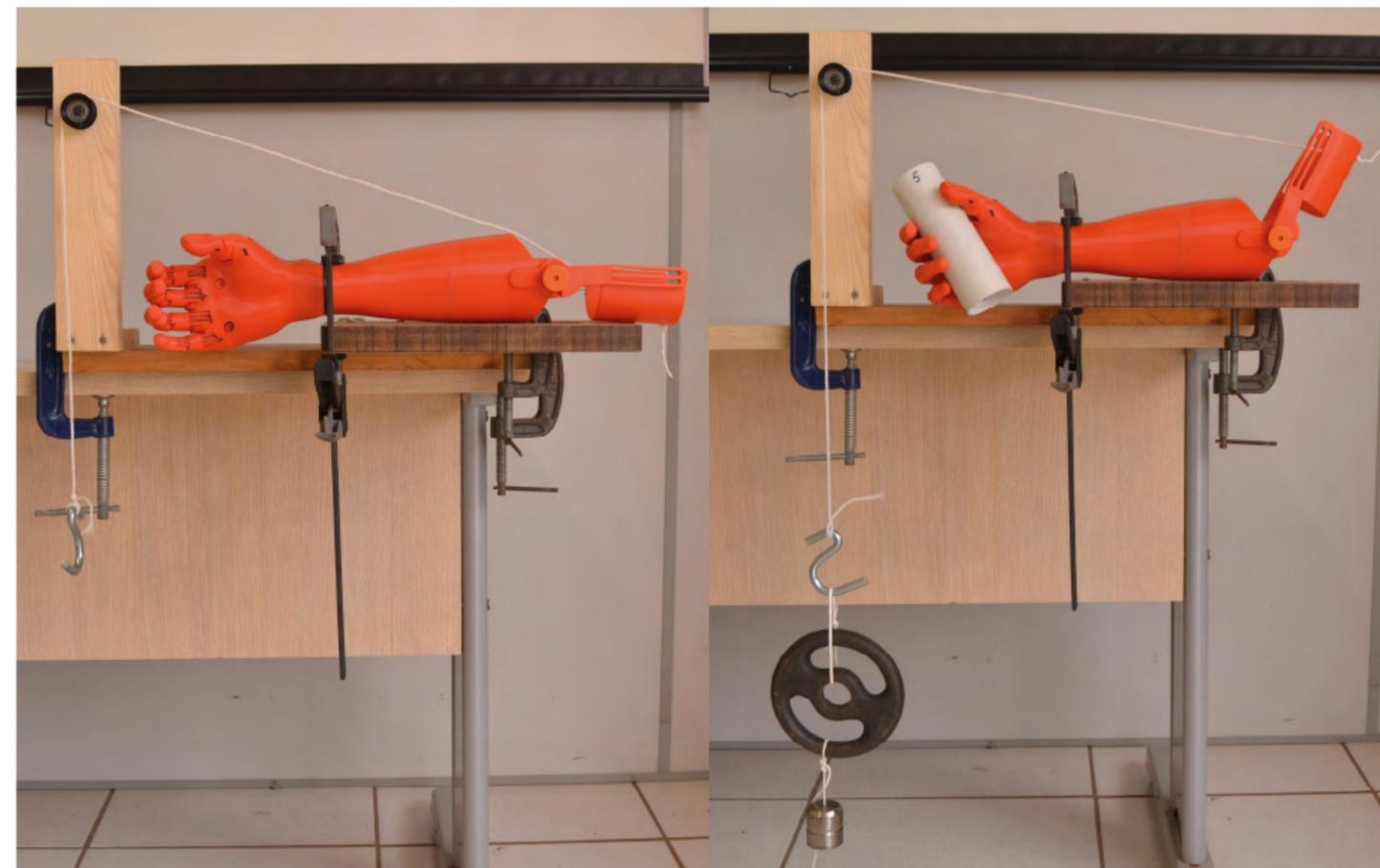
crescendo nos últimos anos. Entretanto, ainda há uma lacuna relacionada aos aspectos de usabilidade e funcionalidade de próteses de membro superior (Ten Kate et al., 2017; Renik, 2011). Assim, alguns estudos têm sido desenvolvidos no CADEP com o objetivo de avaliar modelos de próteses mecânicas open-source para membros superiores, ou seja, ativam a ação de abrir e fechar da mão através do movimento do membro residual, e investigar os fatores que podem influenciar no desempenho funcional e na usabilidade desses dispositivos (Tobaró et al., 2024; Tobaró et al., 2023; Figliolia et al., 2022; Figliolia, 2022; Tobaró, 2021). Nesses estudos, foi utilizado uma metodologia que avalia a funcionalidade de diferentes modelos de próteses open-source em atividades de prensão manual de objetos do dia a dia com diferentes formatos, tamanhos e pesos (figura 5), fixando a prótese em uma bancada e aplicando uma determinada força para o acionamento do mecanismo de abertura da mão (figura 6).

FIGURA 5

Objetos de uso cotidiano utilizados no teste de preensão manual. Fonte: Tobaró et al., 2023.

Os resultados preliminares destes estudos reportaram que, embora as próteses promovam condições para atividades de manuseio de objetos, frequências relativamente altas de insucesso foram encontradas nos modelos avaliados.

 Cilindro 1 Ø 20 x 150mm 21,5g	 Cilindro 2 Ø 25 x 150mm 28,5g	 Cilindro 3 Ø 32 x 150mm 39,5g	 Cilindro 4 Ø 40 x 150mm 31,5g	 Cilindro 5 Ø 50 x 150mm 58,5g	 Cilindro 6 Ø 75 x 150mm 91g	 Prisma Retangular 20 x 20 x 150 mm 19,5g	 Prisma Retangular 50 x 50 x 150 mm 50,5g
 Prisma Triangular 20 x 20 x 150 mm 14g	 Prisma Triangular 50 x 50 x 150 mm 39,5g	 Garrafa 1 Garrafa PET 450ml 63 x 63 x 169 mm 470g	 Garrafa 2 Garrafa PET 600ml Ø 70 x 212 mm 621g	 Garrafa 3 Garrafa PET 600ml Ø 70 x 234 mm 621g	 Garrafa 4 Garrafa PET 500ml Ø 60 x 228 mm 520,5g	 Garrafa 5 Garrafa PET 600ml Ø 70 x 234 mm 621g	 Garrafa 6 Garrafa PET 510ml Ø 60 x 233 mm 523g
 Garrafa 7 Garrafa PEAD 500ml 60 x 60 x 195 mm 526,5g	 Garrafa 8 Garrafa PET 300ml 50 x 50 x 160 mm 323g	 Garrafa 9 Garrafa PET 1000ml 80 x 70 x 240 mm 1035g	 Garrafa 10 Garrafa PET 300ml 60 x 60 x 178 mm 529,5g	 Esfera 1 Ø 30 mm 0,5g	 Esfera 2 Ø 50 mm 1,5g	 Esfera 3 Ø 75 mm 5g	 Colher de madeira Ø 18 x 335 mm 56g
 Caneta marcador Ø 20 x 130 mm 20g	 Pincel Ø 16 x 10 x 278 mm 22g	 Caneta esferográfica Ø 7,4 x 150 mm 5g	 Caixa de pasta de dente 38 x 30 x 165 mm 102g	 Caixa de leite 70 x 70 x 205 mm 1052,5g	 Lata de café Ø 75 x 125 mm 459,5g	 Celular 138 x 68 x 80 mm 157g	

**FIGURA 6**

Plataforma para teste funcional de preensão manual. Fonte: Tobaró et al., 2023.

Considerando que foram avaliados objetos comuns da rotina diária, supõe-se que, as situações de dificuldade ou mesmo impossibilidade no manuseio de objetos podem ser experimentadas pelos usuários. Portanto, mais estudos relacionados à funcionalidade das próteses mecânicas

open-source, principalmente em relação ao desempenho da preensão manual, estão sendo explorados no CADEP.

Autoria: Mariana Anjos de Almeida.
Orientação: Fausto Orsi Medola.
Coorientação: Luciana Ramos.
Estudo de Mestrado em Andamento
(2023 a 2025).

ANÁLISE EXPLORATÓRIA DA APLICAÇÃO DE UM BRINQUEDO COOPERATIVO ENTRE CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIAS DO DESENVOLVIMENTO NA LUDOTERAPIA: ESTUDO DE UMA SÉRIE DE CASOS

As deficiências no desenvolvimento infantil apresentam altas taxas de prevalência ao redor do mundo, o que motiva diversos pesquisadores a buscar por soluções para melhorar a qualidade de vida dessa população. Os brinquedos desempenham um papel essencial nesse contexto, pois além de contribuírem para o desenvolvimento infantil, podem ser usados como recurso terapêutico, facilitando a adesão das crianças ao tratamento e estimulando habilidades importantes.

O estudo propõe uma investigação exploratória sobre a aplicabilidade terapêutica do protótipo inicial de um brinquedo cooperativo, desenvolvido com o objetivo de trabalhar habilidades como interação social positiva, cognição e motricidade fina. Participarão da pesquisa seis crianças com diferentes deficiências no desenvolvimento, que serão envolvidas em sessões de ludoterapia com o brinquedo, conduzidas por terapeutas ocupacionais e estudantes de terapia ocupacional. A pesquisa pretende investigar os tipos de interações e emoções que o brinquedo provoca nas crianças por meio de análises de vídeo e uma ficha de categorização de ações, além de analisar a experiência da utilização do produto pela perspectiva dos terapeutas, por meio de questionários, visando coletar opiniões sobre viabilidade e aspectos do design. Como resultados, espera-se identificar padrões e variações no comportamento das crianças, além de levantar pontos fortes e pontos de melhoria do protótipo com base nas observações das terapeutas. Assim, o estudo visa

propor diretrizes de design para o aperfeiçoamento e desenvolvimento de brinquedos inclusivos cooperativos.

FIGURA 7

Objeto de Estudo. Fonte:
Elaborada pela autora (2024).



EFEITO DA ADIÇÃO DE PESO NO DESEMPENHO DA MOBILIDADE EM CADEIRA DE RODAS MANUAL

Uma cadeira de rodas manual pode melhorar a independência na mobilidade, beneficiando sua participação social e qualidade de vida. A influência do design de cadeiras de rodas manual está diretamente relacionada ao desempenho de propulsão. Uma pequena mudança na configuração e acessórios pode alterar a distribuição de peso da cadeira, trazendo consequências para o movimento e forças de propulsão manual. Com isso, o presente trabalho analisou o efeito do uso de um acessório - uma bolsa porta objetos - em diferentes posições na cadeira de rodas manual (Figura 8) nos aspectos cinéticos e cinemáticos da propulsão manual e desempenho da mobilidade. Para medição das forças de propulsão e variáveis cinemáticas foi utilizado o Sistema SmartWheel.

Autoria: Reversion Tadeu Monteiro.

Orientação: Fausto Orsi Medola.

Estudo de Mestrado em Andamento

Concluído (2021 a 2024).

**FIGURA 8**

Configurações da Cadeira de Rodas Manual. Fonte: Elaborada pelo autor (2024).

Participaram do estudo 20 voluntários, sem experiência com o uso de cadeira de rodas manual e sem relato de lesões ou dores nos membros superiores que pudessem influenciar na propulsão manual da cadeira de rodas, foram realizadas quatro tarefas de mobilidade (Figura 9): desaceleração após três impulsões; 23,5 metros em trajetória retilínea; trajetória circular (diâmetro 6 metros); teste de agilidade em cadeira de rodas,

cada tarefa foi realizada em quatro diferentes condições: configuração padrão, sem adição da bolsa com peso; com bolsa (preenchida com 5kg) instalada na frente do assento; posterior ao encosto; e externamente à roda traseira.

FIGURA 9

Desenho dos Testes. Fonte: Elaborada pelo autor (2024).



Os resultados indicaram que a distribuição de peso na cadeira de rodas influenciou significativamente o desempenho em diferentes trajetórias, como desaceleração, trajetória retilínea, trajetória circular e trajetória de agilidade. A configuração com a bolsa na roda traseira foi mais associada a maior dificuldade, maiores valores de força de propulsão e menor eficiência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente capítulo evidencia a relevância do design na pesquisa e desenvolvimento de soluções em Tecnologia Assistiva (TA). Ao explorar as possibilidades oferecidas pelas tecnologias de prototipagem rápida, em especial a impressão 3D, o CADEP tem impulsionado a criação e personalização de dispositivos assistivos, contribuindo para a funcionalidade, aceitação e bem-estar dos usuários.

A interdisciplinaridade se apresenta como um pilar fundamental das iniciativas do CADEP, permitindo integrar conhecimentos de diferentes áreas para abordar desafios complexos com maior eficiência. A experiência acumulada pelo laboratório em ensino e pesquisa, somada à realização de oficinas e workshops, demonstra o potencial transformador da formação prática na área de TA, capacitando tanto estudantes quanto profissionais para enfrentar os desafios da inovação com foco nas necessidades dos usuários.

Por fim, a produção científica e as colaborações interinstitucionais destacadas ao longo do capítulo reafirmam o papel do CADEP como um núcleo de referência na aplicação do design para a reabilitação e inclusão social. O trabalho desenvolvido não apenas amplia o impacto social das tecnologias assistivas, mas também aponta caminhos promissores para o futuro do design como um agente de transformação em contextos interdisciplinares.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à FAPESP (Processos 19/20433-5 e 2023/11155-7), CNPq (7716 04/2022 - PIBIC, 7758 3/2022 - PIBITI e 17251 9/2024 - PIBITI) e UNESP pelo apoio concedido.

REFERÊNCIAS

AFLATOONY, L.; LEE, S. J.; SANFORD, J. Collective making: Co-designing 3D printed assistive technologies with occupational therapists, designers, and end-users. **Assistive Technology**, p. 1–10, 18 out. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/10400435.2021.1983070>

ALVES, E.F.; BEZERRA, P. P. Fatores associados ao uso de cadeira de rodas por idosos institucionalizados. **Ciência e Saúde Coletiva**, Araranguá, v. 22, n. 11, p. 3607-3613, Nov. 2017. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-812320172211.14332016>.

BRASIL. Ministério da Saúde. O que é tecnologia assistiva? Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/s/saude-da-pessoa-com-deficiencia/faq/o-que-e-tecnologia-assistiva>. Acesso em: 20 nov. 2024.

CARDIM, A. B. F.; MEDOLA, F. O. Uma proposta de solução mecânica para transferências de cadeira de rodas com foco nas demandas de usuários idosos. **Human Factors in Design**. v.12, p.194 - 202, 2023. DOI: <https://doi.org/10.5965/2316796312242023194>.

FERRARI, A. L. M. et al. Impressão 3D e Tecnologia Assistiva: um estudo de análise da produção científica nos últimos dez anos. **Human Factors in Design**, v. 8, p. 51-63, 2019.

FERREIRA CARDIM, A. B. et al. Impressão 3D aplicada à melhora das atividades diárias de pessoas idosas: análise dos modelos open source de dispositivos auxiliares para abertura de garrafas PET. **Estudos Interdisciplinares sobre o**

Envelhecimento, v. 29, n. 1, 2024. DOI: 10.22456/2316-2171.143056. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/RevEnvelhecer/article/view/143056>. Acesso em: 20 nov. 2024.

FIGLIOLIA, A. C. **Materiais para impressão 3D no desenvolvimento de próteses de membro superior: análise do desempenho mecânico e funcional**. 2021. 147 p. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, 2021.

FIGLIOLIA, A. C. et al. Avoiding product abandonment through user centered design: a case study involving the development of a 3D printed customized upper limb prosthesis. In: DI NICOLANTONIO, M.; ROSSI, E.; ALEXANDER, T. (Org.). **Advances in Additive Manufacturing, Modeling Systems and 3D Prototyping**. Cham: Springer, 2020. v. 975. (Advances in Intelligent Systems and Computing). DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-20216-3_27.

FIGLIOLIA, A. C. et al. The influence of Filament Type and Number of Layers on Mechanical Resistance: contributions for the development of 3D printed prosthesis. In: ROSSI, E.; DI NICOLANTONIO, M. (Org.). **Additive Manufacturing, Modeling Systems and 3D Prototyping**. New York: AHFE Open Access, 2022, v. 34, p. 47-53.

GIBSON, I. Advanced manufacturing technology for medical applications: reverse engineering, software conversion and rapid prototyping. **1. ed. John Wiley & Sons**, 2005.

GOMES FAVORETTO, A. et al. Design e desenvolvimento de um cabo adaptador ergonômico para ferramentas de jardinagem destinado a pessoas com dificuldades de preensão manual. **Estudos Interdisciplinares Sobre o Envelhecimento**, v. 29, n. 1, 2024. DOI: <https://doi.org/10.22456/2316-2171.143050>.

GORNI, A. A. O que é prototipagem rápida? Disponível em: [https://www.gorni.eng.br/protrap.html#:~:text=O%20termo%20prototipagem%20r%C3%A1pida%20designa,auxiliado%20por%20computador%20\(C.A.D\)](https://www.gorni.eng.br/protrap.html#:~:text=O%20termo%20prototipagem%20r%C3%A1pida%20designa,auxiliado%20por%20computador%20(C.A.D)). Acesso em: 20 nov. 2024.

HOWARD, J. et al. Assessing the use of co-design to produce bespoke assistive technology solutions within a current healthcare service: a service evaluation. **Disability and Rehabilitation: Assistive Technology**, p. 1–10, 15 abr. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/17483107.2022.2060355>

HOWARD, J. et al. Discovering the barriers to scaling a co-design approach for the provision of custom assistive technology within healthcare services. **Disability and Rehabilitation: Assistive Technology**, p. 1–12, 26 set. 2024. DOI: <https://doi.org/10.1080/17483107.2024.2406443>

JULIO, M. et al. Impressão 3D e arquivos de acesso aberto em tecnologia assistiva: avaliação de uso de adaptadores de cabo de talher. **Estudos Interdisciplinares Sobre o Envelhecimento**, v. 29, n. 1, 2024. DOI: <https://doi.org/10.22456/2316-2171.143063>.

MEDOLA, F. O.; PAVEL, N.; BALEOTTI, L. R.; SANTOS, A. D. P.; FERRARI, A. L. M.; FIGLIOLIA, A. C. Phenomenological Approach to Product Design Pedagogy: A Study on Students' Experiences in Interdisciplinary and Intercultural Settings. **Design and Technology Education: An International Journal**, [S. l.], v. 26, n. 2, p. 86–100, 2021. Disponível em: <https://openjournals.ljmu.ac.uk/DATE/article/view/1242>. Acesso em: 21 nov. 2024.

NGOA, T. D. et al. Additive manufacturing (3D printing): a review of materials, methods, applications and challenges. **Composites Part B: Engineering**, v. 143, 2018. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1359836817342944>. Acesso em: 14 nov. 2024.

RESNIK, L. Development and testing of new upper-limb prosthetic devices: research designs for usability testing. **Journal of Rehabilitation Research & Development**, v. 48, p. 697, 2011.

SÃO PAULO (Estado). Unesp produz primeiro implante de crânio. Portal do Governo do Estado de São Paulo, São Paulo, 10 jun. 2013. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/ultimas-noticias/unesp-produz-primeiro-implante-de-cranio/>. Acesso em: 20 nov. 2024.

TEN KATE, J.; SMIT, G.; BREEDVELD, P. 3D-printed upper limb prostheses: a review. **Disability and Rehabilitation: Assistive Technology**, v. 12, p. 300–314, 2017.

TOBARO, E. T. **Impressão 3D aplicada ao design de próteses: estudo dos materiais e parâmetros que influenciam a resistência e conforto do usuário**. São Paulo: FAPESP, 2021. Relatório final.

TOBARO, E. T.; BALEOTTI, L. R.; MEDOLA, F. O. Desenvolvimento de capa cosmética para prótese de membro inferior utilizando tecnologias de prototipagem rápida. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM TECNOLOGIA ASSISTIVA, IV, 2023, Florianópolis. **Anais do 4º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Tecnologia Assistiva**. Florianópolis: Editora Udesc, 2023. p. 1-1139.

TOBARO, E. T. et al. A impressão 3D no desenvolvimento de dispositivos assistivos para pessoas idosas. **Estudos Interdisciplinares Sobre o Envelhecimento**, v. 29, n. 1, 2024. DOI: <https://doi.org/10.22456/2316-2171.143337>.



**MARIANA ANJOS
DE ALMEIDA**

Mestranda em Design com linha de pesquisa em Planejamento de Produto pelo Programa de Pós-Graduação em Design (PPGDES) da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP, atuando nos seguintes temas: Tecnologia Assistiva, Brinquedos Inclusivos, Design Centrado no Usuário e Experiência do Usuário. Possui graduação em Design de Produto pela Unesp Bauru (2022). Integrante do grupo de pesquisa "Design e Tecnologia Assistiva" e membro do laboratório CADEP.

EMAIL: mariana.anjos@unesp.br



**AMANDA GOMES
FAVORETTO**

Mestranda em Design com linha de pesquisa em Ergonomia pelo Programa de Pós-Graduação em Design (PPGDES) da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP, atuando nos seguintes temas: Tecnologia Assistiva, Design Centrado no Usuário, Experiência do Usuário e Usabilidade. Possui graduação em Design de Produto pela Unesp Bauru (2023). É integrante do grupo de pesquisa "Design e Tecnologia Assistiva" e Presidente do laboratório CADEP.

EMAIL: amanda.favoretto@unesp.br



**ANA BEATRIZ
FERREIRA CARDIM**

Graduanda em Engenharia Mecânica pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP, atuando nos seguintes temas: Tecnologia Assistiva, Gerontecnologia, Materiais e Mecanismos mecânicos, Design de Produto Centrado na Experiência do Usuário e Usabilidade. É integrante do grupo de pesquisa "Design e Tecnologia Assistiva" e Vice-presidente do laboratório CADEP.

EMAIL: ana.cardim@unesp.br



**ERICA TIEMI
TOBARO**

Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Design, pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP, na linha de pesquisa Ergonomia. É bolsista FAPESP Mestrado Acadêmico (Processo 2023/11155-7). Atua na área de Design de Produto, com ênfase Ergonomia, Design Centrado no Usuário, Usabilidade, Prototipagem Rápida. Integrante do grupo de pesquisa "Design e Tecnologia Assistiva" e membro do laboratório CADEP.

EMAIL: erica.tobaro@unesp.br



**MAISA DA SILVA
JULIO**

Graduanda em Design pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP, atuando nos seguintes temas: Tecnologia Assistiva, Gerontecnologia, Design de Produto Centrado na Experiência do Usuário e Usabilidade. É integrante do grupo de pesquisa "Design e Tecnologia Assistiva" e Líder da Diretoria de Impressão 3D do Laboratório CADEP.

EMAIL: ms.julio@unesp.br



**REVERSON TADEU
MONTEIRO**

Doutorando pelo PPG em Design, FAAC - Unesp Bauru - linha de pesquisa ergonomia, com estudos na área de Tecnologia Assistiva, Design Inclusivo, Gerontecnologia e Design centrado no Usuário. Integrante do Projeto de Pesquisa "Design e Tecnologia Assistiva: Pesquisa e Desenvolvimento de Produtos para Pessoas com Deficiência e Mobilidade Reduzida" no Laboratório de Ergonomia e Interfaces, FAAC, UNESP Bauru e membro do laboratório CADEP.

EMAIL: reversion.monteiro@unesp.br



FAUSTO ORSI MEDOLA

Professor Associado do Departamento de Design e Programa de Pós-graduação em Design - FAAC/UNESP, campus Bauru. É líder do Grupo de Pesquisa “Design e Tecnologia Assistiva” atuando principalmente nos temas: Tecnologia Assistiva, Gerontecnologia, Biomecânica, Mobilidade, Cadeira de Rodas, Acessibilidade e Design Inclusivo e coordenador do laboratório CADEP.

EMAIL: fausto.medola@unesp.br



MODA E VESTUÁRIO: CONSIDERAÇÕES SOBRE O USUÁRIO IDOSO

ÉRICA PEREIRA DAS NEVES • FERNANDO MOREIRA DA SILVA • LUIS CARLOS PASCHOARELLI

DOI 10.52050/9788579176753.2



A moda, principalmente por meio do vestuário, corrobora a construção social do corpo, engendrando dinâmicas que partem da dimensão individual para a coletiva. Essa prática de representação, apesar de partir da autonomia de cada indivíduo, recai sobre padronizações vinculadas a referências estéticas que resultam em moderações sobre o como cada um deve se apresentar no contexto social. No caso do idoso, esses padrões podem ser ainda mais rígidos em virtude de estigmas negativos associados ao envelhecimento. Entretanto, uma vez que o aumento demográfico dessa população está cada vez mais presente nas sociedades, desafiar as limitantes estéticas e estigmáticas é imprescindível para a construção de uma sociedade mais inclusiva, mais socialmente responsável e ética, que enfrente a marginalização dos idosos.

(...)

Uma vez que o vestuário contribui para a extensão social do indivíduo, compreender as expectativas e necessidades de usuários idosos acentua a necessidade da busca do design por soluções que tragam bem-estar e satisfação pessoal. Nesse sentido, este estudo propôs explorar e discutir as percepções quanto ao uso e consumo dos idosos em relação à moda, especialmente, no que diz respeito ao vestuário. Este capítulo é um recorte de uma Tese de Doutorado em Design, desenvolvida em regime de cotutela entre a Universidade de Lisboa e a Universidade Estadual Paulista (Convênio n. 2100.0498/238/2018-FAAC), com apoio no Brasil pela CAPES (88882.180483/2018-01) e CNPq (207371/2017-2-SWE); e apoio em Portugal pelo Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design (CIAUD) e Fundação para Ciência e Tecnologia (FCT).

INTRODUÇÃO

Questões acerca do envelhecimento vêm ganhando destaque por todo o mundo. Essa realidade se justifica pelas alterações demográficas, culturais e sociais ocorridas ao longo das últimas décadas em países com bons índices de desenvolvimento, e, mais recentemente, nos de economia emergentes, tal como é o caso do Brasil.

O aumento desse grupo populacional implica na construção de novos olhares do design a partir de perspectivas que considerem aspectos subjetivos e objetivos, tanto em relação ao consumo, quanto em relação ao uso de artefatos, sistemas e serviços. Isso porque tais aspectos são influenciados, sobretudo, por variáveis físicas, cognitivas e biopsicossociais decorrentes do envelhecimento. Considerando o contato direto e prolongado que o produto de moda, em especial o vestuário, mantém com o corpo, a negligência acerca dessas variáveis pode acarretar constrangimentos e desconforto ao usuário. Somado a isso, tem-se

que o vestuário proporciona meios para que o indivíduo se represente na sociedade, criando discursos de pertença e subjetivação. Dessa maneira, desconsiderar as necessidades emocionais, físicas e psicológicas dos idosos é negar seu direito de comunicar-se por seu corpo social, reforçando estigmas negativos acerca dos papéis dos idosos na sociedade.

Observa-se que ainda existem poucos estudos sobre a relação que os idosos mantêm com a moda. É fato que os veículos que criam tendências e estilos de roupa focam predominantemente nos mais jovens, sendo estes considerados a parcela da população que mais consome e promove novos produtos, o que ilustra o viés substancialmente comercial das empresas. Além disso, os corpos mais jovens são avaliados como mais fáceis de serem encaixados aos padrões estéticos e de beleza convencionais da sociedade. Manter esse desinteresse, no entanto, é contrapor-se aos novos comportamentos sociais e culturais que impulsionam os idosos a buscarem por produtos e serviços que atendam suas necessidades e expectativas.

Nesse sentido, o presente estudo teve como objetivo explorar e discutir as percepções quanto ao uso e consumo dos idosos em relação à moda, concretamente o vestuário. Para tanto, a pesquisa se caracterizou como aplicada de viés transversal e exploratório, sendo desenvolvida através de procedimentos e ferramentas com parâmetros da pesquisa de campo. Optou-se por uma abordagem mista, na qual técnicas de pesquisa qualitativa (questões abertas) foram conjugadas aos métodos quantitativos (questões fechadas). A escolha foi motivada em decorrência do caráter exploratório da pesquisa, que visa levantar novos dados que possam contribuir para minimizar a escassez de literatura sobre o tema.

A investigação ocorreu em dois territórios: Brasil (Bauru) e Portugal (Lisboa). A possibilidade de estudo em Portugal oportunizou expressiva colaboração à investigação em virtude do contexto social e cultural do país que, ao vivenciar o envelhecimento demográfico, corrobora a familiarização das necessidades e expectativas dos idosos. Esse processo resulta também da importância de

estudos científicos internacionais desenvolvidos por instituições brasileiras, por meio de cooperações e ações conjuntas visando melhores índices de internacionalização.

DESAFIOS PARA O DESIGN: COMPREENSÃO ACERCA DAS DEMANDAS EMOCIONAIS E FÍSICAS DOS IDOSOS

Apesar de cada vez mais presentes na sociedade, as demandas derivadas do segmento de usuários idosos ainda são pouco compreendidas pela indústria e pelo mercado. Atualmente, embora muitas recomendações práticas e úteis sobre o desenvolvimento de produtos para o idoso possam ser resultantes de investigações produzidas com base em diversas perspectivas do design, tais como design transgeracional, design universal, design inclusivo e o design ergonômico, a falta

de estudos que possam contribuir com diretrizes de projeto mais assertivas ainda é expressiva (KOHLBACHER et al., 2011).

Sabe-se que o processo natural do envelhecimento compreende o declínio das capacidades funcionais, e, conseqüentemente, a redução da autonomia e da independência dos indivíduos idosos quanto a realização e completude de suas tarefas básicas cotidianas. Fatores como as perdas das habilidades sensoriais, por exemplo, complicam o uso de muitos produtos devido a dificuldades encontradas na performance de ações comuns, tais como por exemplo, a abertura de embalagens e/ou a leitura de rótulos.

Em vista disso, compreender o envelhecimento sob o viés das perdas físicas, biológicas e cognitivas, bem como pelas alterações psicológicas e emocionais ocorridas no indivíduo, contribui para que o design atue como agente disruptivo capaz de gerar melhorias à vida dos usuários idosos. Para tanto, inserir o idoso durante o processo de design (design centrado no humano), é uma

estratégia fundamental, dada a possibilidade de se compreender de maneira empática aspectos sobre seu universo, contribuindo para que sejam identificados fatores que devem ser considerados e entendidos como diretrizes para o desenvolvimento de produtos de qualidade. Essa prática deve estar atrelada às metodologias, processos e instrumentos de abordagens, tais como entrevistas ou observação direta, nos quais o designer consiga extrair e identificar informações coerentes e essenciais sobre necessidades e expectativas, as quais, posteriormente, serão interpretadas e aplicadas em forma de atributos físicos e funcionais no produto. Kohlbacher et al. (2011) reforçam que tanto a pesquisa de mercado como o próprio desenvolvimento do produto devem ser elaborados considerando o viés perceptivo do idoso, usufruindo-se da empatia como ferramenta de aproximação que é capaz de estabelecer uma identificação real e respeitosa entre o projetista e o usuário.

Schmidt-Ruhland e Knigge (2011) explicam que quando aproximado o usuário do processo projetual, o exercício do design quebra com qualquer fixação que o designer possa ter em relação à visão unilateral que prioriza o formato de um objeto sobre qualquer outro atributo. Os autores defendem que o design não está associado apenas ao produto em si, mas também às inter-relações culturais e sociais, o que implica numa compreensão global do universo do usuário. Trata-se de entender o design como um conceito integral e holístico, no qual os contextos sociais, econômicos e culturais deste utilizador final passam a refletir sobre as diretrizes de projeto. Isso, contudo, como os próprios autores pontuam, não significa se afastar das qualidades estéticas do produto, ou projetá-lo com atributos estigmatizados e tendenciosos que, tradicionalmente, são interpretados socialmente como “isso é de velho”. O design também deve estar associado ao “fazer algo bonito”, de maneira a quebrar com estereótipos enrijecidos e pejorativos.

Dentro desse cenário, a moda, ao constituir-se como elemento que permite ao indivíduo se comunicar e se desenvolver socialmente, gera a necessidade de ser compreendida como fator importante à promoção do bem-estar do idoso uma vez que permite a construção de narrativas que corroboram a auto expressão.

MODA: A IMPORTÂNCIA DE SE COMPREENDER O VESTUÁRIO PELA PERSPECTIVA DO IDOSO

Investigar fatores inerentes à moda implica em reconhecer a complexidade de sua abrangência. Svendsen (2010) expõe que por moda deve-se compreender uma variedade de fenômenos que abrangem atividades do Ser Humano que afetam as atitudes da maioria das pessoas em relação a si mesmas e aos outros. Considerando que os indivíduos se representam no mundo por meio de seu corpo vestido (CASTILHO, 2009; SILVEIRA, e SCHNEID, 2019), negligenciar o idoso é desconsiderar

necessidades subjetivas e físicas de um usuário que possui demandas específicas, tanto no que diz a sua representação social como também no que se refere às características de uso, uma vez que não se pode desconsiderar as alterações físicas decorrentes do envelhecimento. Manter esse desinteresse é contrapor-se aos novos comportamentos sociais e culturais que impulsionam os idosos a buscarem por produtos e serviços que atendam suas necessidades e expectativas.

Ademais, as fragilidades inerentes ao envelhecimento são agravadas por valores socioculturais e políticos que fortalecem estereótipos negativos em relação ao idoso. Tem-se a supervalorização do consumo, da jovialidade e de corpos ideais construídos sobre a ideia de produtividade e energia em sociedades cada vez mais voltadas para o consumismo, aparência e posse. Castro (2016) atribui à indústria midiática e de entretenimento a pedagogia social de avaliar a velhice como obscena, digna de ser oculta. Para Schneider e Irigaray (2008), os conceitos sobre o envelhecer resultam de construções sociais e temporais feitas no seio de uma

sociedade com valores e princípios próprios, “que são atravessados por questões multifacetadas, multidirecionadas e contraditórias” (p. 587).

A caracterização por estereótipos envolve um processo de avaliação subjetiva de representação de indivíduos com características semelhantes, principalmente no que tange aos aspectos físicos e cognitivos percebidos com mais rapidez. No caso dos idosos: cabelo branco, marcas de expressão, baixa destreza, entre outros. Esse processo tende a generalizar os grupos, implicando em uma avaliação homogênea, negligenciando fatores individuais que substancialmente atuam sobre as condições de bem-estar, assim como sua representação social. Portanto, há de se considerar que desnaturalizar papéis socialmente construídos em relação ao idoso requer a ruptura com associações negativas consolidadas no decorrer da história das sociedades, as quais foram carregadas durante muitas gerações e ainda se fazem presente na contemporaneidade

O que se observa ao longo dos últimos anos é que, apesar do envelhecimento ainda se prevalecer sobre profundas percepções e avaliações negativas, alterações comportamentais produzidas pelos próprios idosos têm impulsionado o repensar acerca das definições deste estágio da vida. Eles, paulatinamente, estão a se libertar de delimitações etárias rígidas, passando a dar novas significações a um período socialmente correlacionado à improdutividade e marginalização. Estudos, mudança de carreira e busca por interesses antes negligenciados, passaram a qualificar os anos “extras”, percebidos, cada vez mais, como tempo de oportunidade para conquistar novos conhecimentos (OMS, 2015).

De acordo com Minayo e Coimbra Jr. (2002), do ponto de vista sociológico, os idosos constituem um emergente ator social, com poder de agir sobre seus destinos, principalmente em decorrência de sua significância numérica e qualitativa e progressiva conquista por direitos. Os autores também comentam sobre a força econômica que os idosos já representam, configurando-o como

um mercado crescente cada vez mais promissor no mundo dos bens de consumo, da cultura, do lazer, da estética, dos serviços de prevenção, atenção e reabilitação da saúde. Este processo é favorecido pela proliferação de tecnologias de informação e comunicação (TIC) que, por meio principalmente de redes sociais, contribuem para que imagens e conceitos sobre os “idosos contemporâneos” sejam repassados e, paulatinamente, absorvidos. Ainda considerando a perspectiva de Minayo e Coimbra Jr. (2002) essa realidade gera diferentes formas de estar no mundo e na sociedade, o que permite aos idosos, como nunca antes, construírem versões novas de si dentro de espaços interativos que criam uma maior abertura ao pluralismo de ideias.

Desse cenário, as oportunidades para o desenvolvimento social e humano através do design são inúmeras, principalmente no que diz respeito à promoção da independência, autonomia, segurança, participação, inclusão, auto-realização e dignidade dos idosos. Entretanto, as convenções

sociais que marginalizam o envelhecimento - e que alimentam o ageísmo, constituem desafios a serem superados

SURVEY: PARÂMETROS METODOLÓGICOS

QUESTÕES ÉTICAS E AMOSTRAGEM

Por se tratar de um estudo que envolveu seres humanos, através da utilização da entrevista, e buscando atender a Resolução 466/12-CNS-MS e o “Código de Deontologia do Ergonomista Certificado” (ABERGO, 2003), este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da FAAC (CAAE 76967817.4.0000.5663 / Parecer: 2.351.346). O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) foi apresentado a todos os participantes antes do início da entrevista, configurando-se como um contrato no qual estavam detalhados os objetivos da pesquisa e a garantia de confidencialidade da identidade dos participantes envolvidos.

A definição da amostragem teve por base a teoria da interferência estatística, a qual, em síntese, constitui-se pelo conjunto de métodos que permitem inferir, induzir ou estimar as leis de comportamento da população com base nos resultados de um conjunto de dados provenientes de uma amostra extraída de um universo mais amplo de população (SILVESTRE, 2007; CASTANHEIRA, 2008). Para tanto, foi definido um total de 60 indivíduos, sendo 30 do gênero masculino e 30 do gênero feminino. A amostra foi dividida entre indivíduos portugueses (15 de cada gênero; n. total: 30) e brasileiros (15 de cada gênero; n. total: 30). Adotaram-se os seguintes critérios de inclusão: deveriam apresentar idades entre 65 e 90 anos; serem de nacionalidade do país onde a coleta estava sendo realizada (português e brasileiro).

INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS DA ABORDAGEM

A abordagem se deu por meio de entrevista tendo por base um questionário, no qual utilizou-se a Escala de Likert (LIKERT, 1932; SULLIVAN e ARTINO, 2013). A entrevista constituiu a base para a coleta de dados e se caracterizou como semiestruturada, com perguntas fechadas e abertas. A escolha pela entrevista se baseou por ser esta considerada um instrumento adequado para a investigação social com foco na coleta de dados (ANDRADE, 2009). Apesar das desvantagens e limitações envolvidas, tais como dificuldade de comunicação entre partes, falseamento de respostas e possibilidade de influência do entrevistador sobre os indivíduos, a entrevista permite que sejam obtidas informações que contribuem para uma melhor compreensão sobre uma amostragem populacional (universo), não sendo restrita apenas aos indivíduos alfabetizados, por exemplo. Além disso, possibilita que o entrevistador repita ou esclareça quaisquer dúvidas

quanto às perguntas formuladas, além de conferir mais oportunidade para avaliar atitudes, como também confere maior oportunidade para avaliar atitudes, reações e condutas tomadas pelo entrevistado, as quais, por vezes, podem contribuir para a obtenção de respostas e percepções emocionais (ANDRADE, 2009).

Tratando-se de uma investigação com idosos, a aplicação de entrevistas pode contribuir para a obtenção de dados mais assertivos, uma vez que tal estratégia, além de ser capaz de minimizar possíveis constrangimentos decorrentes da falta de compreensão de uma pergunta, possibilita que seja estabelecido uma relação de simpatia entre entrevistador e entrevistado, contribuindo para que este último se sinta mais confortável com a coleta. Gil (2002) argumenta que a aplicação de uma entrevista semiestruturada permite que o entrevistador retome uma questão ao perceber desvios, ao passo que pode conferir liberdade ao entrevistado, estimulando-o a falar abertamente sobre um determinado assunto. Somado a isso, como Triviños (1987) defende, este tipo

de abordagem mantém a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informação, além de favorecer a descrição dos fenômenos sociais bem como sua explicação e compreensão de sua totalidade.

Para a análise dos aspectos percebidos foi utilizado a escala de Likert com cinco níveis numéricos que exprimiam categorias de importância atribuídas pelo usuário a cada variável apresentada, sendo o valor 1 como o “pouquíssimo ou nada importante” e o 5 como “totalmente importante”. Após atribuído o valor, o participante era questionado sobre o aspecto, o que possibilitou explorar algumas percepções sobre as variáveis.

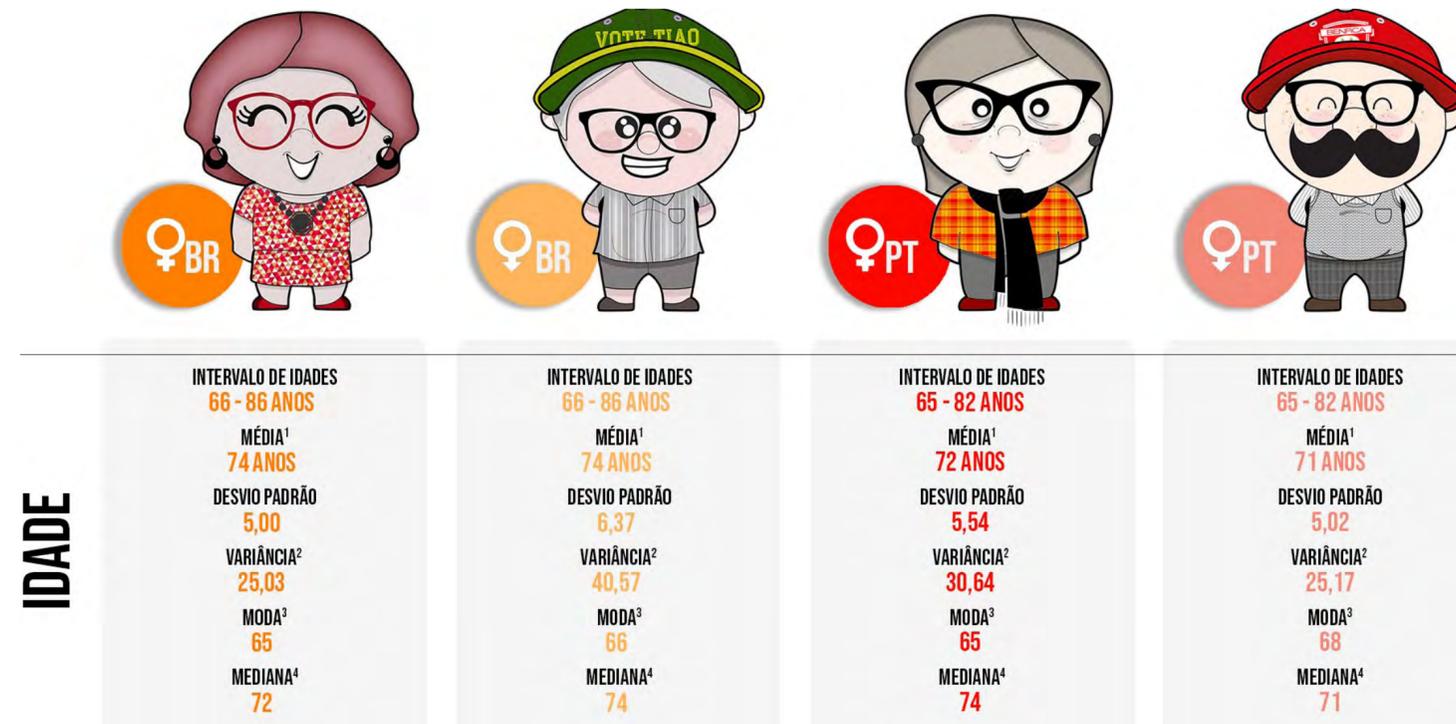


FIGURA 1

Resultado: Perfil da Amostra quanto à idade de Ginga.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

PERFIL DA AMOSTRA

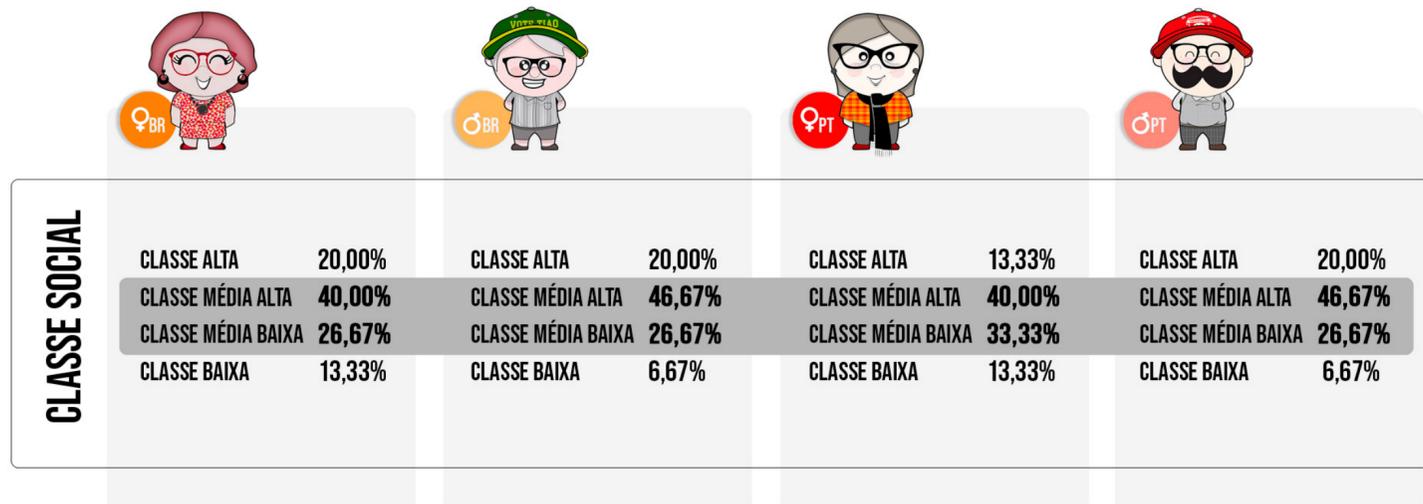
Em Portugal, a amostra total envolveu indivíduos entre 65 e 82 anos (Figura 01). O subgrupo do gênero feminino se caracterizou por mulheres entre 65 e 81 anos, e do masculino entre 65 e 82 anos.

No Brasil, o subgrupo feminino se definiu por mulheres entre 66 e 86 anos, e dos homens entre 66 e 86 anos. A média etária entre os indivíduos brasileiros, de ambos os gêneros, registrou idade mais alta em comparação à da população portuguesa: 74 anos para ambos os gêneros no Brasil e 72 e 71 anos para mulheres e homens portugueses, respectivamente. A variância populacional estimada também apresentou valores mais altos entre os indivíduos brasileiros, sendo 26,9 entre o gênero feminino e 40,57 entre o gênero masculino. Dessa maneira, a amostra brasileira apresentou menor homogeneidade entre a idade dos indivíduos, em especial, os homens. A amostragem portuguesa apenas envolveu indivíduos nascidos em território português bem como a amostra brasileira se caracterizou unicamente por brasileiros naturais do Brasil.

Em relação à condição social, a maioria dos participantes de ambos os gêneros e nacionalidades indicaram pertencer à classe média. No Brasil, 40% das mulheres indicaram pertencerem à classe média alta e 26,67% à classe média baixa

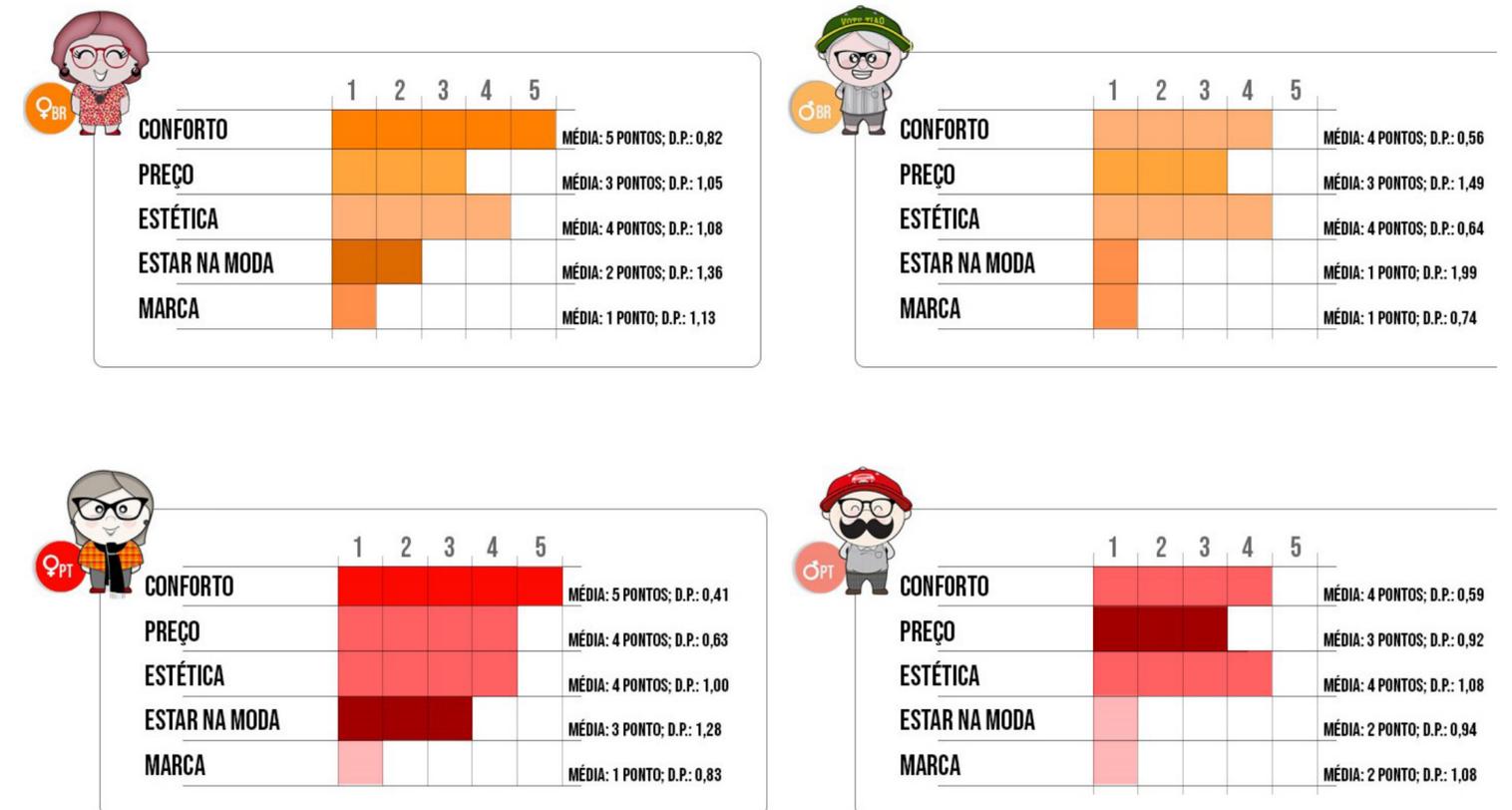
(Figura 2). Dentre os homens, 46,67% indicou estar dentre os indivíduos da classe média alta, e outros 26,67% na classe média baixa. Para os portugueses, considerando as mulheres, 40% declararam ser da classe média alta e 33,33% média baixa. Já em relação aos homens, 46,67% classe média alta e 20% média baixa. Ressalta-se que as classes sociais apresentadas no protocolo desenvolvido foram baseadas em classificação e nomenclaturas que pudessem compreender o universo dos participantes de ambas as nacionalidades, de maneira a criar um padrão para identificação de tais características. Para tanto, foi realizada uma pesquisa em material publicado de

FIGURA 2
Resultado: Perfil da Amostra quanto à classe social de Ginga.



ambos os países (MARKTEST, 2002; DINIS, 2016; CARITA e ESTEVES, 2017; ABEP, 2018; PREVIDELLI, 2012; SALATA, 2015) para que fosse assim estabelecido um padrão de nomenclatura.

FIGURA 3
Resultado: Aspectos percebidos no vestuário



USO E COMPRAS: QUALIDADE E FATORES PERCEBIDOS

O conforto foi a característica que apresentou médias mais altas em relação aos requisitos necessários em uma vestimenta, especialmente dentre as mulheres de ambas as nacionalidades (Figura 3). “Gosto de me sentir bem com a roupa e, portanto, o conforto é muito importante” (Participante Feminina 01, Portugal) e “Primeiro sempre o conforto. Eu tenho que me sentir bem” (Participante Masculino 05, Portugal), são algumas das observações feitas pelos participantes, o que, conseqüentemente, indica uma atribuição de “sentir-se bem” ao sentido do conforto.

Essa avaliação também apareceu associada à estética da roupa e a imagem que o indivíduo pode construir de si mesmo perante a sociedade (Figura 3). Isso porque, com base na atribuição de importância das qualidades relacionadas à vestimenta, a estética emergiu com um fator muito importante, mas que passa a ser descartada caso

não apresente o conforto necessário, como observado em comentários, como: “Se a peça não for confortável eu não compro não, mesmo se eu achar ela linda” (Participante Feminina 12, Brasil) e “Sempre conforto. Nem ligo tanto pra estética e marca. Tem que ser confortável” (Participante Masculino 12, Portugal).

Considerando, em especial, os portugueses, de ambos os gêneros, e os brasileiros, do gênero masculino, o conforto também se mostrou associado às modelagens de roupas mais largas e produzidas com tecido plano ou de malha que apresentem qualidades elásticas. Isso porque tais características conferem maior liberdade de movimento bem como diminui fortes compressões sobre a pele e partes do corpo, se comparadas à maioria dos planos que, normalmente, são confeccionados com tramas mais compactas e sem fibras de elastano. Evidencia-se que esta correlação ficou mais evidente entre indivíduos do gênero masculino, de ambas as nacionalidades, e entre as mulheres de Portugal, que desenvolveram comentários tais como:

“Nos Estados Unidos, onde morei, você tem uns modelos específicos de calça. Cada um tem um nome. Tinha uma que era Relax Fit. Você veste e se sente confortável dentro dela por causa do tamanho, da elasticidade do tecido. Ela não fica apertada, sabe? Ela fica mais confortável pra você andar, pra você sentar” (Participante Masculino 13, Brasil).

“Eu visto a roupa. Se me sinto confortável, ok, tudo bem. Mesmo quando a peça é justa, se a pessoa se sente confortável, acho válido. A pessoa se estica e se senta, mas percebe que a roupa está adaptada ao corpo, então tudo bem ser mais justa. Mas, ser justa e apertada, aí não tem como. Se sentir bem é o que me faz usar” (Participante Feminino 10, Portugal).

“É importante me sentir bem com a peça. Não posso sentir que perco algum movimento com a peça. Tenho que me mexer e me sentir confortável” (Participante Feminino 11, Portugal).

“Adoro roupas largas. Essas calças justinhas de malha, que são elásticas, também são ótimas, coloca-se com qualquer coisa e já está. E são confortáveis” (Participante Feminino 12, Portugal).

“Conforto pra mim tem muito a ver com estar com roupinha mais larguinha, com movimentos mais livres” (Participante Feminino 14, Portugal).

Apesar de destacarem a importância da estética, os participantes, de modo geral, declinaram da necessidade de “estar na moda”, principalmente entre os homens de ambas as nacionalidades (Figura 3). Observou-se que as mulheres portuguesas parecem ser as que mais dão valor a tal status, classificando-o como importante. Já as mulheres brasileiras o avaliaram como pouco importante. No caso dos homens, de ambas as nacionalidades, este critério foi considerado como pouquíssimo importante.

O conceito compreendido pelos idosos acerca do “estar na moda” apareceu associado principalmente à três ideias principais, sendo elas: a percepção crítica sobre a moda estar associada apenas aos jovens; a auto-depreciação de que são velhos e não precisam dar mais importância para essa questão; e, a postura de defesa que é assumida frente à apropriação das características

efêmeras advindas com a moda, as quais não refletem e não correspondem às imagens subjetivas e sociais que os participantes gostariam de expressar sobre si mesmos. Isto pode ser observado nas seguintes falas:

Eu acho que estar na moda é preciso coragem. Porque tem roupa que o jovem usa, que para você usar, (vixi), você fica relutante. A não ser que eu me interesse e ache que fica bom, eu não uso não (Participante Masculino 04, Brasil).

“Não sigo moda. Moda não fica bem a toda gente. Quando eu era nova tudo bem, era próprio da mocidade. Hoje não mais. Agora é meu estilo” (Participante Feminino 02, Portugal).

“Na minha idade essa coisa de moda já não é a mesma coisa. Eu dou prioridade pra o conforto” (Participante Feminino 09, Portugal).

“Já liguei mais pra esse negócio de moda. Hoje, com mais idade, eu não me preocupo mais tanto” (Participante Masculino 09, Portugal).

O produto, apesar da moda, tem que se adaptar a mim. Eu gosto de usar coisas modernas, mas que se adaptem ao meu corpo. Não é

porque legging está na moda que eu vou usar. Tem que ver se fica bem no meu corpo” (Participante Feminino 06, Portugal).

“A moda eu acho ridícula, esse é o problema. Eu acho feia. Lembra das calças cargo? Eram horríveis, eu ficava péssimo” (Participante Masculino 14, Brasil).

“Eu sou muito cuidadoso com o que eu vou vestir. Tem coisas que são modernas, o pessoal está usando, mas eu não entro nessa. Uma coisa ou outra tudo bem. Coisas normais, nada extravagante. Não entro muito nessa coisa de moda não. É importante, mas não é muito minha praia não” (Participante Masculino 15, Brasil).

Por outro lado, a moda também apareceu relacionada a estratégia de não “parecer velho”, tal como em:

Gosto de usar coisas que estão na moda. Não gosto de roupa de velha. E mesmo com roupas que estão na moda, eu só vou usar se realmente servir-me e ficar bem em meu corpo (Participante Feminino 06, Portugal).

Eu gosto de estar na moda, sou velha, mas eu gosto sim de estar na moda (Participante Feminino 06, Portugal).

Eu gosto de estar apresentável. Não sou super arrumadinho. Mas eu não gosto de me vestir como um velho. Tem roupa que você olha e parece que é de velho. Eu gosto de uma calça com um corte melhor, mais novo, clássico. Sapato, por exemplo, eu gosto desses que são mais esportes (Participante Masculino 05, Brasil).

Essas observações recaem sobre a ampla discussão da moda na construção social das identidades, a qual, considerando sua evolução histórica, evidencia sua relação com a reprodução de identidades por meio de elementos que diferenciam gêneros, nível social, status, etnia, regionalismo, sexualidade, dentre outros. O envelhecimento e, conseqüentemente, o usuário idoso, no entanto, nunca recebeu o mesmo nível de atenção, devido, muito provavelmente, ao caráter depreciativo dos estigmas estruturantes do pensamento social ao longo da formação das sociedades, principalmente ocidentais. Além disso, há de se considerar a

negligência por parte dos estudos sociais e culturais sobre esse universo, deixando, muitas vezes, o indivíduo idosos marginalizado à área da saúde. Bem como a negligência por parte dos estudos sociais e culturais sobre o tema, deixando-o marginalizado à área da saúde.

Silveira (2019), em pesquisa sobre representações sociais do corpo durante o envelhecimento, aponta que inquietações sobre os olhares de terceiros sobre a própria aparência recaem principalmente entre as mulheres, enquanto para os homens a funcionalidade é mais relevante. Para o autor, isso deve-se ao fato de que a vivência corporal das mulheres ser marcada pela presença de normas e valores sociais, reforçando preocupações quanto à aparência no “espelho” e frente ao “olhar” do outro. Nesse caso, não apenas o corpo é objeto de preocupação, mas também, o vestuário, o qual aparece como elemento importante para receber um tratamento diferenciado dos outros e, conseqüentemente, gerar satisfação pessoal. Por essa perspectiva, pode-se assumir que a forma de representação corporal envolve a variante do sexo,

justificada, principalmente, por normas e pressões sobre como a mulher deve se apresentar esteticamente no ambiente social.

Voltando aos resultados, como pouco ou nada importante, a marca aparece não estar dentre os requisitos que determinam o uso ou aquisição de um produto de moda (Figura 3). Observa-se que muitos associaram tal necessidade à ideia de produtos caros dispensáveis, dado que muitas vezes um produto semelhante pode ser adquirido com um preço menor, o que não necessariamente implica em produto de qualidade inferior. Quanto à qualidade e tecido, as idosas, de ambas nacionalidades, assumem uma postura mais rígida quanto a sua importância, principalmente ao associá-lo ao conforto, caimento e durabilidade com conforto, caimento e durabilidade.

Pode-se identificar também algumas correlações sobre percepção das propriedades dos produtos com os hábitos de consumo, dado que os homens parecem não gostar muito de comprar vestuário e muito menos tem interesse

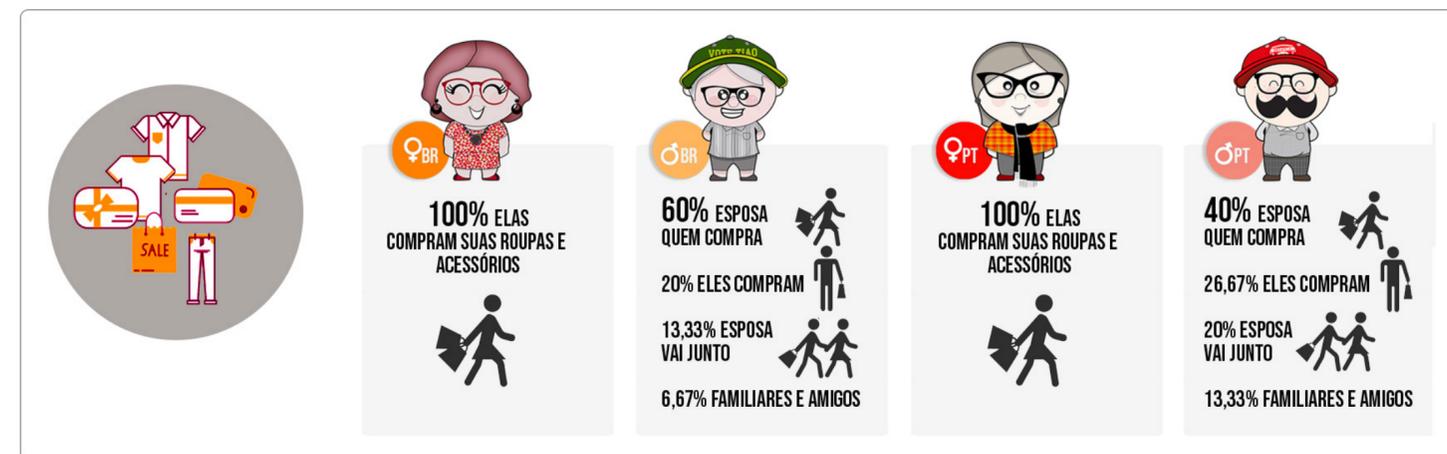


FIGURA 4

Resultado: Hábitos de consumo

de compreender todos os aspectos envolvidos inerentes ao uso. Observa-se, por exemplo, que, enquanto as mulheres fazem suas próprias compras, expressiva parte dos homens delegam às esposas essa responsabilidade, ou, só a realizam quando juntos. Esse panorama é um pouco mais evidente dentro da população de homens brasileiros, na qual 60% declaram ser a esposa quem compra e outros 13,33% esperam que as esposas estejam junto. Esses dados resultam em quase 75% de homens que não fazem (ou não preferem) fazer as compras por eles mesmos (Figura 4).

De modo geral, os homens indicaram terem mais dificuldade e menos prazer em ir às compras do que as mulheres, sendo que muitos delegam às esposas tal tarefa. Contudo, considerando os homens portugueses, a atividade de compra foi percebida com mais facilidade muito em decorrência do acesso descomplicado às lojas, dado que em Lisboa, pequenos centros de comércio se espalham em toda a cidade. Comentários como: “As vezes vou andando e vejo algo na vitrine (montra) que me interessa. Aí em entro, sabe? Afinal, já estou lá mesmo” (Participante Masculino, 07) serviram de indícios para esta constatação. Além disso, a qualidade do transporte público disponibilizado pela capital, bem como tarifas com descontos aos idosos (o transporte público em Lisboa é gratuito para os idosos a partir dos 65 anos, desde julho de 2022), promove o uso entre estes participantes idosos portugueses, o que faz com que estejam mais em contato com a realidade das ruas e, conseqüentemente, do comércio.

Por outro lado, muitos homens brasileiros indicaram não gostar do fato de terem que pegar carro para se locomover por longas distâncias para estarem em lojas ou shoppings para realizar compras. No caso das lojas de rua, duas realidades puderam ser identificadas, sendo elas: avaliação negativa do comércio localizado na parte central da cidade devido à dificuldade de estacionar, trânsito caótico, barulho, calor e insegurança; e, descaso em relação às lojas espalhadas em diferentes locais da cidade, justificado pelas longas distâncias a serem percorridas de carro, trânsito, dificuldade de estacionar e, próprio desconhecimento sobre a loja. Já em relação aos shoppings, os homens os associaram com preços abusivos, multidão, falta de atratividade e dificuldades de estacionamento

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa investigação contribui para o reconhecimento preliminar da relação do usuário idoso com o produto da moda, especialmente o vestuário, face às demandas de construção social mediada pelo

corpo vestido. O conforto foi a variável que mais se destacou entre os fatores importantes percebidos durante o uso de um vestuário, principalmente entre as mulheres de ambas as nacionalidades. Já os fatores como “estar na moda” e “marca” parecem não ter tanta importância para os participantes, apesar do último estar associado à qualidade das peças e, até mesmo, certa fidelidade em virtude de terem tido satisfação em compras anteriores, em especial entre os homens.

Há de se destacar que os hábitos e preferências de consumos observados possuem forte relação com a classe social dos participantes abordados, independentemente da nacionalidade. Tem-se, naturalmente, um perfil de amostra que majoritariamente possui recursos para investir em peças que julgam de maior qualidade, o que, geralmente, implica em produtos com preços mais elevados. Além disso, muitos destes participantes possuem como lazer idas aos shoppings ou centros comerciais, o que acaba por

proporcionar-lhes contato com uma maior diversidade de produtos da moda, abrindo o leque de possibilidades de escolha.

No geral, conforto e a praticidade das vestimentas foram valores avaliados como essenciais e de extrema importância, sobressaindo aos fatores estéticos. Entretanto, esse resultado não implicou na aceitação de produtos que não apresentem características estéticas adequadas aos gostos e predileções dos usuários, independentemente de gênero ou nacionalidade. Há de se destacar, inclusive, as críticas quanto a preferência das marcas (e confecções) em desenvolver coleções que favorecem os nichos de usuários mais jovens, desconsiderando, por exemplo, medidas antropométricas volumetria (silhueta) dos corpos dos mais velhos.

Frente a esta realidade, o design emerge como mecanismo capaz de equacionar soluções que vão ao encontro das demandas geradas pelos idosos, dado sua capacidade de buscar em diversas áreas do conhecimento informações que

podem ser incorporadas aos requisitos de projeto. Tal processo acompanha as transformações das atividades do design ao longo dos últimos anos, as quais quebraram com pragmatismo puramente estético vinculado à disciplina, aproximando-se dos usuários para compreender suas necessidades específicas. Dessa maneira, aspectos psicológicos e emocionais passam a ser considerados juntamente com os fatores funcionais, determinando atributos de produto capazes de promover experiências de uso positivas ao indivíduo que estão associadas ao bem-estar, prazer, conforto, segurança, eficiência, entre outras qualidades.

Importante salientar que a possibilidade de estender a investigação para além dos limites geográficos do Brasil proporcionou a compreensão acerca de diferenças e semelhanças socioculturais entre dois territórios. Especialmente em relação a Portugal, a consolidação do processo de envelhecimento populacional do país proporcionou compreender alguns dos desafios que o design brasileiro pode vir a enfrentar a partir de seu próprio envelhecimento demográfico, não apenas no que

tange a moda, mas também, nas demais dimensões e complexidades inerentes à transformação humana e social.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio: da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES - Processo 88882.180483/2018-01); do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico - Brasil (CNPq - Processo 207371/2017-2 - SWE); do Laboratório de Ergonomia e Interfaces - LEI/UNESP - Bauru; do Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design - CIAUD/ULisboa - Portugal; e da Fundação para Ciência e Tecnologia (FCT), Portugal.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009

ABERGO. **Norma ERG BR 1002** - Código de Deontologia do Ergonomista Certificado. Associação Brasileira de Ergonomia, 2003. Disponível em: <https://zenodo.org/records/4665603> Acesso em: 10 janeiro 2023

ABEP. Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. **Critério Brasil 2018**. Disponível em: <http://www.abep.org/criterio-brasil>

CARITA, A. e ESTEVES, C. Do que falamos quando falamos de classe média? Caderno Economia, **Expresso.pt** (Online), 2017. Disponível em: <https://expresso.pt/economia/2017-05-14-De-que-falamos-quando-falamos-de-classe-media->> Acesso em: 13 janeiro 2023.

CASTANHEIRA, N. P. **Estatística aplicada a todos os níveis**. 4ª. ed. Curitiba: IBPEX, 2008.

CASTILHO, K. **Moda & Linguagem**, 2. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.

CASTRO, G. S. O idadismo como viés cultural: refletindo sobre a produção de sentidos para a velhice em nossos dias. **Galaxia**, n. 31, p. 79-91, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-25542016120675>

DINIS, R. Ganho 2 mil euros, sou classe média? E eu que ganho 800? Nem os partidos sabem. Caderno Política, **Observador.pt**, 2016. Disponível em: <https://observador.pt/2016/09/18/ganho-2-mil-euros-sou-classe-media-e-eu-que-ganho-800-nem-os-partidos-sabem/>. Acesso em: 13 janeiro 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2002.

KOHLBACHER, F.; HERSTATT, C. e SCHWEISFURTH, T. Product development for the silver Market. In KOHLBACHER, F., HERSTATT, C. **The Silver Market Phenomenon: Marketing and Innovation in the Aging Society**. 2. ed., Brelin: Springer. p. 03 – 10, 2011. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-642-14338-0_1

LIKERT R. A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**. V. 22, N. 140, P. 55. 1932.

MARKTEST. **Classe Social Alta e Média em Portugal**, 2002. Disponível em: <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~d4.aspx>. Acesso em: 13 janeiro 2023.

MINAYO, M. C. S. e COIMBRA Jr., C. E. A. Entre a Liberdade e a Dependência: reflexões sobre o fenômeno social do envelhecimento (Introdução). Minayo, M.C.S, Coimbra Jr., C.E.A (Orgs.). **Antropologia, saúde e envelhecimento**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2002.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. WORLD HEALTH ORGANIZATION (OMS/WHO). **Envelhecimento ativo: uma política de saúde**. World Health Organization, Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2005.

PONTAROLO, R. S. e OLIVEIRA, R. C. S.. Terceira Idade: uma breve discussão. **Publicatio UEPG Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas, Linguística, Letras e Artes**, Ponta Grossa, vol. 16, n. 1, p. 115-123, 2008. DOI: <https://doi.org/10.5212/publ.humanas.v16i1.624>

PREVIDELLI, A.. Quem é classe média no Brasil? Brasil, **Revista EXAME** (Online), 2012. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/afinal-quem-e-classe-media-no-brasil/2/> Acesso em: 13 janeiro 2023.

SALATA, A. R. Quem é classe média no Brasil? Um estudo sobre identidades de classe. **Dados**, vol. 38, n.01, p. 111-149. Rio de Janeiro, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/00115258201540>

SCHMIDT-RUHLAND, K. e KNIGGE, M. Integration of the Elderly in the Design Process. In KOHLBACHER, F., HERSTATT, C. **The Silver Market Phenomenon: Marketing and Innovation in the Aging Society**. 2. ed., Brelin: Springer. p. 103-124, 2011. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-540-75331-5_8

SCHNEIDER, R. H. e IRIGARAY, T. Q. O envelhecimento na atualidade: aspectos cronológicos, biológicos, psicológicos e sociais. **Estudos em Psicologia**, Campinas, vol. 25, n. 4, p. 585-593, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-166X2008000400013>

SILVEIRA, A. **Representações sociais do corpo, bem-estar psicológico e social e práticas de cuidado corporal adotadas por idosos**. 2018. 132 p. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

SILVEIRA, L. P. e SCHNEID, F. H. Semiótica da moda: o vestuário como um meio de comunicação. **Revista Poliedro**, vol. 03, n. 3, p. 048-059, 2019. DOI: <https://doi.org/10.15536/2594-4398.2019.v3.n3.pp.048-059.1563>

SILVESTRE, A. L. **Análise de Dados e Estatística Descritiva**. Lisboa: Escolar Editora, 2007.

SULLIVAN, G. M. e ARTINO, A. R. Analyzing and Interpreting Data From Likert-Type Scales. **Journal of Graduate Medical Education**. v. 5, n. 4, p. 541-542. 2013. DOI: <https://doi.org/10.4300/JGME-5-4-18>

SVENDSEN, L. **Moda: Uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TRIVIÑOS, A. N. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.



ÉRICA PEREIRA DAS NEVES

Érica Pereira das Neves é Professora Assistente Doutora do Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP), onde atua no curso de graduação em Design. LATTES - <http://lattes.cnpq.br/7980015806049203>. ORCID - <https://orcid.org/0000-0002-7075-5076>. CIÊNCIAVITAE - [701D-95C9-9079](https://orcid.org/0000-0002-7075-5076)

EMAIL: erica.neves@unesp.br



FERNANDO MOREIRA DA SILVA

Fernando Moreira da Silva é Professor Catedrático Emérito da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa (FA/ULisboa); e pesquisador do CIAUD. LATTES - <http://lattes.cnpq.br/3727296721512705>. SCOPUS - <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55932144300>. ORCID - <https://orcid.org/0000-0002-5972-7787>. CIÊNCIAVITAE - [8511-83D3-717A](https://orcid.org/0000-0002-5972-7787)

EMAIL: fms.fautl@gmail.com



LUIS CARLOS PASCHOARELLI

Luis Carlos Paschoarelli é Professor Titular do Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP), onde atua no curso de graduação, de mestrado e de doutorado em Design. LATTES - <http://lattes.cnpq.br/8521603444193259>. SCOPUS - <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=6507022094>. ORCID - <https://orcid.org/0000-0002-4685-0508>. CIÊNCIAVITAE - [D817-CD2B-BFFD](https://orcid.org/0000-0002-4685-0508)

EMAIL: luis.paschoarelli@unesp.br



RITA LEE DO ROCK AO SAMBA: LABSOL UPCYCLING EM TIBIRIÇÁ

ADRIANA YUMI SATO DUARTE • ANA BEATRIZ PEREIRA DE ANDRADE • GABRIEL CLEMENTINO DOS SANTOS
ISABELLA OLIVEIRA MACIEL • MARINA RIBEIRO DE ANDRADE • JULIA YURI LANDIM Y GOYA

DOI 10.52050/9788579176753.3



A parceria entre o Labsol e a Escola Estrela do Tibiricá no carnaval de 2024 resultou não apenas em uma linda homenagem à uma das maiores cantoras brasileiras, mas também trouxe à tona questões fundamentais para a nossa sociedade. A presença dos outros símbolos como a Deusa Hygeia, o Deus Esculápio, o SUS e a Lei Lucas, aliadas à música “Saúde” de Rita Lee, serviram como um lembrete da importância do cuidado com a saúde, e de defender uma saúde acessível e gratuita para todos. Além disso, a abordagem criativa do upcycling unido a experiência prática do Projeto Crisálida na produção dos figurinos e peças pilotos evidenciou o viés artístico e ecoou um chamado para uma consciência ambiental. Dessa forma, a produção do desfile nos convida a refletir sobre o cuidado com o nosso bem-estar e também com o mundo em que vivemos.

(...)

"Meu estilista predileto é o meu velho baú de roupas reciclado e costurado." (Rita Lee)

IMAGEM DE ABERTURA

Rita Lee sobre a reutilização de roupas antigas para a confecção de novas peças

Fonte: adaptado de DE BARROS, J. C. (ED.). *Veja essa. Veja*, v. 1676, p. 40, 11 Novembro 2000.

O Laboratório de Design Solidário (LabSol) foi fundado no ano de 2007 pelo Professor Doutor Claudio Roberto y Goya, ligado ao Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), câmpus Bauru.

Desde seu início, o LabSol tem como objetivo principal apoiar, em conjunto com a comunidade, o desenvolvimento de produtos tendo como base a sustentabilidade e o ecodesign, priorizando o patrimônio cultural do conhecimento e a identidade histórica de quem os produz. A partir da demanda das comunidades que solicitam o auxílio do LabSol, são propostos alterações e protótipos de possíveis melhorias, visando a otimização, praticidade e ecologia tanto no processo quanto no produto final.

Têm-se, assim, dois retornos positivos principais: para a comunidade, pois a ação do LabSol visa proporcionar geração de trabalho e renda, buscando beneficiar a população participante; e para

a Universidade, por meio do projeto de extensão, em que os alunos da graduação da FAAC têm a oportunidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos nas aulas ministradas em diferentes cursos.

O LabSol tem, historicamente, parcerias na cidade de Bauru e região. Desde o ano de 2022, trabalha nas áreas de upcycling, artesanato e design gráfico. A cidade de Piratininga é sede de dois projetos que recebem o auxílio dos alunos do curso de Design, uma delas é a Oficina do Bem, um ateliê organizado por mulheres idosas com a finalidade de produzir itens artesanais para doação ou geração de renda convertida para pessoas necessitadas. O segundo projeto é realizado em parceria com a prefeitura da cidade e o auxílio de alunos de arquitetura e urbanismo da FAAC para a execução de uma casa cenográfica de Natal de forma sustentável, com o objetivo de poder reutilizá-la por mais de um ano, diminuindo desta forma os resíduos gerados pelo descarte dos materiais após as festas.

Na cidade de Jaú, a parceria é com o Espaço Cultural Amaral Carvalho (ECAC), local de apoio aos familiares de pessoas em tratamento de câncer. São realizados eventos em datas comemorativas, principalmente nas festas de final de ano, em que o LabSol realiza visitas e promove a interação entre os parceiros, como a Oficina do Bem que desenvolve produtos artesanais com a finalidade de distribuí-los gratuitamente para o público nestas comemorações.

Professores da Faculdade de Medicina de Botucatu (FMB) da Unesp também buscam o LabSol para parceria. Dois projetos iniciados em 2023 desenvolveram a identidade visual de duas campanhas da área da saúde, Ação Hygeia e Lei Lucas, responsáveis pela conscientização do câncer de colo de útero e pelo preparo dos profissionais da educação para prestar socorro caso alguma criança necessite, respectivamente.

Outro parceiro importante do LabSol é a Receita Federal de Bauru, responsável pela gestão de toneladas de produtos falsificados apreendidos

em operações policiais, especialmente roupas. De acordo com a legislação brasileira, estes produtos não podem ser comercializados, e para atender a uma nova abordagem da própria instituição, o LabSol realiza ações, experimentações e pesquisas para a descaracterização destes produtos, utilizando técnicas de upcycling na tentativa de diminuir o descarte desenfreado e promover novas formas de uso das peças.

Vale ressaltar que a cadeia têxtil e de confecção é uma das mais extensas e complexas existentes, envolvendo diversos segmentos industriais autônomos em uma lógica linear de produção (Madeira, 2021; Weber et al., 2023). Dentre os grandes produtores têxteis mundiais, destaca-se o Brasil, sendo o quinto maior produtor têxtil do mundo e possuidor do quarto maior parque produtivo de confecções (ABIT, 2023). O upcycling é uma forma de reduzir os danos causados pelo mercado da moda, dando um novo destino às peças, que são reutilizadas agregando valor ao produto final.

O Projeto Crisálida, novo parceiro do LabSol, foi fundado e é administrado por Julia Yuri de Landim y Goya e Maria José Majô Jandreice. Ele promove a realização de oficinas visando a sustentabilidade, utilizando desta forma o upcycling como ferramenta principal. Nos últimos projetos do LabSol, o Projeto Crisálida esteve presente, proporcionando capacitações para os alunos, promovendo desta forma o consumo, descarte e reutilização consciente de materiais presentes nesses processos.

Além disso, escolas de samba do Carnaval bauruense tem o apoio do LabSol há muitos anos no desenho e desenvolvimento de protótipos de fantasias de forma sustentável, com foco na reciclagem e reutilização de materiais de anos anteriores, uma vez que grandes quantidades de recursos não renováveis são extraídos para produzir os artigos têxteis, que, normalmente, são usados por um curto período de tempo e, em seguida, descartados pelos consumidores e enviados a aterros sanitários ou incinerados (Ellen Macarthur Foundation, 2017; Ta et al., 2022). Os resíduos

têxteis são gerados tanto pela cadeia produtiva quanto pelos próprios consumidores. Destaca-se, aqui, a parceria com o Bloco de Carnaval Estrela de Tibiriçá, localizado no distrito de Tibiriçá, cuja comunidade valoriza os trabalhos de reaproveitamento e procura ter uma forma de produção mais sustentável e consciente.

Neste contexto, o presente capítulo tem como objetivo apresentar o desenvolvimento de uma atividade prática de upcycling, em conjunto com o Projeto Crisálida, na criação de uma fantasia para o carnaval do bloco Estrela do Samba de Tibiriçá com as peças doadas pela Receita Federal de Bauru.

ESTRELA DO SAMBA DE TIBIRIÇÁ

O distrito Tibiriçá possui uma história centenária. Inicialmente se chamava Presidente Tibiriçá, fundado em 1919, e recebeu este nome por conta da estação ferroviária inaugurada no local por Jorge Tibiriçá, político e agrônomo brasileiro. Tibiriçá também já foi um núcleo da produção cafeeira do Brasil, tendo em suas terras a Fazenda Divisa, um

expoente da economia na época. O Distrito ainda hoje apresenta uma produção significativa de itens pecuários e é lar de muitas famílias rurais, com cerca de 1500 habitantes segundo o censo do IBGE de 2010.

É o lugar onde vive a família Cosmo, fundadora do Bloco Estrela do Samba de Tibiriçá. A família, que também é conhecida como Baté - por conta do apelido do patriarca durante o tempo em que trabalhou em um time de futebol em Taubaté-, iniciou sua história em Tibiriçá em 1941. Mas, foi apenas em 1980 que, após se aposentar da ferroviária, Seu Baté decidiu reviver algumas tradições ancestrais de festas, agradecimentos e carnaval. Os avôs e bisavôs agradeciam a libertação da escravidão e, como passaram fome, também o alimento no dia 13 de maio, quando o santo Benedito era levado por membros da família na procissão, seguida de um almoço para todos em nome do santo.

As tradições se mantêm até os dias de hoje, sendo que no almoço de devoção comparecem cerca de 800 pessoas, ocasião em que levantam o mastro com imagens do santo e cantam o terço. O almoço é feito pelas mulheres mais velhas.

A família Baté fundou em 1982 o “Bloco de Rua Vai quem Quer” que desfilava no Distrito Tibiriçá. Inicialmente de forma despretensiosa, usavam um caminhão como carro alegórico, as fantasias de folha de bananeira e os instrumentos feitos de latas recicladas. Cerca de 400 pessoas participaram da festa. Em 1986 Bauru ganhou o segundo sambódromo do Brasil, mas no ano 2000 os desfiles foram interrompidos, só retornando em 2010.

Naquele ano, a comunidade de Tibiriçá foi convidada a desfilar no espaço. Foi quando fundou o Bloco Estrela do Samba de Tibiriçá. A intenção, segundo os dirigentes, era levar para a avenida, tradição, cultura e amizade, além de apresentar a singularidade da considerada zona rural.

Em 2016, o enredo contou a história do Rio Batalha que abastece 80% de Bauru e Região. Como não tinham carnavalescos nem compositores profissionais, o enredo, o samba e as fantasias eram feitos em comunidade. Foram pesquisar a história e, junto aos barqueiros que fazem a descida do Rio e a ONG Pró Batalha que atua pela despoluição deste rio, conformaram o enredo “Educação para Preservação”.

Em 2024, o enredo tem como tema principal a saúde. Contando histórias sobre a luta de médicas(os) e enfermeiros(as) que lutaram pela vida de centenas de pessoas durante o período pandêmico de Covid-19, homenageando a bravura e resiliência dos profissionais em tempos tão difíceis, e figuras importantes que partiram. Utilizando ícones mitológicos e regionais, o enredo honra aqueles que se foram, prestando seu respeito aos que lutaram e deseja a todos prosperidade, e acima de tudo, saúde.

ENREDO DO CARNAVAL 2024

No carnaval Tibiriçá de 2024 o tema escolhido foi saúde e luta pela vida, trazendo para o desenho do desfile símbolos como as cores da saúde nos figurinos (verde e branco), a Deusa Hygeia, da saúde, limpeza e sanidade, Deus Esculápio, da Medicina e da Cura, o próprio Sistema Único de Saúde (SUS) e a Lei Lucas (13.722/189) lei essa que foi sancionada dia 8 de outubro de 2018 e obriga professores e funcionários de escolas, de rede pública e privada de educação infantil a estarem preparadas para realizar atendimentos médicos imediatos e de primeiros socorros.

Somando-se, outra influência para a composição do enredo foi a cantora Rita Lee, que lutou muito por sua vida após descobrir um câncer de pulmão em 2021, e veio a falecer no dia 08 de março de 2023, em São Paulo. É inegável o papel fundamental que Rita Lee teve no mundo da música e na cultura brasileira, sua influência ultrapassou gerações e estilos musicais, como uma figura de

autenticidade e resistência. Fazendo do palco um local de manifestações, Rita Lee expressava suas reivindicações através de suas letras.

A música “Saúde” lançada em 1981, que foi escolhida como canção do Dia do Combate ao Câncer em 2022, celebrado no dia 04 de fevereiro, é um exemplo de tal expressão: “Me cansei de lero-lero, dá licença, mas eu vou sair do sério. Quero mais saúde”. Rita Lee priorizava sua saúde antes de qualquer outra coisa.

De certo, o legado da multiartista transcende os limites do palco. Dentre suas diversas bandeiras, como a luta anti-opressão, pelas mulheres e pelos direitos dos animais, Rita Lee também se aventurou na escrita de livros infantis, como uma forma de levar seus ideais para as gerações futuras. Em entrevista para o jornal Extra (2020), a artista ressaltou que, “escrever para crianças me dá o prazer de conversar com gente do futuro, gente que vai herdar nossa Nave Mãe Terra”

E é justamente unindo duas das paixões e lutas de Rita Lee, saúde e crianças, que surge a inspiração para a composição do samba enredo da escola Estrela do Samba de Tibiriçá, e o upcycling, por sua vez, aparece como resposta para a confecção dos figurinos inspirados na cantora, que sempre demonstrou seu entusiasmo por causas socioambientais, a principal temática dos seus livros de literatura infantil.

“Meu estilista predileto é o meu velho baú de roupas recicladas e recosturadas” é uma das frases icônicas de Rita Lee publicada pela revista Veja em novembro de 2000 (DE BARROS, 2000, p.40) que demonstra sua preocupação com a reutilização de roupas antigas para a confecção de novas peças, que foi como o Labsol, em parceria com a Receita Federal, desenvolveu as peças pilotos usadas pela escola para homenagear a cantora.

Como dito anteriormente, essa parceria surgiu da necessidade de dar outro fim aos produtos falsificados apreendidos pela Receita Federal, que eram incinerados ou descartados. Após a

descaracterização das marcas falsificadas, essas peças se tornam tecidos novos, prontos para serem usados. Dessa forma, com os croquis em mãos, chegou o momento de escolher as cores, os melhores tecidos, e fazer os cortes que depois virariam as peças pilotos.

Foram desenvolvidas três peças piloto durante duas oficinas oferecidas pelo Labsol em parceria com o Projeto Crisálida, com a participação dos membros e voluntários do projeto, como mostra a figura 1.

FIGURA 1

Oficina ministrada pelo Labsol e Projeto Crisálida para a confecção das peças. Fonte: autores



As três peças são: uma peruca, um kimono colorido e um macacão com aplicações em lantejoulas e outros aviamentos em dourado. Todos sendo referências no estilo autêntico e looks usados por Rita Lee, conforme mostram os croquis das figuras 2 e 3.



FIGURA 2

Croqui Miss Brasil 2000 (esquerda). Fonte: autores

FIGURA 3

Croqui Kimono e peruca carnaval Rita Lee (direita). Fonte: autores

Em linhas gerais, o desenvolvimento das peças foi baseado no upcycling, e seguiu atividades mostradas na figura 4.

Processo do Upcycling



FIGURA 4

Método de upcycling desenvolvido pelo LabSol. Fonte: autores

No processo de confecção da peruca, foram escolhidos tons de vermelho para referenciar os icônicos fios ruivos de Rita Lee. Foram cortadas finas tiras de tecido e esticadas para que formassem os fios. A peruca tem como base uma touca feita da mesma malha dos fios, no mesmo tom imitando o ruivo, no intuito de esconder espaços vazios

que podem aparecer com o movimento dos fios durante a dança na avenida. Os fios foram costurados diretamente na touca enfileirados, que junto com uma costura superior, delimita o caimento do penteado clássico do cabelo da cantora. A parte interior da peruca possui faixas e velcro para



FIGURAS 5 E 6

Processo de costura dos fios de malha à touca (esquerda) e peruca pronta (direita). Fonte: autores

o ajuste na cabeça da sambista, garantindo mais segurança para movimentos bruscos, como mostram as figuras 5 e 6.

Já o Kimono foi confeccionado com mangas longas, trazendo o conforto e o despojo que Rita Lee trazia sempre em seus figurinos. O tecido escolhido também foi malha, advinda de camisetas descaracterizadas, foram utilizados retalhos em tons de azul, preto, vermelho, amarelo e verde, mais uma vez simbolizando a saúde, seguindo as duas primeiras atividades do upcycling, conforme ilustra a figura 7.

FIGURA 7

Processo de desconstrução de camisetas para obtenção de tecido. Fonte: autores



FIGURA 8

Kimono inspirado na Rita Lee.
Fonte: autores

Nessa peça, fica ainda mais visível a técnica de patchwork pela diferença de cores que evidenciam as costuras dos retalhos de tecido, conforme ilustra a figura 8.

Para a confecção do macacão, terceira e última peça desenvolvida, foi escolhido o modelo boca de sino que se popularizou nos anos 70, sendo muito utilizada por comunidade hippies, tecido em malha branco, cor escolhida em referência à saúde, aplicações reutilizadas de outras produções carnavalescas do acervo do Labsol em dourado, dispostas sobre o decote em V, a região dos seios, espalhadas por todo o corpo e concentrando-se inferior da peça. Assim como no kimono, a técnica utilizada para a junção dos pedaços de tecido foi o patchwork.

A produção do macacão começa a partir da criação do croqui, que se baseia no figurino “Miss Brasil 2000” de Rita Lee, um dos muitos visuais aclamados da cantora. A roupa constituída de um macacão cravejado, botas e um cachecol de tule imenso, foi desenhada pela estilista Barbara

Hulanicki para a turnê “Babilônia” de 1978. Bárbara era dona de uma boutique em Londres que, segundo o jornalista Bruno Costa, Rita teria roubado uma bota prateada. No entanto, o remorso não a deixou esconder o fato por muito tempo. Além de perdoar Rita, a estilista produziu e doou todos os figurinos que a cantora usou nessa turnê.

Para a reprodução de um visual tão representativo de quem foi Rita Lee, começamos o processo pela construção de um molde que atendesse as necessidades de um figurino de carnaval e as características da referência.

O molde foi feito a partir da técnica de modelagem tridimensional, o Moulage, que consiste na manipulação do tecido sobre um manequim, inserindo as dobras e curvas necessárias para se atingir a forma desejada. Neste caso específico foi usado um manequim número 46. Porém, foi adicionada uma amarração nas costas, que somado às propriedades elásticas do tecido de malha utilizado, garantem um bom caimento em um número maior de corpos. Após diversos testes e

alterações, o molde pronto foi passado para um papel com as marcações necessárias. A etapa é ilustrada na figura 9.

Todas as peças apresentadas neste capítulo foram feitas partindo de peças reutilizadas. Portanto, a segunda parte deste projeto foi a desconstrução e descaracterização de camisetas falsificadas, vindas de apreensões feitas pela Receita Federal, e de fantasias de carnaval de anos anteriores doadas pela escola Estrela do Samba de Tibiriçá.

O produto desta desconstrução são painéis de tecido liso e pilhas de pedras, fitas e brilhos. A partir desses materiais o macacão pode ser recortado e costurado em sua forma final, onde foram coladas, com o auxílio de cola quente, os adereços seguindo a referência principal e outras relacionadas ao carnaval. A peça final é mostrada na figura 10.

**FIGURA 9**

Processo de criação dos moldes através do processo de Moulage.
Fonte: autores

FIGURA 10

Processo de criação dos moldes através do processo de Moulage.
Fonte: autores



AGRADECIMENTOS

Agradecemos o apoio financeiro do EDITAL PRO-EC Nº 01/2023 - PROJETOS DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA - VAMOS TRANSFORMAR O MUNDO - ALÍNEA A – TRANSFORMAÇÃO SOCIOECONÔMICA E SUSTENTABILIDADE. Estendemos os agradecimentos à Unesp, a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Unesp, a FAAC/Unesp, ao Departamento de Design e Faculdade de Medicina de Bauru. Reforçamos os agradecimentos aos parceiros, motivo e inspiração para a existência deste projeto: a Receita Federal de Bauru, o Projeto Crisálida, Bloco Estrela do Samba de Tibiriçá e CITEBauru. Por fim, e não menos importante, agradecemos a todos os estudantes que fazem o LabSol pulsar e ser um espaço de aprendizagem constante.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, A. B. P.; AQUINO, H. P. ; GOBBI, M. C. . FAMÍLIA BATÉ: CONTOS E ENCANTOS EM TIBIRIÇA. In: Denis Renó; Marcos "Tuca" Américo; Antonio Francisco Magnoni; Fernando Irigaray.. (Org.). Narrativas imagéticas, diversidade e tecnologias digitais. 1ed.Rosário: Editora UNR, 2016, v. 1, p. 156-.

BRASIL. Lei Nº 13.722, de 4 de Outubro de 2018. Lei Lucas. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 2, col. 1, 04 out. 2018

BRUNO COSTA. Vogue. Globo, 2021. Últimas notícias do mundo da moda. Disponível em: <https://vogue.globo.com/lifestyle/cultura/noticia/2021/10/por-dentro-da-samsung-rock-exhibition-rita-lee-no-mis-sp.html>

DE BARROS, J. C. (ED.). Veja essa. Veja, v. 1676, p. 40, 11 Novembro 2000.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. A new textiles economy: Redesigning fashion's future. 2017. Disponível em: <<http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>>. Acesso em: 25 ago 2021.

ÉRIKA ALFARO. Solutudo, 2021. Tibiriçá, um distrito centenário de Bauru: Conheça histórias, fatos e curiosidades. Disponível em: <https://conteudo.solutudo.com.br/bauru/tibirica-distrito-centenario-bauru-historias-fatos-curiosidades/>

GELLI, Thiago. O sucesso póstumo de Rita Lee nas vendas de livros. Veja, 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/o-sucesso-postumo-de-rita-lee-nas-vendas-de-livros>

LEI LUCAS: PRIMEIROS SOCORROS NAS ESCOLAS. Beta Educação. 11 de Outubro de 2023. Disponível em: <https://betaeducacao.com.br/lei-lucas-primeiros-socorros-nas-escolas/>

MADEIRA, G.N. Superação das barreiras tecnológicas pelo setor têxtil segundo as premissas de Economia Circular. Porto, 2021.

MUSEU FERROVIÁRIO DE BAURU. Projeto Museu Ferroviário, Acervo digital do Museu Ferroviário Regional de Bauru. Disponível em: <https://www.projetoMuseuFerroviario.com.br/distrito-de-tibirica-2/>

MÚSICA DO DIA - 'Saúde' de Rita Lee é a canção do Dia de Combate ao Câncer. TRT Notícias, 04 de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://portal.trt23.jus.br/trtnoticias/noticias/da-casa-noticias/28228>

PERELLÓ, Naiara. À frente do seu tempo, Rita Lee escreveu livros infantis sobre meio ambiente nos anos 80: 'Quase ninguém falava disso', disse ela. Extra Online, 2023. Disponível em: <https://extra.globo.com/entretenimento/noticia/2023/05/a-frente-do-seu-tempo-rita-lee-escreveu-livros-infantis-sobre-meio-ambiente-nos-anos-80-quase-ninguem-falava-disso-disse-ela.ghtml>

WEBER, S., WEBER, O., HABIB, K.; DIAS, G. M. Textile waste in Ontario, Canada: Opportunities for reuse and recycling. Resources, Conservation and Recycling, 190, 106835, 2023.



ADRIANA YUMI SATO DUARTE

Doutora e Mestra em Engenharia Mecânica (Unicamp) e Bacharel em Têxtil e Moda (USP). Professora Assistente do curso de graduação em Design da FAAC/Unesp/Bauru e do Programa de Pós-Graduação em Design da Unesp. Pesquisa sustentabilidade e tecnologia. Integra a coordenação do LabSol e é membra do CiteBauru

EMAIL: ays.duarte@unesp.br



ANA BEATRIZ PEREIRA DE ANDRADE

Doutora em Psicologia Social (UERJ), Mestre em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ), Bacharel em Comunicação Visual (PUC-Rio). Professora no Departamento de Design FAAC/UNESP. Embajadora del Diseño Latino (Universidad de Palermo - Buenos Aires). Na FAAC, integra a Coordenação de Projetos de Extensão: Ubiraci, Mudadesign e Labsol.

EMAIL: anab.andrade@unesp.br



GABRIEL CLEMENTINO DOS SANTOS

Ilustrador e Graduando em Design Gráfico pela UNESP de Bauru, atualmente cursando quarto ano (2021 - 2024). Técnico em Administração pela ETEC de Cotia. Trabalhei de forma autônoma em projetos audiovisuais independentes como em “Paranoid” Dirigido por Murilo Borges, e o curta “Calea”, trabalhando como Artista Conceitual e Direção de Arte. Sou bolsista do Projeto de extensão Labsol.

EMAIL: gabriel.clementino@unesp.br



**ISABELLA
OLIVEIRA MACIEL**

Sou estudante do curso de Design na UNESP de Bauru, atualmente no terceiro ano. Durante os anos de 2022 a 2023, fui bolsista do Inky Design, onde adquiri experiência significativa na área de design gráfico, com foco na criação de identidades visuais e no desenvolvimento de produtos. Atualmente, estou engajado como bolsista do Labsol, onde trabalho diretamente no upcycling e colaboro com o projeto Ação Hygeia em parceria com a FMB de Botucatu.

EMAIL: isabella.maciel@unesp.br



**MARINA RIBEIRO
DE ANDRADE**

Estudante do curso de Design na UNESP, ingressante no ano de 2022 e bolsista do LabSol desde o início do curso. Com isso, pude desenvolver inúmeros projetos em parceria com as comunidades da região de Bauru e atualmente sou bolsista do projeto "vamos transformar o mundo" em parceria com a Receita Federal de Bauru com a finalidade de reduzir os danos causados pelo mercado da moda através do upcycling..

EMAIL: marina.r.andrade@unesp.br



**JULIA YURI
LANDIM Y GOYA**

Minibio: Designer e artesã. Trabalha com Metodologias Ágeis de Inovação e Processos Maker fundamentadas em Empreendedorismo Feminino e Design Social.

EMAIL: jylgoya@gmail.com



ALINHAVANDO A MODA DO FUTURO: DIÁLOGO ENTRE DESIGN CONTEMPORÂNEO, MODA E TRANSIÇÕES PARA A SUSTENTABILIDADE

MARIA FERNANDA SORNAS VIGGIANI • IANA ULIANA PEREZ • MÔNICA CRISTINA DE MOURA

DOI 10.52050/9788579176753.4



Considerando a moda como fenômeno representativo do contexto contemporâneo, e diante da necessidade de reduzir os impactos socioambientais da moda, este capítulo se debruça sobre a moda para propor reflexão a respeito de novas possibilidades de atuação do design contemporâneo, como o design de transições para a sustentabilidade. A partir da teoria multinível de transições, analisamos o atual sistema da moda – e seus impactos socioambientais –, representado pelo modelo do (ultra) fast fashion, e refletimos sobre as oportunidades para o desenvolvimento de cenários mais sustentáveis manifestadas pelo movimento slow fashion, considerado como uma semente para a transformação do sistema da moda.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Imagem: Modalização.

Fonte: Érico Vieira – Abstratoria

Desse modo, visamos melhor compreender o contexto atual para analisar as mudanças necessárias para a criação de novos cenários mais sustentáveis na moda, considerando os papéis que designers de moda podem assumir no processo de transição para a sustentabilidade. Como resultado, a abordagem da teoria multiníveis permitiu melhor compreensão das mudanças necessárias em diferentes níveis do sistema da moda, abrangendo desde aspectos individuais até estruturas organizacionais, com o objetivo de impulsionar uma transformação em direção à sustentabilidade.

INTRODUÇÃO

O design de moda não diz respeito apenas àquilo que vestimos; mais do que isso, é uma manifestação de identidade pessoal e de pertencimento ao grupo, além de se relacionar e influenciar todos os outros objetos materiais e imateriais ao nosso redor. Por estas manifestações e segmentos do design, como a moda, podemos analisar a sociedade e seus indivíduos. No contexto contemporâneo, também chamado de hipermoderno, a moda se destaca por refletir a compressão do tempo e o excesso de velocidade e do consumo. Assim, a moda tem exercido influência direta sobre as transformações dos valores sociais, desempenhando papel significativo na aceleração do ritmo de vida, sendo um exemplo eloquente dessa peculiar experiência temporal que caracteriza a contemporaneidade (Agamben, 2009).

Na contemporaneidade, destaca-se, também, a pauta da sustentabilidade, que muitas vezes parece se chocar com as dinâmicas próprias do

design de maneira geral e do design de moda de maneira específica. Ainda assim – ou justamente por causa disso – existe a demanda por uma moda mais sustentável que ultrapassa a abordagem do marketing verde, pois manter uma abordagem superficial da sustentabilidade pode comprometer a competitividade das empresas em longo prazo (Lipovetsky, 2009). Portanto, a integração da sustentabilidade no design de moda emerge como uma nova necessidade no desenvolvimento de produtos e serviços, tornando-se um dos maiores desafios contemporâneos.

O design contemporâneo tem como um dos seus imperativos a sustentabilidade, o que envolve a necessidade de transições e diferentes abordagens e concepções.

O design de moda, alinhado com a sustentabilidade, tem evoluído suas ações ao longo do tempo, desde a seleção de materiais de baixo impacto socioambiental e projeto do ciclo de vida do vestuário até abordagens mais abrangentes, como o design de sistemas produtos-serviços. Contudo,

tanto a prática quanto o ensino de design de moda ainda apresentam enfoque pontual no que diz respeito à abrangência das soluções propostas, muitas vezes concentradas, por exemplo, no uso de materiais mais sustentáveis e desenvolvimento de vestuário a partir do reaproveitamento de materiais e produtos que seriam descartados. Embora essas sejam ações necessárias, não são suficientes para atacar as raízes dos problemas socioambientais que permeiam o atual sistema da moda. Diante disso, os designers de moda devem promover mudanças radicais, incluindo transformações sistêmicas e disruptivas não somente nos modelos de produção e consumo, como também nos modos de ser e pensar. É necessário remodelar o próprio sistema da moda.

O termo "contemporâneo", tão presente neste ensaio, denota algo que está situado no mesmo período temporal em que vivemos, podendo ser utilizado para caracterizar o atual sistema da moda. Contudo, para o design contemporâneo é essencial a habilidade de transcender o momento presente, permitindo-nos compreender a essência do

nosso tempo sob diferentes ângulos, a partir das conexões com outros contextos históricos (Moura, 2008). Desse modo, é importante compreender o passado e o modo como o contexto atual foi forjado. Mas também é fundamental olhar para o futuro e vislumbrar novas possibilidades, de modo a projetar novos contextos, novas formas – mais sustentáveis – de vivenciar o design de forma geral e o segmento de design de moda.

Este capítulo se debruça sobre a moda para refletir sobre o cenário atual e a respeito de possíveis cenários futuros a partir das lentes do design contemporâneo e das transições para a sustentabilidade. Assim, visa analisar o atual sistema da moda – e seus impactos socioambientais – e refletir sobre as oportunidades para o desenvolvimento de cenários mais sustentáveis a partir da perspectiva multinível das transições sistêmicas. Para melhor definir o escopo de análise, adotamos o (ultra) fast fashion como um símbolo emblemático da moda contemporânea e o seu contraponto, o slow fashion, como uma

manifestação de novos cenários emergentes na moda, com potencial transformador rumo à sustentabilidade.

DESIGN CONTEMPORÂNEO E O DESIGN DE TRANSIÇÕES PARA A SUSTENTABILIDADE

Design contemporâneo abrange os projetos conectados ao atual espírito do tempo, que tem sido marcado pelo reconhecimento da responsabilidade socioambiental dos designers e voltado às manifestações próprias e a temas emergentes de cada época, na relação da historicidade com as mudanças do conhecimento e as inovações que ocorrem em diferentes âmbitos que dizem respeito à contemporaneidade e rompem com os padrões modernos racionalistas em sintonia com a complexidade, subjetividade, sensibilidade e a diluição das fronteiras do conhecimento (Moura, 2021).

Desde os anos 1970, designers têm se preocupado com a necessidade de mitigação dos impactos negativos das ações de design sobre a sociedade e o meio ambiente. Tais impactos costumam ser associados ao que Victor Margolin e Sylvia Margolin (2002, p. 24) chamam de “paradigma do design para o mercado”, que tem dominado o campo durante décadas. Em contraposição a esse paradigma, desenvolveu-se o campo do design para a sustentabilidade.

Principalmente a partir dos anos 1990, o design para a sustentabilidade tem refletido um fenômeno próprio do design contemporâneo: a expansão do seu campo de atuação e de conhecimento. Essa expansão é caracterizada pelo rompimento das fronteiras entre diferentes áreas, disciplinas e segmentos de design, o qual é acompanhado por novos enfoques em que se valorizam as ações de design como projeto, independentemente do formato de seus resultados (Moura, 2021). Desse modo, o design para a sustentabilidade tem ampliado seu enfoque, nos últimos anos, desde

intervenções pontuais sobre fluxos, materiais e produtos até abordagens mais sistêmicas que envolvem o design de serviços, a inovação social e o projeto de transições para a sustentabilidade (Ceschin; Gaziulusoy, 2016; Irwin, 2015).

Com esse processo de expansão, o design para a sustentabilidade tem buscado ampliar seu poder de transformação, passando a lidar com questões cada vez mais sistêmicas e, consequentemente, mais complexas. Essas questões demandam não apenas mudanças de postura por parte dos designers, mas também mudanças significativas no comportamento e na cultura da sociedade como um todo. Trata-se, portanto, de uma missão grandiosa, de longo prazo, visando à construção de novos cenários mais sustentáveis. Cenários esses que precisam ser costurados coletivamente, por cidadãos e profissionais de diversas áreas, dentre eles designers de diferentes especialidades. Neste texto, destacamos duas áreas em especial: o design de moda e o design de transição para a sustentabilidade.

O campo das transições para a sustentabilidade, que tem sido abordado por pesquisadores de diversas áreas e por movimentos sociais, tem se aproximado do design devido à demanda de criatividade para o desenvolvimento de cenários futuros. Trata-se, portanto, de um desafio de design, abraçado pelo segmento de design de transições para a sustentabilidade, que atua no planejamento e promoção de mudanças radicais nos sistemas sociotécnicos em diversos horizontes temporais – em curto, médio e longo prazo (Ceschin; Gaziulusoy, 2016; Gaziulusoy; Ryan, 2017). O design de transições parte da compreensão do contexto local presente, identificando os principais atores e pontos críticos de um determinado sistema, para então desenvolver cenários futuros mais sustentáveis, criando visões de longo prazo convincentes. Considerando o cenário atual e aquele que se almeja construir, o design de transições dedica-se, então, ao desenvolvimento de um plano de ação contendo estratégias e intervenções de curto e médio prazo que promovam as mudanças necessárias para se atingir a meta de logo prazo

(Irwin, 2020). Assim, o design de transições gerencia todo o projeto de transição, articulando atores de diferentes áreas, assim como designers com especialidades diversas.

Podemos destacar quatro domínios a partir dos quais designers podem promover mudanças: 1) artefatos e comunicação; 2) produtos e serviços; 3) organizações; 4) transformação social (Buchanan, 1992). O design de transições precisa considerar esses quatro domínios, que são, muitas vezes, interconectados: ações em um domínio podem acarretar ou demandar mudanças em outros. Para construir novos cenários, portanto, são necessárias “inovações tecnológicas, sociais, organizacionais e institucionais” que possibilitem a construção de novos modos de pensar e de viver, assim como de novos paradigmas sociais, econômicos e políticos mais sustentáveis (Ceschin; Gaziulusoy, 2016). Para encarar uma empreitada tão difícil quanto a de promover tal ordem de transformação sistêmica, o design de transições se baseia em teorias de mudança, principal fator

que o diferencia de outros segmentos de design que também buscam a construção de novos cenários, como o design para a inovação social.

Uma das principais teorias de mudança em sistemas sociotécnicos é a teoria multinível de transições sistêmicas de Frank Geels (2011), que permite o entendimento da interação de forças em diferentes níveis, do macro ao micro (Gaziulusoy; Ryan, 2017). Para compreender o processo de transição, Geels (2011) destaca três níveis: 1) paisagem; 2) regime; 3) nicho. A paisagem é o contexto mais amplo de um sistema, exercendo influência e pressão sobre os demais níveis. Ela contempla: tendências demográficas; valores sociais; padrões culturais arraigados; ideologias políticas; macroeconomia. O regime é o nível intermediário, que sustenta e estabiliza um sistema, pois é formado pelo conjunto de regras que orientam e condicionam as atividades de diversos setores, crenças compartilhadas, modos de vida, arranjos e regulamentos institucionais, contratos jurídicos. Já o nível micro, o nicho, é formado por atores que promovem inovações radicais: laboratórios de

pesquisa e desenvolvimento, nichos de mercado, projetos ou novos modelos de negócios, ativistas e movimentos sociais (Geels, 2011; Gaziulusoy; Ryan, 2017).

O processo de transições sistêmicas, para ser efetivo, precisa articular intervenções nos três níveis, que se influenciam mutuamente. Por isso, são necessárias tanto a abordagem de baixo para cima [bottom-up], quando ações no nicho impulsionam mudanças no regime e na paisagem, quanto de abordagens de cima para baixo [top-down] (Geels, 2011). As mudanças mais radicais costumam ocorrer no nicho, por meio de aprendizagem e articulação. No regime, as transformações costumam ser incrementais e cumulativas, mas existem muitas barreiras para que ocorram. Já as mudanças mais lentas e de longo prazo são as ocorridas na paisagem.

Para melhor compreender as dinâmicas para a transformação da moda, adotamos como referência a teoria multinível de transições sistêmicas. Assim, nas seções seguintes, analisamos o atual

sistema da moda, destacando o caso do modelo de negócios do fast fashion e identificando as dinâmicas existentes nos níveis do nicho, do regime e da paisagem para a manutenção desse sistema a despeito de sua insustentabilidade. Na sequência, apresentamos o movimento slow fashion como alternativa para a construção de um novo sistema da moda, utilizando e identificando as mudanças necessárias em cada nível para que ocorra a transição para a sustentabilidade.

O ATUAL SISTEMA DA MODA E A SUA (IN)SUSTENTABILIDADE

O sistema da moda é formado por diversos atores e atividades que permeiam todo o ciclo de vida do vestuário, desde a produção de matérias-primas, como o algodão, passando pela confecção, distribuição e uso até chegarmos ao descarte ou reaproveitamento do produto de moda ou de seus materiais. Contudo, a moda transcende a função meramente utilitária do vestuário, integrando-se ao cotidiano e conectando-se a uma

gama mais ampla de contextos que abrangem aspectos políticos, sociais, culturais e sociológicos (Palomino, 2003). Como forma de expressão individual e coletiva, a moda explora o campo do imaginário e dos significados, desempenhando papel fundamental na configuração da cultura contemporânea (Anjos, 2020). O sistema da moda, portanto, conecta-se a diversos outros sistemas sociotécnicos e apresenta elementos socioculturais que lhes são intrínsecos compondo sua paisagem e ditando seu modo de funcionamento.

A moda é caracterizada por uma contínua metamorfose, embora nem todos os seus aspectos se transformem (Lipovetsky, 2009). As mudanças próprias da moda são sazonais e fazem parte de suas “regras”, compondo o seu regime. Embora as mudanças da moda, que costumam ser superficiais, possam advir de novas necessidades de expressão de identidade, acompanhando transformações mais amplas na sociedade, muitas vezes essas mudanças atendem a demandas econômicas de estímulo ao consumo. Por isso, a lógica própria da moda, o seu regime, tem sido

extrapolada para outros setores de produção e consumo além do vestuário (Caldas, 2004), contribuindo para consolidar a associação entre moda e consumismo que denota a insustentabilidade socioambiental desse sistema na atualidade. Segundo Mandelli (2022), o consumismo se sustenta na insatisfação constante, alimentando o desejo de compra por meio de campanhas publicitárias. A mídia promove essas novas tendências como padrões a serem seguidos e respeitados. É relevante salientar que a disseminação em larga escala do consumo, impulsionada pela Revolução Industrial, resultou no esgotamento excessivo dos recursos naturais para atender à demanda por produtos dos consumidores.

A cultura contemporânea nos coloca diante de um cenário marcado por excessos de diversas ordens (Moura, 2008). Assim, o regime do sistema da moda é marcado pelo ritmo acelerado de produção e consumo, com múltiplas coleções lançadas anualmente. Este ritmo rápido impõe prazos rigorosos na produção das peças e na vigência das tendências, muitas vezes prejudicando

a capacidade de discernimento. Essa pressão pelo novo, que já permeou a paisagem, aliada à sensação de obsolescência, leva a um desejo constante de consumir, resultando em obsolescência perceptiva. A moda dita que a obsolescência deve prevalecer sobre outras características, alimentando um ciclo de demanda, produção, consumo e descarte.

A aceleração do ritmo da moda tem crescido nas últimas décadas, dando origem a novos modelos e conceitos, como o fast fashion. Esse termo foi cunhado para denotar um novo modelo de produção e comercialização de produtos de moda que ganhou força a partir dos anos 1990, tendo como principais características a agilidade para produção e distribuição de vestuário a partir da identificação de tendências de moda. O fast fashion impulsionou um consumo voraz de artigos de moda, característico de uma sociedade que enaltece os valores do capitalismo e da globalização, que compõem a paisagem de muitos sistemas socio-técnicos. Tal cultura, desprovida de preocupações com a sustentabilidade, inunda o mercado com

uma profusão de produtos, facilitada pela agilidade da indústria da moda. Como consequência, surge uma sociedade obcecada pelo consumo de bens de moda, resultando na padronização dos produtos e na rápida disseminação das tendências apresentadas nos desfiles para as grandes redes varejistas, em intervalos de tempo cada vez mais curtos (Dantas, 2020).

Rapidamente, o fast fashion passou a dominar o mercado de moda, com suas novidades constantes e preços atrativos, mais acessíveis para pessoas que, de outra forma, não conseguiriam financiar os itens da moda. Esse novo modelo, portanto, passou a ditar as regras do atual sistema da moda. Afinal, as empresas que adotam o modelo de negócio conhecido como fast fashion atraem consumidores bem informados e ávidos por tendências da moda, que valorizam a novidade e a variedade. Essas peças de vestuário, alinhadas com as tendências, possuem um valor simbólico evidente, mas apresentam baixo valor material. Como resultado, os consumidores

tendem a não demonstrar preocupação em preservá-las ou atribuir-lhes valor duradouro, transformando-as em itens descartáveis.

Para garantir preços baixos, o modelo fast fashion baseia-se na terceirização de serviços e na dispersão geográfica das atividades produtivas e da cadeia de suprimentos, buscando acordos preferenciais de comércio e de trabalho, os quais compõem seu regime. Sob esse modelo, cada nação se especializa em uma etapa específica da produção de vestuário: alguns países dominam a montagem das peças, enquanto outros se destacam como principais exportadores de tecidos. Em geral, a fabricação é direcionada a países com custos trabalhistas mais baixos, onde os salários são frequentemente inadequados e a proteção social e sindical é limitada ou inexistente (Massaro, 2021). Um exemplo emblemático dos impactos dessa dinâmica foi observado em Bangladesh, em 2013, quando a tragédia do desabamento do Rana Plaza, prédio que abrigava confecções terceirizadas, ressaltou de forma dramática as consequências desse sistema. O colapso resultou na

perda trágica de 1.134 vidas e deixou milhares de pessoas feridas, conforme documentado no filme *The True Cost* (2015), dirigido por Andrew Morgan.

Apesar das evidentes consequências socioambientais do modelo fast fashion, ele não apenas se consolidou como aprimorou suas estratégias mercadológicas e logísticas, dando origem ao fenômeno conhecido como ultra fast fashion, caracterizado pela velocidade ainda maior na produção e distribuição de produtos de moda. Essa nova faceta do fast fashion tira vantagem das novas tecnologias e mídias digitais, capitalizando as influências das redes sociais para detectar tendências e ampliar o alcance de seus produtos. O ultra fast fashion, baseado na venda online de vestuário, é um fenômeno resultante das consequências sociais da pandemia de Covid-19, quando empresas de fast fashion aprimoraram seus processos produtivos, agilizando a entrega de produtos e adotando as tendências promovidas por influenciadores digitais (Carvalhinha, 2023). Se antes parecia improvável a popularização da

comercialização digital de vestuário, a necessidade de distanciamento social em decorrência da pandemia propiciou a mudança de regime necessária para o surgimento do fenômeno do ultra fast fashion, pois teve como impacto uma transformação da paisagem a partir da ressignificação da relação das pessoas com as redes sociais e o consumo online, que passou a ser a única alternativa segura naquele contexto.

O ultra fast fashion renovou as problemáticas socioambientais do sistema da moda. Junto com o aumento da velocidade da produção e distribuição, veio a aceleração dos ciclos de moda, a redução de preços e o aumento na oferta de produtos de vestuário. Assim, o ultra fast fashion amplificou os impactos ambientais do sistema da moda, como intensificação da exploração de recursos e perda de biodiversidade. Já na esfera socioeconômica, o ultra fast fashion, com suas ofertas atrativas, pode ameaçar a produção local de moda, o que tem levantado debates sobre a necessidade de regulamentação desse mercado,

atuando sobre o regime para lidar com as novas modalidades de comercialização e distribuição de produtos fabricados fora do país.

Outro problema agravado pelo ultra fast fashion é a rápida obsolescência das roupas, pois torna-se cada vez mais fácil renovar o próprio armário. Como consequência dessa aceleração na produção e no consumo, o sistema da moda tem sido marcado, nas últimas décadas, pelo aumento considerável na produção de resíduos têxteis, abrangendo desde peças de vestuário descartadas pós-consumo até os descartes do processo produtivo, sendo os aterros sanitários destino de muitos resíduos têxteis. Conforme observado por Mandelli (2022), a prática do descarte de seus resíduos têxteis decorre da facilidade das confecções de moda em obter novos recursos. Anteriormente, quando esses recursos eram escassos, havia maior conscientização sobre sua utilização. Os retalhos de tecido, em particular, representam uma parte significativa desses resíduos,

resultando em impactos ambientais e econômicos adversos devido ao consumo de recursos ao longo do ciclo produtivo (Breve; Mendes, 2017).

Se o descarte de roupas e demais resíduos têxteis passou a ser a regra, a legislação brasileira, por outro lado, tem buscado combater o desperdício. Um exemplo é a Política de Resíduos Sólidos, de 2010, segundo a qual os resíduos são de responsabilidade das empresas. Em decorrência dessa alteração de regime, redes de fast fashion passaram a estabelecer programas de logística reversa para coletar peças de roupa usadas e dar a devida destinação a elas, seja a doação, o reaproveitamento ou a reciclagem. Contudo, para que essa política seja efetiva, é necessária, também, a mudança da paisagem, com o desenvolvimento de novos padrões culturais compatíveis com tal iniciativa.

Não é suficiente a criação de leis se não ocorrerem as mudanças necessárias visando ao cumprimento de tais leis. A indústria de moda, muitas vezes, contraria as leis¹ brasileiras, exercendo impacto considerável sobre o meio ambiente,

1. No Brasil, as confecções de produtos de moda devem seguir algumas legislações para poderem funcionar. Entre elas está a Lei 9.966, de 28 de abril de 2000, que tem como objetivo principal a proteção das águas sob jurisdição nacional, visando prevenir, controlar e fiscalizar a poluição causada pelo lançamento irresponsável de substâncias nocivas ou perigosas em águas sob jurisdição nacional e dá outras providências. Assim como, as leis que envolvem o contrato do trabalhador. Em 2010, foi promulgada a Lei nº 12.305, que trata da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), a qual estabelece que as indústrias de confecção de vestuário devem buscar alternativas para a gestão adequada e responsável dos resíduos têxteis.

2. Do inglês, que em tradução livre significa lavagem verde ou maquiagem verde. Termo utilizado para quando uma empresa trabalha a falsa aparência de sustentabilidade.

com consequente emissão de carbono e despejo de corantes químicos nas vias fluviais. Também é frequente a violação às leis trabalhistas, com práticas de trabalho análogo à escravidão e de precarização do trabalho.

A despeito dos impactos socioambientais do sistema da moda, a sustentabilidade, nos últimos anos, foi percebida muito mais como uma tendência do que uma necessidade. Assim, a indústria de moda passou a se valer do *greenwashing*², que tem se tornado cada vez mais prevalente entre as marcas que buscam encobrir suas deficiências em termos de sustentabilidade. Isso reflete o reconhecimento por parte das empresas da importância das tendências de mercado, levando-as a adotar estratégias para projetar uma imagem favorável aos consumidores. No entanto, quando essas estratégias que maquam a realidade são reveladas, surgem consequências negativas, pois, atualmente, os consumidores têm à sua disposição diversas plataformas para expressar

suas opiniões e denunciar práticas questionáveis, incluindo redes sociais e chats em sites de avaliação (Mandelli, 2022).

Como argumentado aqui, o fast fashion e o ultra fast fashion promoveram mudanças no sistema de moda contemporâneo que reforçaram suas estruturas e amplificaram seus impactos negativos sobre a sociedade e o meio ambiente. Contudo, essas mudanças podem, em longo prazo, comprometer a lógica própria do sistema da moda. Como observado por Carvalho (2016, p.54), "a moda tem matado o desejo pela moda, acelerando demais, banalizando suas coleções e seus produtos, com campanhas e ações sem relevância a todo momento". Como resultado, temos a aparente diminuição da criatividade e preocupação por parte dos designers, levando a uma homogeneização das tendências, que passam a completar seu ciclo cada vez mais rápido.

A análise do modelo fast fashion revela uma série de regras de mercado conectadas a um modo de vida cada vez mais acelerado, que caracterizam o

regime do sistema da moda, marcado pela produção em massa, com ciclos de lançamento curtos que replicam rapidamente as tendências das passarelas a baixo custo. Também é possível identificar valores sociais e padrões culturais fortemente atrelados à moda, os quais compõem uma paisagem que tem sido influenciada por mudanças no regime, levando ao consumismo, ao desejo constante por novidade, à aceleração dos ciclos de moda e à crescente descartabilidade dos produtos de vestuário. Como resultado, temos diversos impactos socioambientais, os quais têm sido combatidos por iniciativas de nicho como a do movimento *slow fashion*.

SEMENTES PARA A CONSTRUÇÃO DE NOVOS CENÁRIOS NA MODA

Os evidentes impactos socioambientais do atual sistema da moda têm despertado a conscientização de diversos indivíduos e grupos, promovendo uma mudança de valores em relação à moda e

ao design, especialmente no que diz respeito à sua integração com a sustentabilidade (Moura; Almeida, 2013). O desafio atual envolve a exploração de como a sustentabilidade pode orientar nossas ações, integrando tanto o bem-estar humano quanto a preservação do meio ambiente. Conforme apontado por Fletcher e Grose (2011), esse desafio se desdobra em duas abordagens distintas: a primeira consiste em aprimorar as práticas e instituições já estabelecidas, buscando torná-las mais eficientes, uma abordagem focada em mudanças incrementais para aumentar a eficácia do sistema da moda já existente. A segunda abordagem busca algo genuinamente diferente e mais eficiente, implicando mudanças fundamentais em níveis pessoais, sociais e institucionais. Trata-se, portanto, de modificar o próprio sistema da moda a partir de mudanças promovidas em seu regime e paisagem.

Uma iniciativa de nicho que busca promover transformações profundas no sistema da moda é o chamado *slow fashion*. Esse movimento surgiu em resposta ao modelo do *fast fashion*, tendo

como referência o movimento slow food (Clark, 2008). O slow fashion baseia-se em mudanças no comportamento de consumo, propondo a ressignificação da moda e o desenvolvimento de produtos e serviços com propósito, que beneficiem tanto as pessoas quanto o planeta. Desse modo, o movimento enfatiza a sustentabilidade tanto por parte dos consumidores quanto da indústria da moda, promovendo ideais relacionados à sustentabilidade (Dantas, 2020).

Dentre os princípios do movimento slow fashion, destaca-se a produção não apenas em ritmo mais lento, mas baseada na durabilidade e qualidade em vez da quantidade. Essa abordagem promove relacionamentos mutuamente benéficos na cadeia produtiva, garantindo empregos seguros e condições de trabalho regulares. Dessa maneira, o slow fashion incentiva interações significativas entre designers, fabricantes, varejistas e consumidores, destacando-se pela produção em pequena escala, uso de técnicas artesanais, valorização de mercados locais e planejamento de longo prazo (Fletcher; Grose, 2011). Trata-se de mudanças

no regime do sistema da moda, pois alteram as regras de mercado e suas dinâmicas produtivas. Além disso, o slow fashion prioriza a criação de peças atemporais que resistem às tendências passageiras da moda contemporânea, incentivando a redução do consumo, assim como a reutilização, o reúso e a reciclagem (Dantas, 2020; Fletcher; Grose, 2011). Desse modo, o movimento slow fashion visa promover mudanças também na paisagem do sistema da moda, fomentando novos valores sociais e padrões culturais associados à sustentabilidade na moda.

Influenciadora de novos comportamentos e tendências, a moda pode ser uma aliada na conscientização socioambiental. Por meio das redes sociais, as pessoas têm se tornado cada vez mais ativas na denúncia de práticas inadequadas da indústria e comércio de moda. Quando essas informações são divulgadas pela mídia ou nas redes sociais, elas têm o poder de provocar uma indignação coletiva, motivando os consumidores a se unirem virtualmente para debater o problema e promover o boicote aos produtos envolvidos

(Mandelli, 2022). Isso porque os consumidores contemporâneos buscam por produtos carregados de valores e que contribuam para o bem da sociedade (Breve; Mendes, 2017). Assim, emergiu nos últimos tempos o consumo de ativismo, para atender à necessidade das pessoas em consumir sem abrir mão de seus valores e ideologias relacionadas a causas socioambientais. No entanto, cabe a diferenciação entre os consumidores ativistas, que realmente se engajam com as causas que defendem, e os consumidores de ativismo, que aderem a causas para se conectar a tendências, podendo incorrer no paradoxo de promover consumismo travestido de sustentabilidade (Domingues; Miranda, 2018). Por isso, é importante que haja mudanças mais profundas, que alcancem o nível da paisagem do sistema da moda, de forma a termos mais consumidores ativistas do que consumidores de ativismo.

Contudo, o consumo de ativismo na moda pode encontrar barreiras, pois produtos fabricados segundo os preceitos do slow fashion, por exemplo, costumam ser mais caros devido aos custos

envolvidos. Em termos financeiros, a moda sustentável pode não ser tão competitiva em relação ao modelo fast fashion, cujos preços baixos não refletem os custos socioambientais de suas operações. Entretanto, de acordo com Dantas (2020), consumidores conscientes estão dispostos a pagar até 20% a mais por peças desenvolvidas de forma sustentável, valorizando o processo de produção artesanal e local, reconhecendo o significado por trás de cada peça e se sensibilizando com questões sociais e ambientais.

Existem, por outro lado, alternativas mais acessíveis alinhadas ao movimento slow fashion. É o caso, por exemplo, do comércio de produtos de segunda mão, do reuso e customização ou conserto de peças de vestuário. Embora essas práticas tenham se tornado mais populares nos últimos anos, cabe destacar que, ainda hoje, muitas pessoas apresentam resistência à utilização de roupas usadas anteriormente por terceiros. Santos *et al.* (2016) ressaltam essa realidade ao tratar dos serviços de aluguel de vestuário, alertando que a percepção de higiene pode impedir muitas pessoas

de acessarem esse tipo de serviço. É necessário, portanto, agir sob o regime do sistema da moda, alterando crenças compartilhadas sobre a higiene ou mesmo a “energia” de roupas usadas, sejam elas disponibilizadas por meio de serviços de aluguel ou ofertadas para venda em brechós.

Em sintonia com as demandas por soluções mais sustentáveis, algumas marcas de moda têm aderido ao movimento *slow fashion*, assim como têm surgido iniciativas de designers e de projetos colaborativos que buscam promover mudanças positivas na indústria da moda adotando abordagens diversas: uso de fibras renováveis e biodegradáveis, design do ciclo de vida, *zero-waste fashion design*, design de serviços, dentre outras (Fletcher; Grose, 2011; Italiano; Kouvauti; Marcicano, 2022; Santos *et al.*, 2016). Esses esforços incluem o apoio ativo às comunidades locais, o respeito aos direitos dos trabalhadores, a disseminação de informações sobre práticas sustentáveis e a promoção da transparência em toda a cadeia de produção.

O processo criativo no âmbito do *slow fashion* é centrado em cada etapa do ciclo de vida do produto de moda, com o objetivo de integrar as três dimensões fundamentais da sustentabilidade – ambiental, social e econômica. Isso requer compreender cuidadosamente cada processo da cadeia produtiva de moda, desde a seleção dos materiais até a destinação final dos produtos acabados, para poder interferir nos processos, promovendo uma produção mais consciente e responsável (Simões–Borgiani, 2021). Em outras palavras, os designers de moda precisam conhecer bem o regime de produção e distribuição do vestuário para saber as necessidades e possibilidades de alteração rumo a cenários mais sustentáveis. Para isso, ou mesmo por causa do reconhecimento do tempo dispensado a cada processo produtivo, o processo criativo no design de moda precisa ser, também, desacelerado, dedicando mais tempo ao estudo criativo do produto e introduzindo “novos formatos e desafios, o que implica na adaptação e reestruturação de

duas importantes fases da concepção de produto: a criação/desenvolvimento e a produção" (Refosco; Oenning; Neves, 2011, p. 11).

Nas transições para a sustentabilidade, designers de moda podem assumir papéis diversos que ultrapassam o escopo do projeto de vestuário. Fletcher e Grose (2011) destacam quatro papéis: empreendedor, ativista, facilitador e educador-co-municador. Para ter a liberdade de criar produtos e serviços mais sustentáveis, muitos designers precisam apostar no empreendedorismo, mas esse é um papel de atuação no nível do nicho, com possibilidades transformadoras impostas pela paisagem, afinal o empreendedorismo alimenta o sistema econômico vigente, do qual se torna refém. Já o papel de facilitador exige, dos designers, a migração de suas atividades na cadeia de fornecimento para o "centro" da mudança, empregando suas habilidades de maneiras inovadoras para identificar, organizar e catalisar transformações. Um exemplo é o design para a inovação social, que se vale de processos participativos de design. Como ativistas, os designers

podem estimular mudanças de comportamento, atuando no regime, e, em longo prazo, mudanças de valores sociais, atuando sobre a paisagem.

Outra possibilidade para os designers de moda é assumir o papel de ativistas, dentro ou fora das instituições tradicionais do sistema da moda. Promover a sustentabilidade na empresa onde trabalha, assumir projetos ligados às causas socioambientais como freelancer ou aderir a grupos organizados de ativismo e militância em prol da sustentabilidade são algumas das alternativas. Um exemplo de ativismo no sistema da moda é o Fashion Revolution, movimento internacional que surgiu em resposta ao já mencionado acidente ocorrido no Rana Plaza, em 2013. A partir do questionamento "quem fez suas roupas?", ativistas do Fashion Revolution, muitos deles designers de moda, organizam ações para denunciar os impactos socioambientais do sistema da moda e discutir alternativas transformadoras. As ações do Fashion Revolution costumam se concentrar, todos os anos, na semana do dia 24 de abril, data em que ocorreu a tragédia em Bangladesh, mas

se estendem ao longo de todo o ano e costumam exigir a atuação dos designers em outro papel: o de educador–comunicador. Nesse papel, designers compartilham seus conhecimentos sobre o sistema da moda e as alternativas mais sustentáveis existentes, utilizando o próprio design para disseminar conhecimento de maneira inovadora.

Nos quatro papéis citados anteriormente, os designers de moda atuam, em alguma medida, como agentes de mudança, contribuindo para o processo de transições para a sustentabilidade. São papéis que requerem a integração de novos valores à cultura do design, permitindo ampliar a esfera de influência do designer e criar oportunidades para uma atuação significativa, resultando em benefícios pessoais, profissionais, sociais e ecológicos. Mas os designers não são protagonistas no processo de transição, agem em conjunto com diversos atores, incluindo os usuários. Afinal, alternativas como a do movimento slow fashion, por exemplo, dão às pessoas mais controle sobre as instituições e tecnologias que afetam suas vidas (Massaro, 2021).

Como discutimos neste capítulo, o movimento slow fashion representa uma contraposição ao atual sistema da moda, desafiando suas normas e influenciando o cenário atual. Trata-se, ainda, de uma iniciativa de nicho, com alcance limitado, mas com potencial de impulsionar transformações profundas no sistema da moda, pois questiona as implicações socioculturais e ecológicas de produção e consumo excessivo de vestuário, tão característico do atual domínio da moda, além de propor novas – ou antigas – formas de produzir e distribuir roupas, reduzindo o impacto socioambiental dessas atividades. Assim, o slow fashion propõe uma abordagem mais ponderada e equilibrada para o setor. Além de promover uma reflexão sobre o paradigma atual de crescimento econômico, o movimento incorpora perspectivas que visam não apenas à transformação da moda, mas também ao desenvolvimento de novos valores e modos de vida para a sociedade. O movimento slow fashion, portanto, visa promover mudanças significativas no regime e na paisagem não apenas do sistema da moda, como de outros sistemas sociotécnicos que

se entrelaçam. Essa é uma missão difícil e de longo prazo, que enfrenta diversos obstáculos, como o advento do ultra fast fashion. Contudo, é um processo já em curso, no qual designers de moda podem atuar desempenhando diferentes papéis para criar não apenas roupas, mas cenários mais sustentáveis para a moda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todas as áreas ou segmentos do design na contemporaneidade demandam atenção para com a sustentabilidade. Pauta que confronta todos os sistemas produtivos alinhados com a lógica capitalista, especialmente os de demanda para milhares de pessoas, ou seja, destinados a grande massa, onde impera a visão de quanto maior a produção, maior o lucro. O segmento do design de moda é um dos mais alinhados com essa visão, tanto que o fast fashion foi ampliado para ultra fast fashion, para atender a um mercado sedento novidades, em curtos espaços de tempo, produção disseminada em diferentes locais, material de

qualidade questionável, comercialização distribuída e que, neste processo, mais poluem o meio ambiente, desde a produção da matéria-prima até o produto final.

O Design contemporâneo se desenvolve em um sentido oposto ao valorizar a produção em pequena escala, a autoria dos produtos, a produção manufaturada e artesanal, se colocando em sintonia com o reconhecimento da responsabilidade socioambiental. Por sua vez, o design para a sustentabilidade tem buscado ampliar seu poder de transformação, passando a lidar com questões cada vez mais sistêmicas e, conseqüentemente, mais complexas visando à construção de novos cenários mais sustentáveis. Fato que nos leva ao design de transições para a sustentabilidade explorando a criatividade e a ação projetual para o desenvolvimento de cenários futuros, planejando e promovendo mudanças nos sistemas sociotécnicos em curto, médio e longo prazo. Destacando-se que o ultra fast fashion amplificou os impactos ambientais do sistema da moda, como a intensificação da exploração de recursos, a rápida obsolescência e

a perda de biodiversidade. Portanto, o fast fashion e o ultra fast fashion promoveram mudanças no sistema da moda contemporâneo que reforçaram suas estruturas e amplificaram seus impactos negativos sobre a sociedade e o meio ambiente levando à homogeneização estética e levando ao consumismo exacerbado.

O desafio atual para todos os designers e, especialmente os designers de moda, é envolver desde a concepção do projeto a questão da sustentabilidade para orientar ações e integrar tanto o bem-estar humano quanto a preservação do meio ambiente. Fato reforçado pelo sistema da slow fashion, reutilização e comercialização de artigos de segunda mão, a moda autoral, reúso e customização ou conserto de peças de vestuário. Também contribuem os projetos colaborativos e participativos que buscam promover mudanças positivas na indústria da moda adotando abordagens diversas, bem como o consumo ativista que estimula mudanças de comportamento e de comportamento social, exigindo nova postura das marcas produtivas e, também, em grupos

organizados e representativos para alcançar maior sustentabilidade nos produtos de moda e projetar, estabelecer e explorar cenários mais sustentáveis. Ou seja, ao alinhar o design contemporâneo com o de transições e o segmento da moda, temos a possibilidade de exercer a sustentabilidade em seu sentido mais amplo, em sintonia com as necessidades de nosso tempo.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **O que é o Contemporâneo? E outros Ensaio**. Santa Catarina: Editora Argos, 2009.

ANJOS, Nathalia. **O cérebro e a moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2020.

BREVE, Danilo Gondim; MENDES, Francisca Dantas. **Design de roupas zero waste por meio da ferramenta CAD**. In: Congresso Internacional Negócios da Moda, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://shre.ink/a5hF> Acesso em: 5 abr. 2023.

BUCHANAN, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. **Design Issues**, v. 8, n. 2, 1992, p. 5–21.

CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais: Teoria e Prática da Pesquisa de Tendências**. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio, 2004.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. São Paulo: Paralela, 2016.

CARVALHINHA, Marília. Ultra fast fashion... a velocidade está na moda. **Estadão**, 07 jul. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/faap-moda/ultra-fast-fashion-a-velocidade-esta-na-moda/> Acesso em: 2 mar. 2024.

CLARK, H. Slow + fashion – an oxymoron – or a promise for the future...? **Fashion Theory**, v. 12, n. 4, p. 427–446, 2008.

CESCHIN, Fabrizio; GAZIULUSOY, İdil. Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions. **Design Studies**, v. 47, p. 118–163, 2016.

DANTAS, Marina C. O. O direito da moda e o consumo sustentável. In: MOREIRA, Amanda O. C. **Estudos sobre Fashion Law: do panorama Brasileiro ao Internacional**. Curitiba: Brazil Publishing, 2020, p. 195–214.

DOMINGUES, Izabela; MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de ativismo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. Tradução: Janaína Marcoantonio. São Paulo: Editora Senac, 2011.

GAZIULUSOY, İdil.; RYAN, C., Roles of design in sustainability transitions projects: A case study of Visions and Pathways 2040 project from Australia. **Journal of Cleaner Production**, v. 162, p. 1297–1307, 2017.

GEELS, Frank W. The multi-level perspective on sustainability transitions: Responses to seven criticisms. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, v. 1, n.1, 2011, p. 24–40.

IRWIN, Terry. Transition design: A proposal for a new area of design practice, study, and research. **Design and Culture**, v. 7, n. 2, p. 229–246, 2015.

IRWIN, Terry. The Emerging Transition Design Approach. **Centro de Estudios En Diseño y Comunicación**, Cuaderno 87, p. 27–54, 2020.

ITALIANO, I.C.; KAUVAUTI, L.S.; MARCICANO, J.P.P. Desperdício Zero na indústria do vestuário: limitações e alternativas. **Sustentabilidade em Debate**, [S. l.], v. 2, pág. 190-219, 2022. DOI: 10.18472/SustDeb.v13n2.2022.40716. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sust/article/view/40716>. Acesso em: 6 nov. 2023.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império de efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

MANDELLI, Camila Dal Pont. **Método zero waste fashion design**: guia prático de desenvolvimento de coleção de vestuário. 2022. 221p. Dissertação (Mestrado em Design de Vestuário e Moda), Centro de Artes, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://shre.ink/a5Ca> Acesso em: 5 jun. 2023.

MARGOLIN, Victor; MARGOLIN, Sylvia. A “Social Model” of Design: Issues of Practice and Research. **Design Issues**, v. 18, n. 4, p. 24-30, 2002.

MASSARO, T. Relações entre moda, sustentabilidade e vida: a “roupa viva” de Flavia Aranha. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 32, p. 88-113, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1368. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1368>. Acesso em: 4 mar. 2024.

MOURA, Mônica. Design: o design contemporâneo e suas dobras (II). **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 16-18, 2008. DOI: 10.26563/dobras.v2i2.369. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/369>. Acesso em: 2 mar. 2024

MOURA, Mônica. Novos paradigmas no design contemporâneo. In: SIMPÓSIO DE DESIGN SUSTENTÁVEL, 8. Curitiba. **Biblioteca Digital de Eventos Científicos da UFPR**, p. 869-878, 2021. Disponível em: <https://eventos.ufpr.br/sds/sds/paper/view/4571>. Acesso em: 11 jan. 2022.

MOURA, Mônica; ALMEIDA, M. D. A relação entre a sustentabilidade e o design de moda contemporâneo: uma análise sobre o segmento jeanswear. **Comunicação e Sociedade**, [S. l.], v. 24, p. 232-250, 2013. DOI: 10.17231/comsoc.24(2013).1786. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/916>. Acesso em: 2 mar. 2024.

PALOMINO, Erika. **A moda**. 2ª Ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

REFOSCO, Ereany; OENNING, Josiany; NEVES, Manuela. Da Alta Costura ao Prêt-à-porter, da Fast Fashion a Slow Fashion: um grande desafio para a Moda. **Moda Palavra**. 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051719003>. Acesso em: 3 out. 2021.

SIMÕES-BORGIANI, Danielle S.; ANDRADE, Tassiane F. Inovação e sustentabilidade em coleção experimental do vestuário com uso da técnica zero waste. In: **Brazilian Journal of Development**. Curitiba, v.7, n.3, p. 23743-23763, mar. 2021.



**MARIA FERNANDA
SORNAS VIGGIANI**

Doutoranda e Mestra em Design pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Especialista em Direito da Moda pelo Unicesumar EAD, em Moda: Produto e Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina e em Gestão Empresarial pelo Centro Universitário de Maringá. Graduada em Moda pelo Centro Universitário de Maringá. Atualmente, é docente na Faculdade do Interior Paulista (FAIP).

EMAIL: fernanda.sornas@unesp.br



**IANA ULIANA
PEREZ**

Doutora em Design pela UNESP, Mestra em Design pela UFPR e graduada em Design de Moda pela UEL, atua como pesquisadora na área de design para a sustentabilidade desde 2011, com enfoque em temas diversos: zero waste fashion design, open design, fabricação digital de vestuário, design de transições para a sustentabilidade e design inclusivo. Atualmente, é docente do Centro Universitário Sagrado Coração – Unisagrado (Bauru–SP).

EMAIL: iana.uliana.perez@gmail.com



**MÔNICA CRISTINA
DE MOURA**

É doutora em Comunicação e Semiótica com estudos pós–doutorais sobre Design Contemporâneo (PUC/Rio) e estágio pós–doutoral (Universidade do Minho, Portugal). Desde 2010 atua no Departamento de Design e no Programa de Pós–Graduação em Design (FAAC/UNESP, Bauru) como docente, orientadora e supervisora de pós–doutoramento. Coordena o Laboratório de Pesquisa, Extensão e Ensino em Design Contemporâneo (LabDesign) e o Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura (CNPq/ UNESP). Desenvolve pesquisas nos temas relacionados ao Design e à Contemporaneidade.

EMAIL: monica.moura@unesp.br



DESIGN ESTRATÉGICO EM MPES MOVELEIRAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

JULIANA CARDOSO BRAGA • FERNANDO MOREIRA DA SILVA • LUIS CARLOS PASCHOARELLI

DOI 10.52050/9788579176753.5



O presente texto analisa e discute as possibilidades de aplicação do “Design Estratégico” em Micro e Pequenas e Empresas (MPEs) moveleiras, com vistas ao desenvolvimento de produtos sustentáveis. Inicialmente, são apresentados os princípios sobre “estratégia” e os conceitos de Design Estratégico. Na sequência, abordam-se os desafios e as oportunidades em se aplicar os princípios do Design Estratégico em MPEs moveleiras, como garantia de desenvolvimento sustentável no *modus operandi* dessas organizações. Por fim, é apresentada uma síntese do “Projeto CACO”, enquanto proposta de instrumento de Design Estratégico Sustentável para as MPEs.

(...)

Este capítulo é um recorte do primeiro Doutorado em Design, em regime de cotutela entre a Universidade de Lisboa e a Universidade Estadual Paulista (Convênio 02/2017 - Processo 818/45/01/2016 - DOE Poder Executivo I, 127 (4): 48, 06.01.2017), com financiamento do CNPq (Processo 232345/2014-7) e apoio do Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design – CIAUD e Fundação para Ciência e Tecnologia de Portugal.

PRINCÍPIOS SOBRE ESTRATÉGIA

Devido ao seu emprego por diferentes campos de conhecimento (gestão, marketing, engenharia e, também, design), o conceito “Estratégia” ainda não apresenta consenso, exigindo uma reflexão sobre as diferentes perspectivas teóricas e contextos organizacionais, os quais contribuíram para sua consolidação no campo das organizações. De acordo com Mintzberg et al. (2007 e 2008) o conceito de estratégia pode se caracterizar como: pretexto, padrão, posição, perspectiva, ou plano, sendo este último o mais tradicionalmente

utilizado. Estratégia caracterizada como plano é compreendida como um conjunto de diretrizes elaboradas conscientemente para lidar com situações específicas, sendo que, nas organizações, um plano caracteriza-se por uma estratégia pretendida. Para Glueck (1980), estratégia é um plano unificado, amplo e integrado que, por meio de um modelo normativo, é capaz de determinar as ações, recursos e materiais necessários para assegurar que os objetivos da organização sejam atingidos. Já para Best (2010), a estratégia é um plano que descreve como a organização pretende cumprir sua missão e visão. Bruce e Langdon (2000), também definem estratégia como um plano, ou declaração de intenção, a qual:

“... defining where you want to be in the long-term. (...) Without a strategy, decisions made today could have a negative impact on future results. (...) Strategy concerns itself with what is ahead, looking at where you are going, and how to get there¹. (BRUCE e LANGDON, 2000, pp. 6 e 7).

1. T.L.- “A estratégia é uma declaração de intenções, definindo onde se deseja chegar em longo prazo. [...]. Sem uma estratégia, as decisões tomadas hoje podem ter um impacto negativo nos resultados futuros. [...] A estratégia relaciona-se com o futuro, olhando para onde pretende chegar, e como chegar.”

Entretanto, Mintzberg et al. (2007 e 2008) consideram que as estratégias pretendidas nem sempre são realizadas, ou seja, na prática as estratégias são compostas pela combinação de estratégias deliberadas (diretrizes plenamente alcançadas); estratégias não realizadas; e estratégias emergentes: aquelas que não estavam previstas, mas foram alcançadas.

Na maioria das vezes, a implementação de um estratégia ocorre tanto de maneira deliberada, quanto emergente, prevendo e adaptando-se a eventos inesperados (MINTZBERG et al., 2007). Neste sentido, Nicolau (2001) indica que todas as organizações apresentam, implicitamente, uma ou mais estratégias, as quais podem ser estabelecidas tanto ao nível da própria organização, quanto ao nível de suas atividades específicas. Portanto, a implementação do design, enquanto estratégia de uma organização, pode ocorrer tanto como política da própria organização, quanto como suporte para um determinado tipo de desenvolvimento tecnológico ou ocupação de mercado.

No âmbito do design, observa-se que a formulação progressiva da estratégia em uma organização é mais útil para sua incorporação a longo prazo, pois as estratégias emergentes permitem a inserção de ideias de design em um processo coletivo de consenso entre os *stakeholders*. Infelizmente, nota-se ainda hoje (e, especialmente no Brasil) que os designers costumam ser contratados em um processo de estratégia deliberada, formalizado muitas vezes por um briefing rígido fornecido por um diretor ou cliente. Visando contornar esta situação, Mozota (2003) e Mozota, Klüpsch e Costa (2010) indicam o design estratégico como fator de competitividade e de diferenciação para as organizações (empresas), uma vez que contribui para criar uma cultura organizacional de busca de oportunidades de inovação e de identidade, em uma combinação única de valor.

No contexto de mercado, uma empresa só apresenta desempenho superior se for capaz de estabelecer um diferencial em relação aos seus concorrentes (PORTER, 1996 e 2008), ou seja, ela se torna competitiva ao entregar maior valor

agregado aos clientes e criar valor comparável a um custo menor que os concorrentes (PORTER, 1996; MANZINI e VEZZOLI, 2008). E, neste sentido, de acordo com Porter (1996), as estratégias devem criar ajustes entre diversas atividades de uma empresa, de modo que sejam integradas e bem implementadas, o que parece ser o propósito do Design Estratégico.

DESIGN ESTRATÉGICO - CONCEITOS

De acordo com Papanek (1995); Centro Português de Design (1997); Leff (2005) e Manzini (2014), uma das maneiras de se elaborar uma estratégia de impacto ambiental, social, produtivo e econômico de uma organização dá-se pela interação de especialidades e conhecimentos que à orbitam. Dentro deste princípio, surge o Design Estratégico como um campo interdisciplinar que pode interagir sobre diversas atividades empresariais, com o objetivo de gerar valor

ao processo, permitindo a entrada e conquista de novos mercados. Além disso, o Design Estratégico, pode ser um fator contributivo para desencadear importante papel nos processos de transição organizacional, rumo às urgentes questões de sustentabilidade (MOZOTA, 2003).

Diversas corporações do mundo reconhecem a sustentabilidade como uma estratégia de desenvolvimento, crescimento, sobrevivência e sua capacidade de estimular novas oportunidades de negócios, melhorar a competitividade, aumentar a confiança de clientes, e motivar empregados, comunidades locais, parceiros, etc. (BHAMRA e LOFTHOUSE, 2007; FIKSEL, 2009). O design como solução criativa de problemas e como promotor da inovação tem interessado cada vez mais aos líderes empresariais por sua capacidade de diferenciação e vantagem competitiva (MOZOTA, 2003; CRUL e DIEHL, 2006; BROWN e KATZ, 2011).

Conforme Best (2010), o design atua, de modo integrado a outras disciplinas e conhecimentos, proporciona uma abordagem integradora

e holística sobre o impacto cultural, ambiental, político e social das organizações. O design também desempenha um importante papel no processo de transição para a sustentabilidade, pois a maior parte do impacto de um produto é determinado durante a concepção do projeto (JESWIET e HAUSCHILD, 2005). Neste sentido, o Design Estratégico apresenta a capacidade de gerar projetos que, técnica e economicamente, sejam viáveis, reorientando os sistemas de produção e consumo, para a formação de uma mentalidade mais sustentável (MANZINI e VEZZOLI, 2008).

Mozota (2010), com base em estudos sobre MPES europeias orientadas pelo Design, apresenta um modelo de valor do design como diferenciador, integrador e transformador, chamado de quatro poderes do design:

- Diferenciador: design como uma fonte de vantagem competitiva, por meio da criação de valor para a marca, maior monetização, fidelização ou orientação para os clientes;
- Integrador: design como recurso para melhorar o desenvolvimento de produtos e processos e desenvolver modelos de inovação orientados pelos usuários;
- Transformador: design como solução para criar oportunidades de negócios; melhorar a capacidade de mudanças; ou como expertise para interpretar satisfatoriamente o mercado;
- Como bom negócio: design como uma fonte de incremento de vendas; melhores margens de lucro; maior valor para a marca; maior participação de mercado; melhor retorno sobre o investimento; e como um recurso para a sociedade (design inclusivo, design ergonômico; design sustentável; design emocional, dentre outros).

Diante este quadro, acredita-se que o Design Estratégico seja um importante instrumento para promover sistemas sustentáveis, em MPES em regiões do globo que ainda se encontram em desenvolvimento, como p.e. no Brasil, com destaque

para as MPes moveleiras, as quais apresentam graves problemas de sustentabilidade, apesar do expressivo contributo para as economias locais.

INSERÇÃO DO DESIGN ESTRATÉGICO NAS MPES MOVELEIRAS: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

De acordo com a Movergs (2023) o Brasil é um dos maiores produtores mundiais de móveis e o setor é responsável pela geração de 255 mil empregos diretos em mais de 18 mil empresas de diversos portes. Em 2021 o setor teve um valor de produção estimado em, aproximadamente, R\$ 78,1 bilhões. Isto contribuiu expressivamente para uma melhoria da conjuntura econômica e social do país. Por outro lado, esta realidade parece não ter alcançado as MPes. De fato, essas empresas (a maioria de origem familiar) apresentam baixo grau de especialização e produção de baixo nível

tecnológico (SENAI, 2006), enfrentando muitas dificuldades para se manter no mercado, sendo impactadas especialmente pelas constantes e imprevisíveis crises econômicas enfrentadas pelo Brasil nas últimas décadas.

Uma alternativa seria a implementação do Design Estratégico nestes setores empresariais ainda emergentes. Entretanto, Zurlo e Nunes (2016) identificaram alguns dos principais entraves apresentados pelo setor durante o desenvolvimento de um projeto-piloto colaborativo envolvendo as MPes moveleiras da região de Uberlândia (MG-Brasil):

- Falta de interesse dos *stakeholders* em dedicar um esforço coordenado para resolver problemas comuns;
- Falta de conhecimento sobre sustentabilidade ou pela falta de reconhecimento da importância do design para seus negócios;

- Dificuldade de comunicação entre proponentes e partes envolvidas, incluindo conflitos gerados por posições diferentes entre os participantes;
- Dificuldade dos participantes em assumir o compromisso individual em relação às atividades coletivas;
- Dificuldade em assumir continuamente as práticas propostas, de modificar políticas internas e assumir a corresponsabilidade com outros;
- Pouca confiança, transparência e crença para realizar e alcançar metas em grupo;
- Resistência cultural para organizar e modificar processos produtivos;
- Falta de compreensão sobre o valor ou a necessidade de investir tempo e recursos financeiros no processo de design.

De fato, pequenos e médios empresários necessitam de estímulos e alternativas criativas para se manter em um mercado complexo e instável.

E, neste sentido, Best (2010) preconiza que tanto as oportunidades, quanto as restrições e limitações, devem ser elementos de inspiração para que o Design Estratégico responda aos desafios, pois o que a princípio pode parecer uma desvantagem ou limitação, também pode contribuir para a geração de soluções práticas e criativas; e, além disso, existe uma dicotomia entre as perspectivas de aplicação do Design Estratégico no setor empresarial e sua implementação. Tal como já indicava o Centro Português de Design (1997), continua a existir uma falta de convicção generalizada sobre a aplicação do design como ferramenta de gestão empresarial e como fator de inovação. O fato é que a importância do design para as organizações ainda é pouco reconhecida por parte dos próprios gestores das empresas (MOZOTA, 2010). Portanto, um dos problemas que dificultam a inserção do design nas empresas “reside no desconhecimento, por parte dos empresários, a respeito do significado do design e o que se pode mudar na empresa, além de alguns preconceitos, como, por exemplo,

o de que o design é caro.” (SANTOS e MENEZES, 2009, p. 97). Além disso, deve-se considerar que cada empresa possui necessidades próprias e, por isso, o processo de implantação do design é particular para cada organização (FREITAS e MERINO, 2011) e, portanto torna-se mais difícil.

Para Best (2010) o problema é que o design e as empresas têm suas próprias culturas formadas por crenças, valores e pressupostos, evidenciados pelo modo como avaliam o sucesso daquilo que consideram importante. Tal distinção, por vezes, pode provocar um choque de culturas. Mozota (2010) atribui as dificuldades enfrentadas pelos designers na implementação dos projetos junto às empresas, em decorrência da falta de conhecimento de conceitos de gestão; e a dificuldade enfrentada para inserção de um modelo de valor nas suas práticas diárias. Portanto, exercer maior influência na criação e inovação, compreender adequadamente os desafios e as oportunidades inerentes às diferentes culturas organizacionais constituem uma notável vantagem. Essas abordagens não se limitam somente às organizações,

a inovação também pode ocorrer por mudanças nos modelos de inovação social, atendendo a necessidades humanas reais; e não apenas do mercado (BEST, 2010; BROWN e WYATT, 2009; MANZINI, 2014).

DESIGN ESTRATÉGICO SUSTENTÁVEL: UMA ALTERNATIVA PARA MPES MOVELEIRAS

Entre as oportunidades de inserção de Design Estratégico em MPEs moveleiras, destacam-se aquelas relacionadas aos aspectos de sustentabilidade. Se de um lado o setor moveleiro apresenta expressivo impacto econômico e social; por outro, ele também é considerado um grande consumidor de matérias-primas e gerador de resíduos. O setor realiza o uso integrado de materiais o que, por causa sua natureza distinta e a “falta de um plano de gestão adequado, acaba dificultando programas de reuso, de reciclagem e outros modos de destinação final adequada.” (KOZAK et al.,

2008, p. 205). De acordo com Nahuz, Figueroa e Lello (2002), os materiais mais utilizados são os derivados da madeira (laminados, compensados, aglomerados e, principalmente, os painéis de MDF); os metais de puxadores, dobradiças e corredeiras; produtos químicos (tintas e vernizes, colas e resinas); os plásticos (fitas de borda, laminados, puxadores e outros); e os tecidos e couros naturais e sintéticos. Para além da diversidade de materiais, a produção de mobiliário personalizado requer uma série de processos produtivos como a usinagem (corte, furação, fresagem,); lixamento; montagem (fixação e colagem); transporte; e limpeza. Todos esses processos geram um grande volume de resíduos de diversos tipos (serragem, pó, retalhos de painéis, fitas de borda, restos de embalagens, parafusos, colas e estopas).

Na Figura 01 é apresentado o fluxograma do processo produtivo de cinco MPes moveleiras da região do Triângulo Mineiro, Minas Gerais, as operações reconhecidas como potenciais geradoras de desperdício, e os momentos de descarte de resíduos.

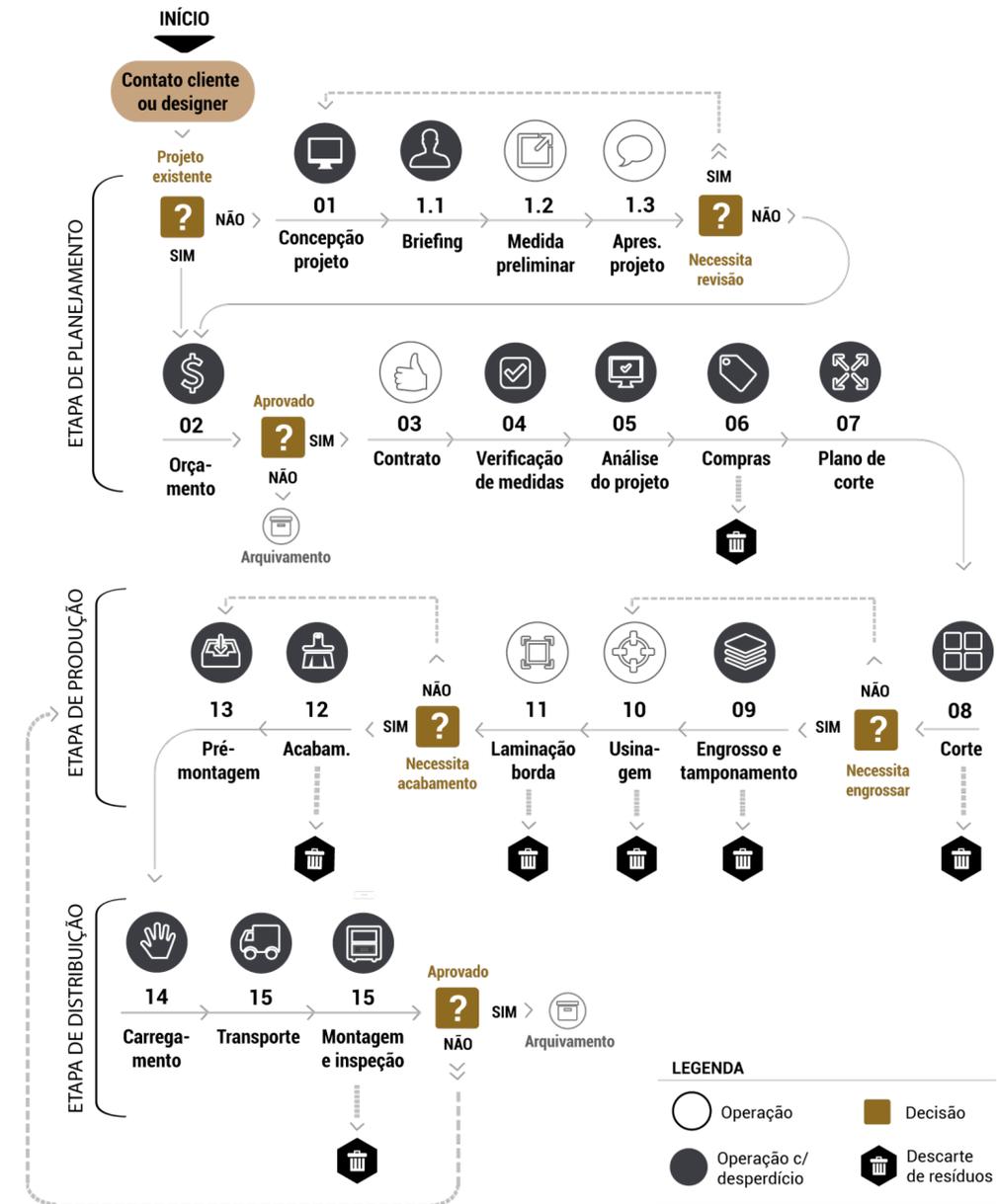


FIGURA 1

Fluxograma do processo produtivo de MPes investigadas na região do Triângulo Mineiro, Minas Gerais. Fonte: Braga (2019, p. 140).

O volume anual de resíduos provenientes do setor moveleiro de Uberlândia estimado em 2012 por Nunes (2013), correspondeu a 22 mil m³,

dos quais, parte significativa (Figura 02) é composta por resíduos de madeira reconstituída, incluindo pó, serragem e retalhos de MDF (Braga, 2019). A presença de aditivos ureia-formaldeído ou fenol-formaldeído utilizados na composição de painéis de madeira reconstituída, requer atenção especial porque essa resina faz parte da lista de produtos cancerígenos da Agência Internacional de Pesquisa sobre o Câncer (IARC).

FIGURA 2

Resíduos gerados em cinco dias úteis em uma marcenaria localizada na cidade de Uberlândia (MG). Fonte: Braga (2019, p. 52).



Por tudo isso, as marcenarias do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba possuem um expressivo passivo ambiental, principalmente por causa do descarte irregular de resíduos em terrenos da periferia das cidades da região (Figura 03). Essa prática decorre de fatores como: a política municipal, pouco sensível às questões ambientais; a falta de gerenciamento municipal voltado para a destinação adequada desse tipo de resíduos; a resignação das populações carentes, que habitam nas proximidades desses vazadouros; o reduzido ou nulo interesse em assumir a quota-parte de responsabilidade ambiental por parte dos empresários das MPEs da região e a fraca consciência (social e ambiental) dos designers sobre os impactos ambientais dos seus projetos (NUNES, 2013). Segundo o diagnóstico do SENAI (2006), 90,8% das MPEs moveleiras da região descartam os resíduos industriais, 3,7% os comercializam e 5,5% costumam realizar a reciclagem. Todo este quadro ajuda a justificar o desenvolvimento de estratégias de sustentabilidade, empregando para isto os princípios do Design Estratégico.

FIGURA 3

À direita, locais da periferia da cidade de Uberlândia (MG) utilizados para disposição irregular de resíduos. À Direita, acesso da população (crianças e adolescentes) à resíduos que podem conter agentes contaminantes. Fonte: Braga (2019).



PROJETO CACO - MODELO INOVADOR DE DESIGN ESTRATÉGICO SUSTENTÁVEL

Compreende-se que as estratégias de sustentabilidade podem ser um elemento chave para a inovação, pois demandam não só a compreensão prévia dos processos envolvendo todo o ciclo de vida do produto, como também melhorias contínuas por meio da integração de critérios ambientais e sociais em diversas etapas do processo.

Conforme Manzini e Vezzoli (2008, p. 22), as estratégias de design sustentáveis devem objetivar a criação de “Novos Cenários que Correspondam a Estilos de Vida Sustentáveis.” Ainda, segundo estes autores, essa mudança de cenário só pode emergir da busca da inovação por meio da interpretação, redesign ambiental, novos produtos-serviços e estímulo de novas ideias produtivas que sejam intrinsecamente mais sustentáveis para o ambiente, socialmente justas e culturalmente atraentes.

Nesse sentido, compreende-se também que as estratégias de design sustentáveis apresentam potencial significativo para a geração de inovação social. Portanto, a inovação está diretamente ligada à sustentabilidade, pois ambos geralmente vislumbram a modificação, geralmente, no sentido de melhoria (BRAGA et al., 2017). No que diz respeito à sustentabilidade, as pressões ambientais globais e a necessidade urgente de minimizar os impactos ambientais pensando nas gerações futuras, induzem a modificações e melhorias nos processos de produção, produtos e sistemas

(CRUL e DIEHL, 2005) com potencial para ressignificar modos de vida, enquanto a inovação (incremental ou radical) permite introduzir novidade em produtos, processos e serviços, ou permite o seu aperfeiçoamento, promovendo a diferenciação e, conseqüentemente, a criação de valor. Conforme Neumeier (2009), é impossível uma empresa se destacar sem inovar.

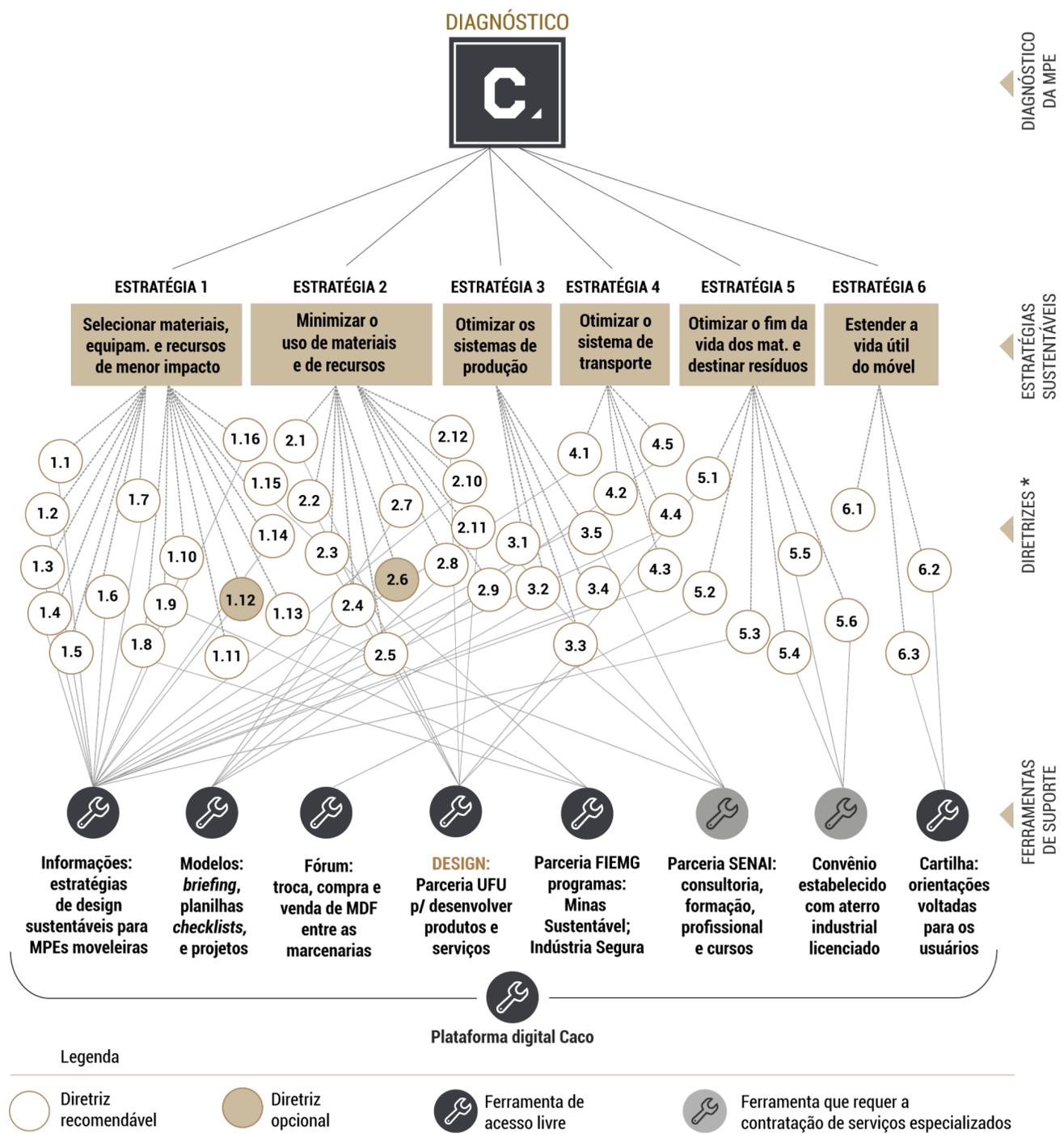
O “Projeto Caco” (BRAGA, 2019) é um modelo de design estratégico sustentável que propõe a melhoria contínua de produtos, serviços e processos produtivos das MPes moveleiras. A inserção do modelo é um importante recurso para reduzir os impactos ambientais, sociais e econômicos das indústrias de mobiliário, e para diminuir a quantidade de rejeitos encaminhados para a disposição final.

A estrutura esquemática do “Projeto Caco” (Figura 04) é constituída: (i) pelo diagnóstico da empresa; (ii) um conjunto de seis estratégias; (iii) 48 diretrizes de design sustentáveis; (iv) e nove ferramentas de suporte que objetivam auxiliar no

processo de inserção das estratégias nas MPes. O instrumento visa minimizar os desperdícios, promover a gestão e a destinação correta de resíduos e minimizar os impactos ambientais, econômicos e sociais das marcenarias. As MPes interessadas em implementar o modelo possuem duas alternativas. De modo independente, as marcenarias poderão consultar as informações sobre requisitos e estratégias sustentáveis aplicáveis ao setor de mobiliário e ter acesso às ferramentas de apoio, para a implementação de melhorias, disponibilizadas futuramente na Plataforma Digital Caco. Outra possibilidade é a contratação dos serviços de diagnóstico e consultoria do SENAI para auxiliar na implementação do modelo e adaptar a estrutura física, organizacional e os processos produtivos para atender as estratégias de design sustentáveis. O SEBRAE poderá subsidiar até 70% do valor de investimento para o diagnóstico e consultoria por meio do Programa SEBRAETEC (SEBRAE, 2023).

FIGURA 4

Projeto Caco - Modelo de design estratégico sustentável para MPEs moveleiras. Fonte: Braga (2019, p. 186).



A principal característica do “Projeto CACO” está em suas “Estratégias”, as quais foram compiladas de diferentes fontes (BEHRENDT Et AL., 1997; BHAMRA e LOFTHOUSE, 2008; FIKSEL, 2009; MANZINI e VEZZOLI, 2008; WIMMER e ZÜST, 2010). Além disso, as Estratégias (de um, a seis) e as respectivas Diretrizes (48 ao total), são essenciais para auxiliar nas ações para minimizar o impacto ambiental das MPEs.

ESTRATÉGIAS E DIRETRIZES:

- 1. Selecionar materiais, equipamentos e recursos de menor impacto ambiental**
 - 1.1** Utilizar madeiras e derivados (MDF, MDP, OSB, compensados) oriundos de plantações certificadas pelo FSC;
 - 1.2** Minimizar os impactos causados pelo transporte, priorizando a aquisição de matérias-primas regionais;
 - 1.3** Utilizar tintas, solventes e adesivos a base de água ou com baixa ou zero emissão de Compostos Orgânicos Voláteis (COVs);
 - 1.4** Usar de preferência fitas de borda fabricadas com materiais recicláveis como PP ou ABS;
 - 1.5** Banir o uso de fitas de PVC contendo chumbo em sua composição;
 - 1.6** Minimizar as emissões de material particulado (poeira);
 - 1.7** Minimizar as emissões (COVs) durante o processo de acabamento usando equipamentos de pintura eficientes;
 - 1.8** Disponibilizar EPIs e monitorar o uso por parte dos funcionários durante o processo produtivo;
 - 1.9** Adaptar as máquinas e layout às normas de segurança do trabalho NR12;
 - 1.10** Minimizar o consumo de energia por meio de iluminação natural;

- 1.11** Minimizar o consumo de energia por meio da substituição de lâmpadas fluorescentes, incandescentes, halógenas, vapor de mercúrio, metálico e sódio por lâmpadas da tecnologia LED;
- 1.12** Minimizar o consumo de energia na produção por meio da utilização de energia solar fotovoltaica;
- 1.13** Minimizar o consumo de energia por meio de planos de manutenção preventiva de máquinas estacionárias;
- 1.14** Substituir máquinas, equipamentos e dispositivos obsoletos por produtos homologados e que gerem redução no consumo de energia;
- 1.15** Cumprir todas as condicionantes ambientais;
- 1.16** Manter organizados e atualizados os documentos e pagamentos sobre serviços e processos ambientais.

2. Minimizar o uso de materiais e de recursos

- 2.1** Minimizar o consumo e o desperdício de matéria-prima reduzindo a diversidade de MDF (cores e texturas) ofertadas aos clientes;
- 2.2** Minimizar a quantidade de material utilizado por meio do seu aproveitamento máximo (determinar de um padrão construtivo mínimo que considere o tamanho da placa de MDF e seu aproveitamento máximo sem comprometer a personalização e a produção sob medida);
- 2.3** Disponibilizar ou indicar profissionais (designers ou arquitetos) para o desenvolvimento de projetos sustentáveis;
- 2.4** Minimizar falhas na etapa de planejamento, por meio da formalização do briefing;
- 2.5** Minimizar os erros de produção designando funcionário devidamente treinado para realizar o levantamento de medidas;

2.6 Utilizar trena eletrônica para verificar medidas;

2.7 Minimizar os erros de produção melhorando a estrutura organizacional da empresa (definir por meio de um organograma a estrutura hierárquica da empresa descrevendo as atividades e funções exercidas por cada funcionário e suas ligações);

2.8 Minimizar os erros de produção facilitando a interpretação das informações, por parte dos marceneiros, incluindo uma etapa de revisão do projeto após a verificação de medidas;

2.9 Minimizar o desperdício de matéria-prima evitando o superdimensionamento no cálculo de materiais;

2.10 Minimizar o desperdício de matéria-prima otimizando o corte de placas;

2.11 Minimizar o desperdício de matéria-prima, de tempo e de energia por meio da gestão eficiente de sobras;

2.12 Minimizar os refugos de produção reutilizando as sobras de MDF dentro do próprio processo produtivo.

3. Otimizar os sistemas de produção

3.1 Minimizar o desperdício de material, energia e tempo designando funcionário devidamente treinado para realizar o corte de placas;

3.2 Otimizar o processo de elaboração de orçamento, reduzindo o tempo de realização dessa atividade com o apoio de softwares ou planilhas;

3.3 Otimizar a área de produção melhorando o fluxo de pessoas e de materiais, reduzindo o tempo de trabalho e melhorando a circulação;

3.4 Evitar danos ao móvel pré-montado armazenando-o adequadamente;

3.5 Manter os espaços limpos e organizados garantindo o bem-estar e a qualidade de vida dos funcionários e a melhoria contínua dos processos produtivos.

4. Otimizar os sistemas de transporte

4.1 Minimizar o consumo de combustível minimizando os erros de produção (evitar transporte desnecessário);

4.2 Minimizar o consumo de combustível com melhorias na logística de transporte;

4.3 Realizar o transporte em horários com menor tráfego de veículos;

4.4 Manter os veículos com a manutenção em dia;

4.5 Minimizar o consumo de combustível e de tempo evitando falhas em razão da falta de ferramentas no momento da instalação do móvel.

5. Otimizar o ciclo de vida dos materiais e destinar adequadamente os resíduos

5.1 Reaproveitar os materiais (MDF e madeira) dentro do próprio processo produtivo;

5.2 Realizar o reuso de sobras de MDF entre marcenarias (participar do fórum para troca de materiais);

5.3 Separar e encaminhar resíduos de embalagens, alumínio, aço e de fitas em PP e ABS para a reciclagem;

5.4 Separar e encaminhar os resíduos remanescentes de madeira e derivados (MDF, MDP, OSB e compensado) para aterro industrial regulamentado;

5.5 Separar os resíduos de estopas, lixas, latas de tinta, latas de adesivo, borra de tinta, fita em PVC e dispor em aterro industrial regulamentado;

5.6 Manter arquivado e organizado os documentos e certificados referentes ao transporte e a destinação dos resíduos.

5.7 Tabela 05: Diretrizes da Estratégia 5: Otimização do ciclo de vida dos materiais e destinação adequada dos resíduos. Fonte: Braga (2019).

6. Estender a vida útil do móvel

6.1 Contribuir para o aumento da vida útil do mobiliário realizando serviços de manutenção e reparo;

6.2 Otimizar a vida útil do móvel facilitando a manutenção e reduzindo colas, grampos e parafusos desnecessários e que venham a prejudicar o reparo após o uso;

Otimizar a vida útil do móvel fornecendo informações aos usuários sobre a limpeza adequada, serviços de reparo, recolha, doação e sobre o modo correto de realizar a destinação final do móvel.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão da importância das estratégias nas organizações é um dos principais suportes para se alcançar inovação. Quando associada ao Design, esta inovação se potencializa e se torna o diferencial em todo sistema organizacional. É neste escopo que se estabelece o denominado Design Estratégico.

Quando a demanda é pelo desenvolvimento sustentável, sua formulação e implementação são essenciais para a inovação nas diferentes estruturas organizacionais, visto que induz a introdução de novidades, modificações e melhorias nos processos de produção, nos produtos, nos sistemas e nos serviços, visando maior sustentabilidade ecológica, econômica, com valorização da cultura local, dos princípios éticos e da responsabilidade social.

O design estratégico sustentável desempenha um importante papel no processo de transição para a sustentabilidade, pois a maior parte do impacto de um produto, sistema ou serviço é determinado e mitigado durante a concepção do projeto. A superação de desafios existentes para a implementação do design estratégico sustentável, em MPes do setor moveleiro, deve ocorrer principalmente com a participação ativa dos *stakeholders* na formulação de estratégias, com o envolvimento de especialistas e por meio da compreensão dos papéis e das motivações dos empresários, pois isso ajuda a interpretar e adaptar as estratégias adequadamente aos processos decisórios.

Os procedimentos metodológicos preconizados pelo Projeto Caco, caracterizado como modelo de design estratégico sustentável, podem e devem ser aplicados, de modo adaptado ou não, visando melhorar as perspectivas das MPes moveleiras, mas também de outros segmentos e sectores que demandem a aplicação deste recurso.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq - Processo 232345/2014-7), Brasil; do Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design (CIAUD) da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, Portugal; e da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), Portugal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEHRENDT, S.; JASCH, C.; PENEDA, M.C.; WEENEN, H. V. **Life cycle design: a manual for small and medium-sized companies**. New York: Springer, 1997. 191p.

BEST, K. **The fundamentals of design management**. Lausanne: AVA Publishing. 2010. 208p.

BHAMRA, T.; LOFTHOUSE, V. **Design for sustainability: a practical approach**. England: Gower, 2008.

BRAGA, J. C. **Projeto CACO: inserção de Design Estratégico Sustentável nas MPEs moveleiras** [Tese de Doutorado em Design]. Lisboa e Bauru: Universidade de Lisboa e Universidade Estadual Paulista. 2019. 373p.

BRAGA, J. C.; SILVA, F. M. da; PASCHOARELLI, L. C.; FERRÃO, L. CACO: Promoting the progress of joinery in Brazil. In: KONG, M. M.; MONTEIRO, M. R.; e NETO, M. J. P. **Progress(es), Theories and Practices**. London: CRC Press, 2017. pp. 207-2011

BROWN, T.; KATZ, B. Change by design. **Journal of Product Innovation Management**, v. 28, n. 3, p. 381–383, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00806.x>

BROWN, T.; WYATT, J. Design thinking for social innovation. **Stanford Social Innovation Review**, v. 8, n. 1, p. 31–35, 2009. DOI: <https://doi.org/10.48558/58Z7-3J85>

BRUCE, A.; LANGDON, K. **Essential managers: strategic thinking**. United States: Dorling Kindersley. 2000. 72p.

CENTRO PORTUGUÊS DE DESIGN - CPB. **Manual de gestão de design**. Porto: Porto Editora, 1997.

CRUL, M. R. M.; DIEHL, J. C. **Design for sustainability: a practical approach for developing economies**. Paris: UNEP. 2006.

FIKSEL, J. R. **Design for environment: a guide to sustainable product development**. New York: McGraw-Hill, 2009. Acesso em: <https://www.accessengineeringlibrary.com/content/book/9780071605564>

FREITAS, R. F.; MERINO, E. A. D. **A gestão de design como estratégia organizacional**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2011. 264p.

GLUECK, W. F. **Business policy and strategic management**. New York: McGraw-Hill, 1980. 891p.

JESWIET, J.; HAUSCHILD, M. EcoDesign and future environmental impacts. **Materials & Design**, v. 26, n. 7, p. 629–634, 2005. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.matdes.2004.08.016>

KOZAK, P. A.; CORTEZ, A. M.; SCHIRMER, W. N. S.; CALDEIRA, M. V. W.; BALBINOT, R. Identificação, quantificação e classificação dos resíduos sólidos de uma fábrica de móveis. **Revista Acadêmica: Ciência Animal**, v. 6, n. 2, p. 203–212, 2008. DOI: <https://doi.org/10.7213/cienciaanimal.v6i2.10478>

LEFF, E. **Racionalidade Ambiental**: a reapropriação social da natureza. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2005. 535p.

MANZINI, E. Making things happen: social innovation and design. **Design Issues** (Special Issue: Design and Innovation: How Many Ways?), v. 30, n. 1, p. 57–66, 2014. DOI: https://doi.org/10.1162/DESI_a_00248

MANZINI, E.; VEZZOLLI, C. **Desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: EDUSP. 2008. 366p.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL. **Strategy safari: the complete guide through the wilds of strategic management** (2o ed). Harlow, UK: Pearson Education Canada. 2008. 464p.

MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; QUINN, J. B.; GHOSHAL. **The strategy process: concepts, context, cases**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2007. 489p.

MOVERGS – Associação das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul. **Dados do Setor Moveleiro**. Disponível em: <https://www.movergs.com.br/dados-setor-moveleiro>. Acesso em: 16 out. 2023.

MOZOTA, B. B. **Design management: using design to build brand value and corporate innovation**. New York: Allworth Press. 2003. 288p.

MOZOTA, B. B. The four powers of design: A value model in design management. **Design Management Review**, v. 17, n. 2, p. 44–53. 2010. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1948-7169.2006.tb00038.x>

MOZOTA, B. B.; KLÜPSCH, C.; COSTA, F. C. X. da. **Gestão do Design: Usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Porto Alegre: Bookman. 2010. 344p.

NAHUZ, M. A. R.; FIGUEROA, F. M. Z.; LELO, P. K. Y. **Prospectiva tecnológica da cadeia produtiva**: madeira e móveis. São Paulo: IPT. 2002. 65p.

NEUMEIER, M. **The designful company: how to build a culture of nonstop innovation.** Berkeley: New Riders. 2009. 194p.

NICOLAU, I. **O conceito de estratégia.** Lisboa: INDEG/ISCTE Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial. 2001. 17p.

NUNES, V. G. A. **Design pilot project as a boundary object: a strategy to foster sustainable design policies for Brazilian MSEs.** (PhD Thesis). Polytechnic of Milan, Milan. 2013.

PAPANEEK, V. **The green imperative: ecology and ethics in design and architecture.** New York: Thames & Hudson. 1995. 256p.

PORTER, M. E. What Is Strategy? **Harvard Business Review**, v. 74, n. 6, p. 61–78, 1996.

PORTER, M. E. The five competitive forces that shape strategy. **Harvard Business Review**, v. 86, p. 78–93, 2008.

SANTOS, C.; MENEZES, M. dos S. Design para micro e pequena empresa: o desenho como abordagem do projeto. In: M. dos S. MENEZES & L. C. PASCHOARELLI (Orgs.), **Design e planejamento: aspectos tecnológicos.** São Paulo: Cultura acadêmica. 2009. 305p.

SENAI. **Diagnóstico empresarial das indústrias moveleiras de Uberlândia e região.** Uberlândia: Sistema FIEMG, 2006.

SEBRAE. **Programa Sebraetec** – MG Sebrae. 2023. Disponível em: <https://sebraetec.sebraemg.com.br/?gclid=CjwKCAjwvrOpBhB-dEiwAR58-3Ma00AXhsSUBBh0EBEfzwQ3O4lvXE-7CPGhxpRoMgO-CdsGnTsIRrVRoCOe8QAvD_BwE>. Acesso em: 16 out. 2023.

WIMMER, W.; ZÜST, R.; LEE, K. M. **Ecodesign implementation: a systematic guidance on integrating environmental considerations into product development.** London: Springer, 2010.

ZURLO, F.; NUNES, V. G. A. **Designing pilot projects as boundary objects: a brazilian case study in the promotion of sustainable design.** Cham: Springer. 2016. 112p. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-23141-9>



**JULIANA
CARDOSO BRAGA**

Juliana Cardoso Braga é Professora Adjunta da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design, da Universidade Federal de Uberlândia (FAUED/UFU), onde atua no curso de graduação em Design; e pesquisadora do CIAUD. LATTES - <https://lattes.cnpq.br/1836228856080241>. SCOPUS.

<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57195150883>. ORCID

<https://orcid.org/0000-0002-2954-9756>; CIÊNCIAVITAE - 7516-C5AA-1ABA

EMAIL: juliana.braga@ufu.br



**FERNANDO
MOREIRA DA
SILVA**

Fernando Moreira da Silva é Professor Catedrático Emérito da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa (FA/ULisboa); e pesquisador do CIAUD. LATTES -

<http://lattes.cnpq.br/3727296721512705>. SCOPUS -

<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55932144300>. ORCID - <https://orcid.org/0000-0002-5972-7787>. CIÊNCIAVITAE - 8511-83D3-717A

<http://lattes.cnpq.br/6379117193624957>

<http://orcid.org/0000-0003-0757-072X>

EMAIL: fms.fautl@gmail.com



**LUIS CARLOS
PASCHOARELLI**

Luis Carlos Paschoarelli é Professor Titular do Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP), onde atua no curso de graduação, de mestrado e de doutorado em Design. LATTES -

<http://lattes.cnpq.br/8521603444193259>. SCOPUS

<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=6507022094>. ORCID

<https://orcid.org/0000-0002-4685-0508>. CIÊNCIAVITAE - D817-CD2B-BFFD

EMAIL: luis.paschoarelli@unesp.br



AS INCURSÕES DA LUTERIA NOS CAMPOS DA ARTE, DO ARTESANATO E DO DESIGN

DAVID GUILHON • OLÍMPIO JOSÉ PINHEIRO • PAULA DA CRUZ LANDIM

DOI 10.52050/9788579176753.6



Os artefatos musicais apresentam-se como exemplos que uma atividade humana, pois, conseguem convergir conhecimentos e saberes diversos. Este artigo pretende provocar inicialmente a discussão sobre a identidade multiversa da luteria, pautando-se nos pressupostos da arte, do artesanato e do design. Destarte, discorre-se sobre seu lado artístico a capacidade de dominar e transformar matéria inerte em forma e expressão em comunhão com os muitos elementos estético-simbólicos e culturais do público e do autor. Sobre sua faceta artesanal, estes elementos se entrelaçam com o valor utilitário entendido pelo artífice que detém e conhece todo o seu processo criativo e produtivo.

(...)

E o viés do design é revelado na natureza multidisciplinar do seu fazer que se mostra centrado no homem, em suas necessidades e adaptado às suas demandas produtivas. Entende-se, portanto, que a luteria partilha das faces dessas três áreas e a forma como se comporta é encabeçada pelo artífice, conforme suas vivências, experiências e proposta de trabalho.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Por trás dos acordes de um violão estão outras habilidosas mãos que tornam este instrumento uma ponte musical concreta. Há quem, ao admirar a benfeitoria de um cordófone como este, o chame de obra de arte. E o fazem, mesmo tendo a noção, ainda que superficial, sobre a diferença entre arte e artesanato. Contudo, há quem, mesmo maravilhados com os detalhes dos entalhes e acabamentos da guitarra acústica e reconhecendo o primor do trabalho de quem o fabricou, não denomina como tal.

Mourão e Moraes (2016) apontam a luteria como uma das mais antigas artes, pois imaginam que surgiu da busca do homem pela expressão sonora em corpos acústicos. Essa relação se reflete no significado dos termos luthier e luteria. Logo, Luth, palavra francesa de origem árabe (al'ud), advém do alaúde (Almeida; Pires, 2012; Portela, 2014), fazendo referência ao local especializado na construção deste tipo de instrumento. Também é o labor profissional de manufatura, manutenção e restauração artesanal de instrumentos musicais de corda que tem o luthier como o profissional deste ofício, como ressaltam Almeida e Pires (2012). O literal sentido de luth (com madeira) desemboca no pensamento de Santos (2017) que traz o luthier como um especialista em instrumentos de cordas feitos de madeira. Na prática, se estende também ao reparo e fabricação de instrumentos de outras naturezas e materiais (Portela, 2014).

Observando suas obras, percebemos que os instrumentos musicais existem em uma intersecção entre os mundos material, social e cultural, onde

são construídos e moldados pela força das mentes, culturas, sociedades e histórias como machados, serras, brocas, cinzéis, máquinas e a ecologia da madeira (Dawe, 2003b). Assim, sua fabricação é uma atividade que requer mão de obra extremamente especializada, conforme Pereira, Laibida Junior e Freitas (2010), e que exige "intuição aguda, afetividade estética e musical afloradas", resistente à Revolução Industrial, mantendo suas características artesanais e seu significado original (Almeida; Pires, 2012, p. 70). Neste processo a seleção de materiais é rigorosa, apesar de não ser muitas vezes científica. Trata-se de um profissional apto a traduzir todos os conceitos e características em um instrumento, de maneira que não seja ele uma mera ferramenta de produção sonora (Schmid; Bergmann Filho; Pereira, 2017).

Mesmo com estes e outros tantos conceitos sobre tal labor, ainda é possível perceber que as fronteiras pelas quais a luteria traça ao longo do seu itinerário até aqui possuem demarcações não tão precisas, especialmente quando estas são linhas limítrofes da arte, do artesanato e do design.

Talvez, a dificuldade desse aprofundamento e entendimento resida também na clara compreensão dos preceitos e valores de cada área, bem como suas aplicações.

Portanto, este trabalho busca provocar a discussão inicial sobre a identidade criativa-produtiva da luteria, confrontando suas características ante os pressupostos sobre Arte, artesanato e Design que a literatura apresenta.

LUTERIA É ARTE?

Geralmente as pessoas, ao admirar um objeto ou artifício, se encantam com o resultado e os identificam como arte. Observa-se que isso ocorre não apenas por conta do seu arranjo estrutural e visual, mas também pela maneira com a qual essa obra se relaciona com o espectador. Ferreira (2010) relembra a etimologia da palavra Arte, vinda do latim e significa "habilidade", e que até o século XV descrevia atividades relacionadas às práticas manuais, como a matemática, medicina e a pesca. Logo, não

se trata de um fazer aleatório, meramente subjetivo. Freeland (2019, p. 25) ressalta que o requisito para se fazer arte bela é o gênio humano condutor e manipulador de materiais e processos que harmonizem as faculdades mentais e conduzam os observadores à apreciação e reação.

Arte é um termo polissêmico multiverso na comunidade humana, em termos de manifestações, como as artes visuais, a dança, o teatro, o cinema e a arquitetura, assim como em atividades técnicas, tais como a marcenaria e ourivesaria; visto que atendem às funções práticas, representativas e ornamentais (Ferreira, 2010, p. 264). Mas, isso pode se convergir no Homo faber defendido por Arendt, consoante Sennett (2009), que o configura como um juiz do labor, aquele quem define e avalia o fazer, conforme seu grau de capacitação.

Resgatando o pensamento dos antigos filósofos gregos, Freeland (2019, p. 40) frisa que a “arte é uma imitação da natureza ou da ação e da vida humana.” Tanto a autora, quanto Lacoste (1986), comentam que Platão (427-347 a.C.) discordava

dessa percepção por não serem capazes de retratar com realismo aquilo que era proposto, não passando de meras cópias; categorizando, portanto, a tragédia, escultura, arquitetura, cerâmica, escultura, cerâmica e pintura como “techné” (τέχνη) - obra artesanal qualificada. Obviamente, os leitores podem estranhar esse pensamento platônico quando se limitam ao olhar renascentista que separou a arte do artefato, em que o primeiro se configura como um objeto estético manual que busca agradar aos espectadores, e o segundo é o prático fabril cuja produção orientada é para atender implicitamente a uma utilidade (Tavares, 2003, p. 32).

Percebendo isso, este trabalho traz algumas questões que discutem a relação entre a luteria e a arte.

1. Não poderia a luteria ser considerado arte quando o luthier domina, controla e transforma a experiênci a adquirida em memória expressada e materializada em forma (Fischer, 1987, p. 14)?

Sim! Existe uma preferência em acreditar que a qualidade criadora do homem só manifesta e representa aquilo que lhe é conhecido, conforme seu entendimento sobre o assunto e sobre a forma como irá materializar a ideia que pretende representar. E ao recorrer a Platão, como Lacoste (1986) o faz, vê-se que os objetos confeccionados ou utensílios também possuem a forma permanente e reconhecida a partir da sua identidade que um ser como uma árvore, o que “quebra” a visão que apresenta arte como algo totalmente subjetivo em que só é arte se o expectador assim pensar quando a contempla. Isso acontece porque, para Daré (2018), a obra de arte deve trazer elementos simbólicos pertencentes ao inconsciente coletivo e, assim, é reconhecida por conter em si algo de universal. Biesdorf e Wandscheer (2011, p. 2) enfatizam a arte como a expressão da representação do seu meio social e ressaltam que ela só tem sentido se for focada no coletivo e sua necessidade de diálogo em nível social.

2. E para fazer esse tipo de transformação, o luthier, tal qual um artista, não precisaria administrar a emoção por meio de regras, técnicas, recursos e convenções que sejam insumos para a dosada provocação calculada pelo artífice (Fischer, 1987, p. 14)?

Certamente. A dosagem de cada elemento no processo de trabalho de um luthier, quer sejam ligadas às emoções como ao objetivismo, traduzem-se como ingredientes e receita para a elaboração de um objeto artístico. Heidegger (2002, p. 61) versa que o artista é a origem da sua obra, por ser o motor criador. Ferreira (2010) dá exemplos de artes que são consideradas clássicas, como a marcenaria, já que até meados do século XIX, Sniker (2009) conta que tudo era criado à mão e que havia diferença entre os tipos de artistas, de acordo com o tipo e a complexidade do trabalho (somente). Neste caso, a marcenaria é uma atividade manual que reconfigura material inanimado, principalmente a madeira, tendo como resultados objetos, como ferramentas, móveis, decorativos e outros – fazer do qual a luteria pode ter derivado.

3. Não seria o artefato de luteria uma obra, como a de arte, incorporadora de elementos sociais, históricos, éticos e religiosos, bem como construtora de significados que extrapolam a lógica com a qual foi primariamente pensada (Ferreira, 2010, p. 264)?

Sim. Tem-se como exemplo o violão que, ao longo de sua trajetória histórica, vem sendo construído por vários luthiers de diversos países, dialogando com as culturas e ecologias destes territórios.

Em sua cronologia, tal instrumento passou, como todo artefato, pelas influências das mais variadas escolas artísticas. É um objeto sonoro, como quer Meucci (1999), que ajudou a construir a identidade cultural do nosso país, inicialmente com o Choro, passeando pelo Samba e tendo sua bela época com a Bossa-Nova (Dawe, 2003b; Sanches, Fornari, 2019). Observando um tempo antes, Jenkins (2009, p. 218) relembra que na Renascença europeia, um instrumento com traços e adornos tipicamente medievais, poucos trastes, tampo abaulado como de um alaúde e seis cordas duplas chamado vihuela – que dominou a Ibéria do

século XV e XVI. Altamira (2015) e Alves (2015) ressaltam que ela serviu de base para a guitarra espanhola, instrumento do século XVII que foi crucial para o desenvolvimento do violão hodierno.

Observando as respostas dos questionamentos, pode-se presumir que há uma relação estreita entre a arte e a luteria.

LUTERIA É ARTESANATO?

À primeira vista, seria uma pergunta em que um simples “sim” bastaria para respondê-la, pois, o senso comum percebe características desse tipo de atividade que parecem bastar como resolução. Mas este artigo não se contenta com tal resposta e busca na literatura as devidas conclusões.

Assim, essa face intrínseca do fazer humano é fato que vem se desenhando desde a era primitiva, por meio das ferramentas e objetos utilitários de sobrevivência e adaptação à natureza que evoluiu para organizações sociais produtivas (guildas e ofícios) e sobrevive aos reflexos da Era

Industrial (Serafim; Cavalcanti; Fernandes, 2015, p. 87). Em sua essência, Borges (2011) conceitua o artesanato como o resultado do protagonismo do fazer manual que é auxiliado por ferramentas e até mesmo por meios mecânicos, que não mensurar quantidade do que é confeccionado (escala de produção). A princípio, supria demandas locais, como descreve Freitas (2017). E hoje, entende-se que a estética do seu fazer revela suas origens na cultura popular (Figueiredo, Marquesan, 2014).

É sabido que atualmente são propostas várias formas de observar e categorizar o artesanato, consoante às suas várias facetas, como as econômicas, sociais, culturais e ambientais (Freitas, 2017). Não cabe entrar neste vasto detalhamento, não por ser desinteressante, mas por ser necessário seguir o escopo discursivo já iniciado. Assim, como também não foi adotada a ideia descrita por Figueiredo e Marquesan (2014) que costumeiramente se tem de o artesanato ser um tipo de “arte inferior”, levando-a para uma marginalidade quando comparado às belas artes. Como feito na

indagação anterior sobre o viés artístico da luteria, foi mantida a dinâmica que relaciona luteria e artesanato. Sendo assim, pergunta-se:

1. Não seria a luteria uma habilidade manual com apreço e representação dos aspectos estético-simbólico em sua morfologia, por meio de suas técnicas de construção e acabamento, representando realidades e territórios como o artesanato (Serafim; Cavalcanti; Fernandes, 2015; Benz; Lessa, 2016)?

Certamente. Dawe (2003b) diz que é entre cinzeis e ideias que instrumentos vão sendo formados e esculpidos, a partir da ecologia da madeira e outros sintéticos materiais, bem como da vivência pessoal e social do seu artífice. O autor acresce que é imprescindível para o luthier habilidades de ordem psicobiológicas, sociopsicológicas e socioculturais, já que seus objetos são também construídos para transmitir significados. Bates (2012) comenta sobre a forma com a qual são fabricados e como as demais configurações (estéticas, sinestésicas) desembocam em uma

complexa e dinâmica situação sócio-musical que envolve mudanças na estrutura musical e na posição social dos musicistas e da música, de forma polissêmica e polivalente. Em outra obra, Dawe (2003a) exemplifica o violão como um artefato musical com importante papel na construção musical e na expressão de identidades culturais em todo o mundo e sua presença maciça em quase todos os gêneros musicais e culturas musicais em todo o mundo. Isso corrobora com a ideia de Benz e Lessa (2016) sobre o objeto artesanal ser dotado de uma dimensão cultural que representa um território.

- 2.** O fazer da luteria não resultaria em um objeto utilitário com função prática, visando a satisfazer determinadas necessidades do musicista (cliente) que o encomenda, observando suas especificações, do mesmo modo que o artesanato (Löbach, 2001)?

Observa-se a faceta prática com a qual Johnson (1995) comenta acerca que é necessário focar-se, em primeiro plano. Pois, o contexto da

performance (tocar) faz parte do ambiente funcional do instrumento musical. É possível afirmar que a luteria se preocupa com o cumprimento da função principal de um instrumento musical que é tocar música (Johnson, 1995), já que o artesanato também foca nesta questão, diferenciando-se da arte. Figueiredo e Marquesan (2014, p. 131) apontam “a intenção de quem realiza o trabalho diante do objeto pronto” como o ponto-chave que justifica a produção de qualquer objeto e sua existência. Risatti (2007, p. 78) comenta sobre a estabilidade que os objetos artesanais imprimem por meio do “status universal” delineado pelas convenções sociais e potencializado pela função prática. Trazendo mais uma vez o violão como exemplo, Mairson (2013) comenta que o instrumento tal qual hoje é conhecido evoluiu de uma configuração mais bruta e básica, destinada à interação do artefato com o instrumentista. Historicamente, o surgimento de novas técnicas musicais e avanços na transcrição musical exigiram dos fabricantes a confecção de instrumentos cada vez melhores em termos sonoros, que possibilitassem aos seus

intérpretes melhor expressão na execução. Esse comentário feito por Castor (2018), somado aos demais deste ponto, apontam o caráter antropocêntrico da luteria.

- 3.** E como o artesão, não é o luthier o conhecedor de todo o processo criativo e produtivo que define o artefato tal qual idealiza, em vista das necessidades práticas (Freitas, 2017; Saraiiva; Landim; Menezes, 2020)?

A resposta é sim, quando baseada no contexto histórico em que a luteria surgiu e evoluiu. E esse desenvolvimento ajudou também a construir historicamente a música da forma como hoje é conhecida. Durante milênios, o artesanato (e por que não incluir aí a luteria?) foi a única forma conhecida de se conceber artefatos (Machado, 2019). Autores como Mourão e Morais (2016, p. 244) categorizam o luthier, junto com sapateiros, alfaiates e tantos outros, como artes e ofícios, em que são “detentores do saber integral”. O integral aí escrito, de fato, está diretamente ligado a todas as etapas necessárias para que um instrumento musical seja pensado,

desenhado e fabricado. Em miúdos, o luthier o faz ao atender o cliente, tomar conhecimento de suas necessidades particulares, transformá-las por meio de equipamentos, ferramentas e materiais em formas, apresentar ao cliente e concluir o serviço. Portanto, durante a feitura de um violão, por exemplo, o luthier é presente em todas as fases e gerencia cada uma, de acordo com seus conhecimentos, percepções e experiências.

Observadas as devolutivas dadas, é possível estabelecer associações entre tais características artesanais com a luteria. Deste modo, segue-se para a seção seguinte que traça o diálogo entre luteria e design.

LUTERIA É DESIGN?

Dentre as três atividades abordadas neste trabalho, certamente, o design é a mais nova, dentro do fazer consciente do homem. Faz-se tal afirmação quando se pensa no Design como uma derivação do artesanal “feito às vésperas

da Revolução Industrial” (Eguchi; Pinheiro, 2010, p. 1674). Contudo, cabe pensar que suas origens remontam a períodos mais antigos. Tanto que Lida e Buarque (2016) traz como exemplo a evolução da machadinha – um artefato antigo usado para caça – que ao longo de 500 mil anos sua estrutura física foi se modificando, de modo que a adição de um cabo liso e arredondado fosse adaptável à anatomia da mão. Essa “tentativa e erro” foi algo comum na história dos objetos, trajetória esta que os instrumentos musicais também fazem parte.

Sennett (2009) comenta que a repetição do erro no fazer são pilares do aprendizado do trabalho manual, embasados na insistência dessas “falhas” que são favoráveis para a descoberta de soluções. Certamente, esse saber adquirido também se reflete naquilo que se entende como os pressupostos do design. E estes requisitos, tão perseguidos e comentados por Löbach (2001), podem ser visualizados na relação em que luthiers e violonistas tinham e ainda têm.

Como nas demais partes do trabalho, seguem três perguntas que confrontam pressupostos do Design com a luteria, encontrando as afinidades destas acepções em suas respostas.

1. Tal qual o design, não seria a luteria uma atividade multidisciplinar que media de forma planejada estes vários saberes, como conhecimento acerca de materiais, técnicas de produção, formas de representação, imersão nas condições (socioeconômicas, culturais, ergonômicas, tecnológicas, ecológicas e históricas) sob as quais está inserido, valendo de um processo próprio (Bürdek, 2006; Guimarães, 2010; Baxter, 2011)?

Certamente, se analisada por esse ponto de vista, a luteria tem um diálogo próximo com o design, haja vista que em ambas as atividades seus artífices tomam decisões orientados pelos diversos aspectos que os levam ao produto que satisfaça a necessidade do usuário. Soares (2014, p. 53) apresenta a luteria como um fazer que alia arte e ciência e que produz resultados diferentes dos

habituais, valendo-se de conhecimentos específicos para intervir morfologicamente no material (majoritariamente a madeira) e resolver problemas durante seu processo criativo e produtivo. Observando a característica mediadora destes dois fazeres, recorreremos à fala de Landim (2010) que traz o design (e por que não a luteria também?) como mediador da cultura, portador dos valores socioculturais. A natureza inter, multi, pluri e até transdisciplinar da luteria é comentada por Santos (2017), uma vez que este fazer traça, assim como o Design, diálogos entre diversas disciplinas, como a matemática, física, música e outras tantas, visando soluções para música por meio do seu trabalho. A luteria engloba uma dinâmica produtivo-tecnológica que está em constante transformação, dotada de saberes, técnicas e métodos particulares de uma artífice, região ou país, que culminam em inovação no seu processo criativo (Pereira; Corrêa, 2018).

2. Observando o seu fazer centrado no homem, como no design, a luteria não busca a satisfação das multiversas necessidades do indivíduo (neste caso, o musicista), como as de ordem prática, estética e simbólica, corroborando para a tocabilidade e virtuosismo musical – a experiência do usuário - por meio dos aspectos ergonômicos (Dias Filho, 2004; Harada et al., 2016)?

De fato, pode-se trazer como verdadeira esta suposição. Rojas (2016) ensina que a luteria e a prática musical são permeadas pelas qualidades sonoras do instrumento e as habilidades musicais do instrumentista. A relação do luthier com o sistema musicista-instrumento-ambiente é semelhante ao que a lida e Buarque (2016) falam, sob a ótica ergonômica, a respeito da relação do designer com o sistema homem-máquina-ambiente. Adentrando na preocupação da luteria com a performance musical, Korkmaz (2017) aponta a existência de uma recíproca comunicação entre o instrumentista e seu público, mediada por seu instrumento. Para que este sistema seja

favorecido, os luthiers se atêm aos padrões antropométricos para a concepção e produção de seus instrumentos, como ressaltam Bijsterveld e Schulp (2004). Mas, observa-se que não é apenas a função prática descrita por Löbach (2001) e comentados por Johnson (1995) que faz parte desse cenário, existem também os aspectos estético-simbólicos, como nos demais artefatos que o homem produz, trabalhados ao longo de sua jornada pelo mundo. Sobre isso, recorda-se o pensamento de Rojas (2016) acerca de a equivalência existente entre o que deve ser um instrumento bom e o que é considerado um instrumento belo. O autor aponta que as qualidades acústicas e estéticas se relacionam e ecoam harmoniosamente e de modo equilibrado. Há conformidade com a visão de Baxter (2011) que nos revela que produtos com considerável organização e hierarquização das informações, formas e outros elementos são mais harmônicos, apontando com mais facilidade para o desempenho da função prática. Estes tipos de arranjos culminam em uma complexa e

dinâmica situação sociocultural que intervém no cenário musical, na postura social do instrumentista e no gosto musical do público (Bates, 2012).

- 3.** Assim como no design, a luteria não atende apenas a uma modalidade ou outra de escala de produção (baixa escala, sob encomenda ou a uma cadeia produtiva em nível industrial), pois, depende da proposta de trabalho com a qual pretende atender (customização ou nicho de mercado) (Landim, 2010; Medeiros, 2012)?

Ao responder que sim, apresenta-se a fabricação de instrumentos em maior escala, como o célebre caso das guitarras Fender. Neste exemplo, o processo produtivo fora redesenhado, simplificado e orientado para uma conseguir atender com a mesma qualidade vista em produções sob demanda. Esta intervenção, tal qual descrevem Rayna e Striukova (2011), foi possibilitada pela aplicação de captações elétricas em um corpo sólido de madeira que, fazem a função de capturar o som para ecoar nas caixas amplificadas, correspondendo à função prática das complexas

estruturas das caixas acústicas dos violões. Para Pereira e Corrêa (2019), tal mudança, como a escolha de materiais alternativos e o braço em peça única parafusada ao corpo, associado às pesquisas e o design do produto, resultaram em uma revolução na forma de criar e projetar instrumentos, sobretudo em escala industrial. Mas, ao mesmo tempo, a luteria se revela focada no atendimento dos anseios de cada instrumentista, denotando também uma produção customizada. De modo semelhante, quando o design incorpora em si valores de customização, também contribui com a criação de valores práticos, estéticos e simbólicos que enriquecem o produto e o diferencia dos demais (Medeiros, 2012). Ademais, Löbach (2001) ressalta que os designers deveriam observar atentamente a todos os detalhes contidos em produtos de escala artesanal. Pois, ao ser ver, a relação baixa produtividade-preço elevado é compensatória no que tange ao cumprimento dos objetivos e valores pessoais específicos, tanto do usuário, quanto do produtor. Medeiros (2012) acrescenta a isso a causa deste efeito: o diálogo

direto de quem projeta com quem encomenda o projeto. Esse tipo de conversação é também observado na relação musicista-luthier, que influenciou na evolução das técnicas e inovações na parte produtiva de instrumentos, não ficando só na resolução das problemáticas estruturais do artefato em si.

Diante das respostas discutidas, é necessário que o leitor também entenda a luteria a partir de sua própria literatura, concepções e significados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do entendimento obtido sobre estas três áreas, pode-se perceber que a luteria abrange pressupostos de cada uma delas.

A face artística da luteria se revela no percurso criativo que o luthier faz ao expressar a sua percepção sobre o mundo, o instrumento e sua realidade. Também se manifesta no entendimento e percepção que os observadores de sua arte comungam e, conseqüentemente, sua interação.

1. Tal como o verbete artístico se refere àquilo que tem características semelhantes à arte, designístico alude às propriedades do design que podem ser percebidas em outros labores humanos que não, necessariamente, estejam envolvidos diretamente com o design em si. Também é presente no sufixo -ístico que buscar expressar as relações e qualidades contidas no fazer e no pensar destas tantas atividades às peculiaridades do design. Ademais, a proposta de palavra em português vem do termo inglês (*designerly*) que Cross (1982) citou em seu trabalho. O autor usa-o não só para mostrar a escassez de vernáculo que expresse isso, mas também para reforçar que a natureza do conhecimento trabalhado no design não é inclinada para o lado científico ou para o lado artístico.

Sendo assim, a obra é veículo de interação entre o artista e o observador que, a cada apreciação estética, convida o receptor de sua imagem representada a se afastar momentaneamente da realidade, (res)significando o conteúdo da obra (Martins; Leão, 2010).

O verso artesanal do luteria adiciona a utilidade prática que esse artefato musical carrega em si, pois, trata-se de um objeto sonoro (Meucci, 1999), cuja função principal é produzir sons (Johnson, 1995). Tal artesanaria, habilmente construída por mãos que reproduzem os anseios dos usuários de seus intentos, ofertando um objeto que possibilite a execução musical.

O lado “designístico”¹ (neologismo nosso) da atividade discutida também foca na pessoa que vai usar o instrumento musical, mas de maneira mais aprofundada. Pois, entende que a conjunção da funcionalidade de uso com os valores estéticos-simbólicos promove uma experiência mais rica para o musicista, em relação à sua interação com o objeto sonoro. Já que se vale do entendimento

dessa relação, os elementos ergonômicos somados ao conhecimento dos meios de produção e da ecologia cultural desembocam em um projeto sistematizado, que atende às necessidades deste usuário.

A figura 1 é uma tentativa pretensiosa de mostrar que a luteria abarca características da arte, do artesanato e do design, conforme o que fora discutido. Essa representação seria a “luteria ideal”, aquela consegue equilibrar todas as peculiaridades debatidas. Presume-se que, como em muitas outras atividades afins, cada artífice dosa essas três grandezas, consoante suas experiências, conhecimentos e proposta de trabalho demandada. Isso vai de encontro ao pensamento de Canclini (2006), ao aconselhar que nos tempos atuais não há mais aquele sentimento de fronteiras definidas entre o que é design, arte ou artesanato, e as suas exclusividades. O autor considera o hibridismo que existem entres estes e outros saberes e culturas como algo do cenário contemporâneo,

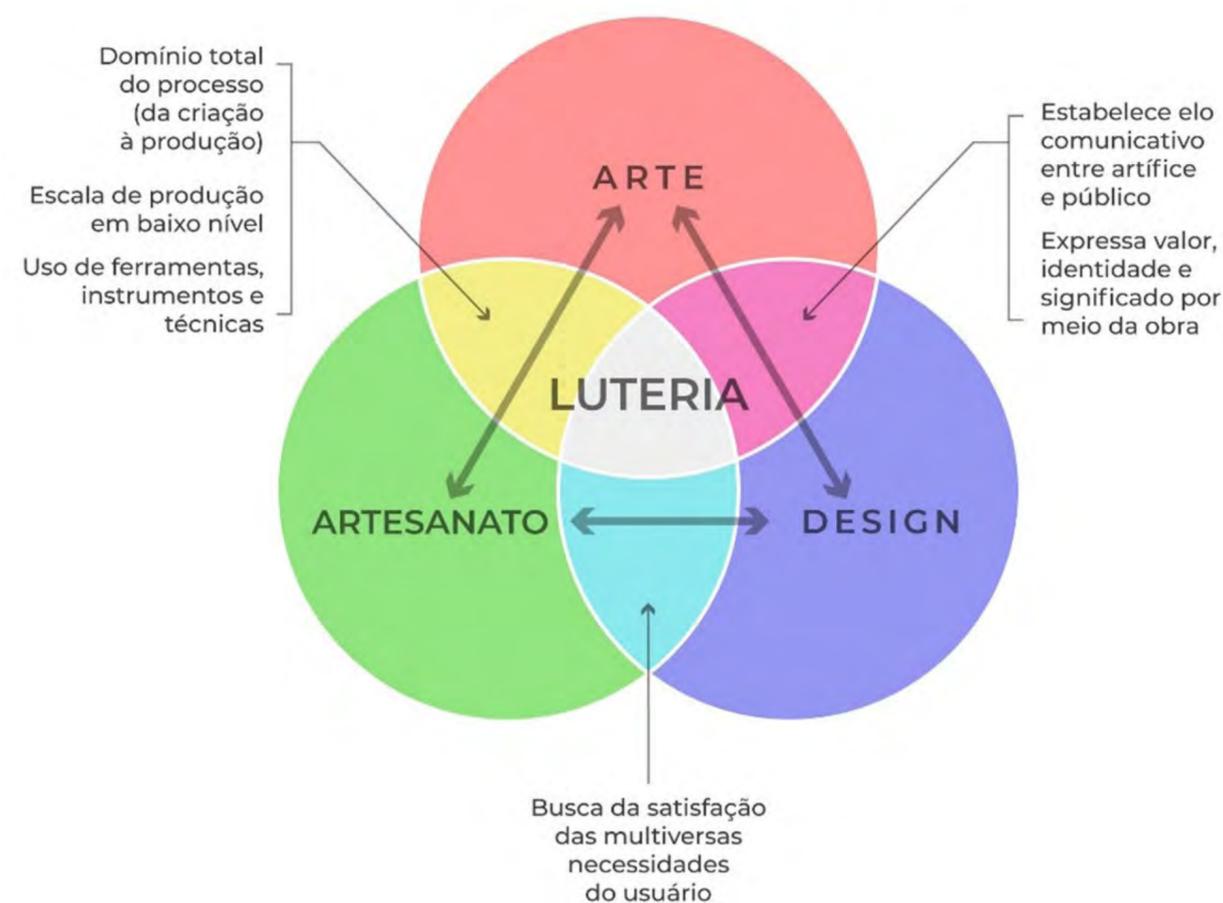
em que o intercâmbio comunicativo é primado, permeando pelas divergências e convergências de cada área.

Visto isto, recomenda-se um aprofundamento desse discurso a partir da observação das formas de trabalho de um bom número de luthiers, percebendo as relações com arte, artesanato e design. Ainda como sugestão, a realização da coleta e trato das opiniões dos luthiers sobre a relação do seu fazer com estas três áreas.

FIGURA 1

Diagrama interrelacional da luteria com a arte, artesanato e Design. Fonte: Elaborado pelos autores.

INCURSÕES DA LUTERIA NOS CAMPOS DA ARTE, ARTESANATO E DESIGN



AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) por meio do Programa de Excelência Acadêmica (PROEX).

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, G.M.; PIRES, A. A arte da luteria no Brasil. **Revista Educação**. v.7 n.1. Guarulhos: UNG, 2012.

ALTAMIRA, Ignacio Ramos. **Historia de la guitarra y los guitarristas Oespañoles**. Alicante: Editorial Club Universitario, 2005.

ALVES, Júlio Ribeiro. **The History of the Guitar: Its Origins and Evolution**. Music Faculty Research - Marshall University: Huntington, 2015.

BATES, Eliot. Social Life of Musical Instruments. **Ethnomusicology**. Vol 56, n 3, 2012 pp. 363-395.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: Guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. São Paulo, Blucher, 2011.

BENZ, Ida Elisabeth. LESSA, Washington. Reflexões sobre uma relação assimétrica entre designers e artesãos. **Estudos em Design** | Revista (online). Rio de Janeiro: v. 24 | n. 1 [2016], p. 1 – 22 | ISSN 1983-196X.

BIESDORF, Rosane Kloh; WANDSCHEER, Marli Ferreira. Arte, uma necessidade humana: função social e educativa. **Itinerarius Reflectionis**.

Revista Eletrônica do Curso de Pedagogia do Campus Jataí - UFG. vol. 2. n. 11. 2011.

BIJSTERVELD, K.; SCHULP, M. Breaking into a World of Perfection Innovation in Today's Classical Musical Instruments. **Social Studies of Science**, 34(5), 2004, p. 649-674.

BORGES, Adélia. **Design + artesanato**: o caminho brasileiro. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.

BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. trad. Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar em sair da modernidade. 4ª ed. São Paulo: Edusp, 2006. pg. 348.

CASTOR, Marcelo Queiroz de Siqueira. **Luthier**: artista do artesanato. 98 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Artes). Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral. Matinhos, 2018.

DARÉ, Paula Serafim. O corpo na produção artística da arte Medieval, no Renascimento e no Maneirismo. **Self - Revista do Instituto Junguiano de São Paulo**, [S. l.], v. 3, 2018. DOI: 10.21901/2448-3060/self-2018.vol03.0002. Disponível em: <<https://self.ijusp.org.br/self/article/view/25>>. Acesso em: 20 jun. 2022.

DAWE, Kevin. Guitar Ethnographies: Performance, Technology and Material Culture. **Ethnomusicology Forum**, 2013. Vol. 22, No. 1, 1-25. <http://dx.doi.org/10.1080/17411912.2013.774158>

DAWE, Kevin. The Cultural Study of Musical Instruments. CLAYTON, Martin;

HERBERT, Trevor; MIDDLETON, Richard. **Cultural Study of Music - a critical introduction**. London: Taylor & Francis Books, Inc, 2003.

DIAS FILHO, C. Design como diferencial competitivo. **Convibra 04 – Congresso Virtual Brasileiro de Administração**. São Paulo, 2004.

EGUCHI, Haroldo Coltri; PINHEIRO, Olimpio José. Design versus Artesanato: Identidades e Contrastes. **Estudos em Design**. v.18, n.2. 2010. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil).

FERREIRA, Francisco Romão. **Ciência e arte**: investigações sobre identidades, diferenças e diálogos. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 36, n.1, p. 261-280. jan/abr. 2010.

FIGUEIREDO, Marina Dantas de; MARQUESAN, Fábio Freitas Schilling. Artesanato, Arte, Design... Por que Isso Importa aos Estudos Organizacionais? **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, [S. l.], v. 3, n. 3, 2014.

FISCHER, Ernest. **A necessidade da arte**. 9. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1987. 254 p.

Freeland, Cynthia. **Teoria da arte - uma breve introdução**. 1 ed. Porto Alegre: L&PM, 2019.

FREITAS, Ana Luiza Cerqueira. **Design e artesanato**: uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto [livro eletrônico]. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2017.

GUIMARÃES, Mariana de Souza. **O design dos objetos artesanais**

produzidos no cotidiano de mulheres idosas. 108 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2010.

HARADA, Fernanda Jordani Barbosa; CHAVES, Iana Garófalo; CROLIUS, Wilhelmina Adams; FLETCHER, Valerie; SCHOR, Paulo. O Design Centrado no Humano aplicado: A utilização da abordagem em diferentes projetos e etapas do design. **Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade**., v. 8, n. 2, p. 87-107, 2016.

HEIDEGGER, M. **Caminhos de floresta**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

IIDA, Itiro. BUARQUE, Lia. **Ergonomia projeto e produção**. 3a ed. São Paulo: Blücher, 2016.

JENKINS, L (org.). **Manual ilustrado dos instrumentos musicais**. Tradução: Denis Koishi e Danica Zugic. São Paulo: Irmãos Vitale, 2009.

JOHNSON, Henry M. An Ethnomusicology of Musical Instruments: form, function, and meaning. **JASO 26/3** (1995). pp 257-269.

KORKMAZ, Alkin. **Design for performability in nylon strung acoustic guitars**. 410 p. Tese (Doutorado). Industrial Design Department, Middle East Technical University, 2017.

LACOSTE, Jean. **A filosofia da arte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986. LANDIM, Paula da Cruz. Design, empresa, sociedade [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

LÖBACH, B. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. s. l.: Edgar Blücher, 2001.

MACHADO, J. Porto. O conceito de artesanato: Uma produção manual. Missões: **Revista de Ciências Humanas e Sociais**, v. 2, n. 2, 21 set. 2019.

MAIRSON, Harry G. Functional Geometry and the Traité de Lutherie: functional pearl. **INTERNATIONAL CONFERENCE ON FUNCTIONAL PROGRAMMING**, 13, set. 2013. Anais eletrônicos... ACM SIGPLAN Notices, v. 48, n. 9, 2013.

MARTINS, Jasson da Silva; LEÃO, Jacqueline Oliveira. Heidegger e Van Gogh: reflexões sobre filosofia e arte. **Barbarói**. Santa Cruz do Sul, n. 33. ago/dez. 2010.

MEDEIROS, Diego Piovesan. **Design de produto e processos de projeto com ênfase na customização pós-produção**. 193 f. Dissertação (Mestrado em Design). Pós-graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

MEUCCI, Renato. On "Organology": a position paper. **Historic Brass Society Journal**. 1999.

MOURÃO, Srilis Leonel; MORAIS, Ronan Gil de. A luteria como proposta pedagógica para o ensino de Música. **Brazilian Journal of Education, Technology and Society**. v.9, n.2, p. 242-262, 2016.

PEREIRA, Rodrigo; CORRÊA, Ronaldo. Serras, serrotes e limas: apontamentos sobre a tecnologia e o design na luteria de guitarras. **13º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, Univille, Joinville (SC) 05 a 08 de novembro de 2018.

PEREIRA, R.M.; LAIBIDA JUNIOR, A.; FREITAS, T.C. Sobre o acoplamento corda-corpo em guitarras elétricas e sua relação com o timbre do instrumento. **Physicæ**, 9, 2010.

PORTELA, M.S. **Estudo das propriedades acústicas da madeira amazônica Marupá para tampo de violão**. Tese (Doutorado em Engenharia Mecânica). Programa de Pós-Graduação em Engenharia Mecânica. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

RAYNA, Thierry; STRIUKOVA, Ludmila. Engineering vs. craftsmanship: Innovation in the electric guitar industry (1945–1984). ROBERTSON, Paul L. e JACOBSON, David. **Knowledge Transfer and Technology** Diffusion. England: Edward Elgar Publish, 2011.

RISATTI, Howard. **A Theory of craft**: Function and Aesthetic Expression. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2007.

ROJAS, P. Expressivity in technical activity: the luthier's craft. **EASA 2016: Anthropological legacies and human futures**. Panel 123: Skilled Engagements. Cristina Grasseni & Rupert Cox (Convenors).

SANCHES, Alexandre Martinello; FORNARI, José. Instrumento glocal: violão e guitarra na indeterminada fronteira entre o remoto e o local. **XXIX Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música – Pelotas** - 2019.

SANTOS, Bogdan Skorupa Ribeiro dos. **Oficina de luteria e laboratório de acústica: uma relação desvelada na perspectiva do ser-luthier**. 229 f.

Dissertação (Mestrado em Ensino de Ciência e Tecnologia) - Programa de PósGraduação em Ensino de Ciência e Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa, 2017.

SARAIVA, Gisele Reis Correa; LANDIM, Paula da Cruz; MENEZES, Marizilda dos Santos. O processo de criação e produção de artesãos como contribuição ao projeto de Design. PASCHOARELLI, Luis Carlos; MENEZES, Marizilda dos Santos [orgs]. **Design - cooperação e estudos interinstitucionais**. São Luís: EDUFMA, 2020.

SCHMID, A.L.; BERGMANN FILHO, J.; PEREIRA; R.M. Em busca da identidade dos instrumentos musicais no Brasil: um estudo exploratório da literatura de cordel. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material, São Paulo**, v. 25, n. 1, p. 279-300, Apr. 2017.

SENNETT, R. **O Artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2015.

SERAFIM, Elisa Feltran; CAVALCANTI, Virgínia; FERNANDES, Dulce Maria Paiva. Design e artesanato no Brasil - reflexões sobre modelos de atuação do design junto a grupos de produção artesanal. **Mix Sustentável**. v. 1 n. 2 (2015): (edição especial - V SBDS)

SNIKER, Tomas Guiner. **O diálogo entre o design e a arte na sociedade de consumo**: do uso ao valor de seleção. 138 p. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Artes Plásticas/Escola de Comunicações e Artes/USP. São Paulo, 2009.

SOARES, Maria Angélica. **Produção de um violão clássico em madeira de Teca (Tecnota grandis)**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) Curso de Engenharia Industrial Madeireira. Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2014.

TAVARES, M. Fundamentos estéticos da arte aberta à recepção. **ARS (São Paulo)**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 31-43, 2003.



DAVID GUILHON

Desenhista industrial (UFMA), Mestre em Design (UFMA), doutorando em Design (UNESP-Bauru). Musicista autodidata desde 1994. Designer da Boomerang Store e pesquisador das seguintes áreas: Design para instrumentos musicais, Design para a sustentabilidade, Design e religião e Produção gráfica digital.

EMAIL: dvdguilhon@gmail.com



**OLÍMPIO JOSÉ
PINHEIRO**

Bacharel em Artes Plásticas (ECA-USP), Mestre e Doutor em Sociologia da Arte (FFLCH-USP), estágio de pós-doutorado em História e Teoria da Arte (Centre de Histoire et Theorie de l'Art - École des Hautes Études en Sciences Sociales – Paris) e estágio de pós-doutorado em Azulejaria na Arquitetura Colonial Luso-brasileira (Faculdade de Belas Artes - Universidade de Lisboa). É professor da graduação (Artes Visuais e Design) e pós-graduação (Design), ambos da FAAC-UNESP-Bauru.

EMAIL: oj.pinheiro@unesp.br



**PAULA DA CRUZ
LANDIM**

Arquiteta e Urbanista (FAU-USP), Mestre em Geografia (Instituto de Geociências e Ciências Exatas - UNESP - Rio Claro), Doutora em Arquitetura e Urbanismo (FAU-USP), Estágio de pós-doutorado (Universidade de Arte e Design de Helsinque -Finlândia), Livre-docente em Design de Produto (UNESP-Bauru) e professora da graduação e pós-graduação (FAAC-UNESP-Bauru). Linhas de pesquisa: Desenho do Objeto, Projeto de Mobiliário, História do Design, Design Emocional e Teoria e Crítica do Design

EMAIL: paula.cruz-landim@unesp.br



PALHAÇARIA: O ARTESANATO CONSTRUINDO PONTES ENTRE DESIGN, CULTURA E IMPACTO SOCIAL

ANA BEATRIZ PEREIRA DE ANDRADE • LUCAS FÚRIO MELARA • JAINE SILVA

DOI 10.52050/9788579176753.7



Este texto tem como objetivo relatar, sob a perspectiva do Design, o processo de desenvolvimento da exposição “Palhaçaria”, um projeto expográfico construído para salvaguardar o patrimônio de um instituto dedicado ao brincar, no campo dos objetos de artesanato popular brasileiro que diretamente dialogam com as brincadeiras de infância. O desenvolvimento do projeto considera os campos multidisciplinares da Curadoria, Design Editorial, Design Gráfico, Design de Produto, Produção Cultural, Captação e Gestão de Recursos. A metodologia participativa do Design Social orientou o roteiro de projeto, assim como a Arquitetura de Exposições proposta pela obra de Lina Bo Bardi e Gisela Magalhães orientou a expografia, considerando também a Tecnologia Social da Memória para o processo de catalogação e a exibição dos itens da exposição.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Modelo 3D da arte de divulgação e convite impresso com a marca da exposição Palhaçaria. Fonte: LM & Companhia / Reprodução

O propósito da ação cultural com o acervo é a de prover visibilidade e fomentar futuros projetos nas áreas de Museus e Patrimônio, considerando a atuação de impacto social sustentável promovida pelo Instituto. No campo da Gestão em Design, avalia-se a atuação do designer enquanto gestor de projetos de exposições, do começo ao fim, no sentido de promover o desenvolvimento social e sustentável em um projeto coeso, em atuação junto à cultura vernacular original brasileira representada pelos mestres artesãos reconhecidos pela Rede ARTESOL.

O ARTESANATO CONSTRUINDO PONTES ENTRE DESIGN, CULTURA E A AGENDA 2030

O cenário atual demanda cada vez mais que o designer assuma um papel ativo como agente de transformação social. Isso vai além da simples comunicação, informação ou desenvolvimento de artefatos, envolvendo aspectos cruciais como

sustentabilidade, inovação social e projetos participativos nos campos culturais, econômicos, tecnológicos, da saúde e outros. Especialmente os projetos sociais, no campo do Design, buscam propor soluções efetivas para as demandas emergentes ligadas às garantias dos direitos básicos humanos, que devem ser produzidas de modo colaborativo, associando-se necessariamente a determinadas linguagens e áreas de conhecimento.

É fundamental ressaltar que o debate sobre o aspecto social do Design ocorre ativamente em instituições acadêmicas, que consideram o ensino, pesquisa e extensão como agendas de trabalho, bem como organizações sociais, ainda no campo da extensão e das parcerias entre instituições, em que destacam a importância da observação da vida cotidiana e a cultura popular para a construção de projetos eficazes para o alcance da transformação social sustentável, com o objetivo de alcançar os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos pela Agenda 2030 da ONU. Esses espaços são

considerados propícios para discutir e conscientizar urgentemente o papel do designer no presente para o futuro possível da profissão.

Em um momento em que as fronteiras do Design se tornam difusas, a Cultura é considerada uma grande aliada para essa transformação urgente necessária. Seja na interpretação das manifestações e expressões culturais de um povo por meio da compreensão da linguagem, quanto na Produção Cultural, aqui entendida pela construção de caminhos estratégicos para viabilizar e salvaguardar essas manifestações e expressões, bem como projetos que popularizem a cultura e promovam a independência das comunidades envolvidas.

Para adentrar no universo da Cultura, em consonância com o Design, faz-se necessário reunir abordagens multidisciplinares, tanto específicas quanto gerais, a fim de compreender tanto o resultado gerado pela expressão cultural como também o campo do processo de criação, desenvolvimento, viabilização e inclusive prestação de contas dessas ações, partindo da premissa que

esses projetos envolvem pautas que vão desde o cuidado com a autoestima e proteção dos grupos e comunidades envolvidos, como também viabilidade, resultados, compras, licitações públicas e transparência fiscal. Portanto, nessa multidisciplinaridade, compreende-se a importância das áreas de Produção Gráfica, Design de Mobiliário e Design Editorial, que tratam de questões acerca de suas respectivas linguagens técnicas, enquanto o Design Social, a Gestão em Design e a Sustentabilidade tratam do campo da Metodologia de Projeto, com fundamentações aplicadas.

Compreendendo a natureza da relação entre Design e Cultura, e a importância do Artesanato para a economia brasileira de base comunitária, conclui-se que seja de interesse público a promoção de políticas e projetos culturais com este ecossistema. Os projetos culturais podem ser de linguagens diversas, abordando desde projetos editoriais, desenvolvimento de produtos, projetos de comunicação e identidade visual, oficinas, programas de partilha de conteúdos e os projetos expográficos, foco da presente pesquisa que ‘por natureza’ reúne

diversas outras disciplinas rumo à viabilidade. Assim, entende-se que uma das principais linguagens culturais de um povo é o Artesanato. O Artesanato surge como uma forma de manifestação popular que transcende aspectos sociais e de ancestralidade, Incorporando a fusão entre tradição e contemporaneidade, transmissão de conhecimento entre gerações e relevância econômica de alcance nacional. A participação do Artesanato na formação cultural é inquestionável, conectando-se intimamente à subsistência de tradições e desempenhando um papel crucial na consolidação da identidade cultural de um povo. Inclusive, as primeiras expressões artesanais no Brasil, como a produção de cestarias, ferramentas, cerâmicas, pinturas e adornos por povos indígenas, continuam a ser praticadas até os dias de hoje.

No entanto, ao analisar a importância patrimonial do Artesanato, surge um desafio: muitas vezes, ele é compreendido exclusivamente como uma atividade cultural. Isso representa um problema, pois o Artesanato não apenas é uma fonte de renda para milhões de pessoas, reconhecido por

sua relevância sociocultural, mas também impulsiona a economia, influenciando setores como o turismo e o próprio Design. Assim, iniciativas e políticas públicas frequentemente concentram-se em promover a relevância do Artesanato no cenário cultural. Embora o enaltecimento cultural seja válido, é crucial debater e considerar que o Artesanato transcende a fronteira entre Cultura e Economia, sendo uma atividade intrinsecamente ligada a ambos os universos, demandando uma valorização das duas perspectivas e do desenvolvimento de novos produtos que reflitam aspectos identitários, sociais, históricos e culturais de cada grupo ou comunidade produtora de artesanato, atendidos em diversas regiões do Brasil, de acordo com os preceitos de Borges (2011).

No contexto nacional, essas reflexões materializam-se em diferentes casos práticos, sendo desafiador abranger todas as realidades em um país de dimensões continentais como o Brasil. Dos 5.568 municípios, mais de 3.700 têm o Artesanato como parte integrante da economia, destacando a amplitude da produção artesanal e as

implicações, como a informalidade. Atualmente, aproximadamente 170 mil artesãos estão cadastrados no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (Sicab). Contudo, uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE) em 2019 indicou cerca de 10 milhões de artesãos no Brasil, ressaltando que, apesar da regulamentação pela Lei nº 13.180 de 2015, a maioria permanece na informalidade.

O projeto "Estruturação do Sistema de Gestão do Artesanato Brasileiro: Diagnóstico e Planejamento Estratégico," do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), surge para atender a essa necessidade. O objetivo é o de apoiar, não apenas a relevância sociocultural, mas compreender a importância econômica do Artesanato, que movimenta anualmente 50 bilhões de reais. A partir do levantamento atualizado dos desafios enfrentados, o Programa visa aprimorar ou criar políticas públicas de forma colaborativa, envolvendo instituições governamentais, de ensino e pesquisa, além de entidades e representantes do artesanato, contemplando artesãos de todas as regiões do

Brasil, explicitando a necessidade de salvaguardar o patrimônio material e imaterial do Artesanato brasileiro por meio de articulações no campo do Design e do Impacto Social e Sustentável.

OS ARTESÃOS BRASILEIROS E O BRINCAR: UM CASO DE AMOR E TRADIÇÃO

A relação entre artesãos, artesanato e brincadeiras infantis revela uma interconexão profunda entre tradição cultural, transmissão de conhecimento e preservação do patrimônio imaterial. Como exemplo, a tradição artesanal do miriti atravessa gerações em Abaetetuba, no Pará, onde a produção dos brinquedos é uma atividade familiar. Desde pequenas, as crianças frequentam oficinas, aprendendo a fazer seus próprios brinquedos com pais, avós e tios, verdadeiros mestres de ofício. Destaca-se que essa relação familiar permite a transmissão do conhecimento, mantendo viva a tradição cultural no Município. O envolvimento das crianças

FIGURA 1

Exemplares do acervo do Instituto Brinquedo Vivo. Fonte: Instituto Brinquedo Vivo/ Reprodução.



que brincam com brinquedos artesanais não apenas preserva a tradição, mas também reforça a importância da Cultura nas identidades locais

Os brinquedos de miriti, apresentados na Figura 1., embora de simples confecção, são ricos em significados. Retratam a fauna regional, casas, embarcações e, ao mesmo tempo, evoluem para representar objetos e situações contemporâneas. Essa capacidade de reinvenção, aliada à preservação das raízes culturais, faz com que a tradição do miriti permaneça relevante mesmo diante da

presença predominante de brinquedos industrializados. A brincadeira não apenas as conecta com a tradição familiar, mas também contribui para a preservação do brinquedo de miriti como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado do Pará.

Este exemplo é comum em muitas áreas do Brasil, catalogadas diretamente pela ARTESOL - Rede Nacional do Artesanato Cultural Brasileiro. A plataforma mapeia e articula a cadeia produtiva do Artesanato brasileiro, com histórias, imagens e informações acerca dos trabalhos das associações, mestres, artesãos, lojistas, programas de fomento e instituições culturais que atuam nesse universo. É possível acessar os membros da Rede georreferenciados no mapa do Brasil pesquisando por categorias, técnicas e Estado.

Ao apresentar os objetos de artesanato que possuem essa origem, é possível, pela ARTESOL, reconhecer e valorizar as contribuições dos artesãos e, especialmente neste caso, do brincar, para a cultura e a economia do país. Isso, por sua vez, incentiva a preservação dessas habilidades e atraindo

jovens talentos para o Artesanato brasileiro, trabalho este realizado há anos pela instituição, que abriga um grande ecossistema de informações, colaboradores, patrocinadores e materiais para estudos. Essa organização sem fins lucrativos, surge como resposta à carência de oportunidades e espaços para a produção artesanal brasileira com origem nas raízes da cultura popular, resgatando o lúdico e promovendo atividades educacionais, exposições e oficinas itinerantes, onde destaca-se a fabricação manual dos brinquedos e a valorização dos artistas por trás dessas criações, ao mesmo tempo em que impulsiona essa atividade econômica.

Catalogado pelo trabalho da ARTESOL, uma das mais importantes coleções de brinquedos feitos por mestres artesãos populares brasileiros é o do Instituto Brinquedo Vivo, uma entidade sem fins lucrativos fundada pelo médico radiologista infantil Roberto Avritchir há quase duas décadas, surge com a missão de promover o lúdico e o brincar. O presidente do Instituto, Roberto Avritchir, apaixonado pelo universo das brincadeiras infantis e do

fazer artesanal, percebeu há trinta anos, ainda no campo médico, a importância desse aspecto na vida das crianças. Motivado também pela admiração pelas peças, mas pela descoberta das histórias de vida dos artistas que as confeccionam, esse encantamento o levou a formar um grupo de pessoas com pensamento alinhado, disposto a colaborar em um projeto que visa resgatar e valorizar o brincar, reunidos por um acervo de 40 mil itens, representados pelas figuras 2, 3 e 4.

FIGURA 2

Exemplares do acervo do Instituto Brinquedo Vivo. Fonte: Instituto Brinquedo Vivo/ Reprodução.





FIGURAS 3 E 4

Exemplares do acervo do Instituto Brinquedo Vivo. Fonte: Instituto Brinquedo Vivo/Reprodução.



Ao longo de sua trajetória, o Instituto Brinquedo Vivo estabeleceu colaborações significativas, incluindo parcerias com a Secretaria de Esportes de São Paulo, contribuindo para a inauguração de brinquedotecas e a realização das Ruas do Brincar em diversos bairros. Além disso, o Instituto é um parceiro ativo do SESC, participando em eventos como exposições e oficinas de brincar para crianças. Deste modo, o Instituto Brinquedo Vivo se destaca por proporcionar espaços lúdicos e também por valorizar a fabricação manual de brinquedos e o trabalho dos artistas envolvidos, fomentando uma atividade econômica que transcende fronteiras e enriquece a experiência do brincar em diferentes comunidades, oferecendo para o projeto expográfico a fonte dos objetos selecionados para retratar este universo, bem como a pesquisa sobre os seguintes artesãos autores que compõem a edição.

FIGURA 5

Arlequins de papel machê de Babá Santana. Fonte: Instituto Brinquedo Vivo/Reprodução.

QUATRO MESTRES UNIDOS PELA PAIXÃO POR BRINCAR

Babá Santana, nascido Manuel Iremar Santana em 1958, é um artesão originário de Santa Luzia, PB. Sua trajetória é marcada pelo autodidatismo e uma paixão inegável pela Arte. Especializado em papel machê, seu talento é evidente em suas criações que vão desde palhaços a figuras humanas,

passando por bailarinas, trapezistas e outros personagens do universo lírico do circo. Nascido em 1958 no município de Santa Luzia, no semiárido da Paraíba, mudou-se para João Pessoa em 1972, onde, ao longo de sua vida, dedicou-se a diversas áreas da decoração e cenografia, deixando sua marca em festas, quartos de crianças, estandes de exposições de artesanato e cenários teatrais. A obra de Babá Santana, representada pelas figuras 5 e 6, é uma expressão marcante da arte popular urbana, repleta de cores vibrantes e harmonia. Seu amor pela história do circo é evidente em suas peças, refletindo uma fascinação pela grandiosidade e pelas inúmeras histórias dos personagens circenses. O palhaço, em particular, ocupa um lugar especial em seu coração, representando para ele não apenas um personagem alegre, mas alguém capaz de rir nas piores adversidades.

Babá Santana compartilha suas criações em eventos locais, estaduais e internacionais, participando de exposições em diversas regiões do Brasil, como São Paulo, Recife, Minas Gerais e Bahia. Além disso, sua arte transcende fronteiras,

**FIGURA 6**

Arlequins de papel machê de Babá Santana. Fonte: Instituto Brinquedo Vivo/Reprodução.

chegando aos Estados Unidos e à França em exposições internacionais. Seu trabalho encanta pelo aspecto estético e também por sua capacidade de transmitir alegria e resgatar a magia do circo através de peças decorativas que conquistam públicos variados ao redor do mundo.

Benito Campos, representado pelas figuras 7, 8 e 9, também conhecido como Benito Euclides de Moura Campos, é um entusiasta do folclore e das tradições culturais de São Luís do Paraitinga, onde nasceu em 1952. Inicialmente formado em administração de empresas, Benito optou por trilhar um caminho diferente, dedicando-se à preservação e resgate das ricas manifestações culturais da região. Sua paixão pela cultura regional é evidente ao narrar as histórias do folclore local. Benito, além de um habilidoso contador de "causos", é um defensor incansável das tradições que permeiam a cidade paulista. Em seu ateliê, Benito Campos trabalha incessantemente na criação de bonecos, máscaras, tiaras, acessórios e objetos diversos destinados a festividades do famoso carnaval da cidade e também itens de decoração

artesanal. Seus bonecos, como João Paulino e Maria Angu, são exemplos vívidos da dedicação de Benito em resgatar tradições como a festa do Divino, as danças da Congada, Caiapó e Jongo. Ele cria e defende fervorosamente a necessidade de reinventar essas manifestações culturais, buscando apresentar ao público os personagens e histórias que a cidade quase esqueceu.



Benito destaca a importância do carnaval de rua de São Luís do Paraitinga, descrevendo-o como ingênuo e real, atraindo cada vez mais pessoas

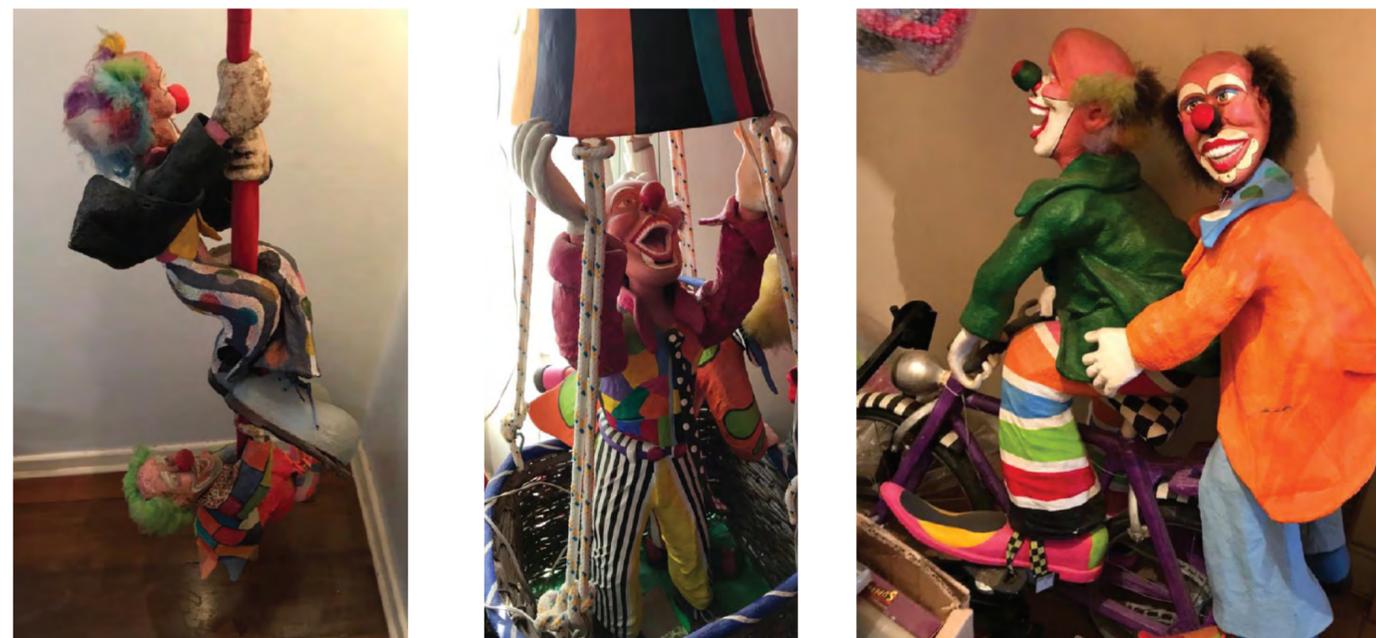
FIGURAS 7, 8 E 9

Máscaras e boneco feitos por Benito Campos. Fonte: Instituto Brinquedo Vivo/ Reprodução.

para a celebração. Além disso, ele compartilha seu compromisso com outras festas religiosas e lendas regionais, incluindo a defesa do Saci, um herói nacional, afirmando a Benito o título de guardião das tradições, dedicado a viver uma vida plena e feliz, valorizando as riquezas culturais da terra em cada festividade. Seu desejo de comemorar a vida e preservar as tradições ressoa em suas criações, refletindo o espírito vibrante e apaixonado desse artista singular, que pode ser encontrado sentado nos bancos de praça, convidando todos que passam para se sentarem e ouvirem suas histórias.

Edilson Bezerra Noca, também conhecido como Ginga, por toda sua história como mestre capoeirista, nasceu em 1956 em Pedra Branca, CE e tem sua criatividade vinda da reciclagem, característica que permeia suas obras únicas. Utilizando materiais descartáveis, como lâmpadas queimadas e latinhas de refrigerantes, Ginga, na zona leste da cidade de São Paulo, transforma elementos aparentemente simples em impressionantes personagens populares, como palhaços feitos

com os recicláveis que encontra, criando assim especialmente palhaços de grandes proporções, geralmente em atividades lúdicas, como andar de balão, de moto, pular de paraquedas, e mais, representados pelas figuras 10, 11 e 12.



Em paralelo, no universo da capoeira, Ginga é reconhecido como um mestre de destaque, tendo obtido sua graduação em 1983 das mãos do renomado Mestre Canhão, é membro do Centro Cultural Kpoeira Matulagem e praticante do estilo Regional, iniciando sua jornada na capoeira em

FIGURAS 10, 11 E 12

Os palhaços divertidos de Ginga.
Fonte: Instituto Brinquedo Vivo/
Reprodução.

1971, que impacta sua disciplina e reconhecimento da importância das artesanias para a qualidade de vida das pessoas ao seu redor.

Além de sua maestria na capoeira, Ginga é um educador ativo, começando a ensinar capoeira em 1975 e contribuindo para projetos sociais, incluindo participação em Oficinas Culturais de São Paulo. A dualidade entre sua habilidade no artesanato sustentável e sua maestria na capoeira destaca Ginga como uma figura multifacetada e inspiradora na cultura brasileira. Sua capacidade de unir criatividade, sustentabilidade e tradição cultural evidencia a importância de artistas comprometidos como ele na preservação e promoção das riquezas culturais do Brasil.

Também, para compor a exposição, apresenta-se Paulo Carneiro, um artesão nascido em 8 de agosto de 1949 em Ribeirão, PE, cuja visão única transcende as fronteiras convencionais entre arte e artesanato. Seu trabalho utiliza predominantemente materiais descartáveis, com destaque para garrafas PET, para dar vida a personagens

populares. O compromisso de Paulo com a cultura regional e sua habilidade em criar uma coerência narrativa em suas obras fazem dele um dos artesãos mais notáveis do Brasil, demonstradas pela figura 13, contribuindo significativamente para a valorização das tradições locais.

FIGURAS 10, 11 E 12

Obras de Paulo Carneiro. Fonte: Instituto Brinquedo Vivo/ Reprodução.



Antes de se dedicar integralmente à escultura, Paulo Carneiro foi funcionário público estadual. Sua trajetória autodidata começou na infância, quando fabricava seus próprios brinquedos utilizando materiais como lata de leite, caixa de fósforo e caixa de pasta de dente. A criatividade precoce manifestada desde os 8 anos de idade o impulsionou a continuar desenvolvendo suas habilidades ao longo dos anos.

Paulo Carneiro se destaca como um dos artesãos mais notáveis do Brasil, por sua capacidade de transmitir uma mensagem inspiradora de conscientização ambiental e valorização da cultura regional por meio de seus objetos. Sua participação em eventos internacionais, como no Canadá, destaca o reconhecimento de seu trabalho além das fronteiras nacionais. Ao dar uma nova vida a materiais descartados, Paulo Carneiro inspira outros a repensarem o valor do "lixo" e ressalta a importância de trabalhar em prol do meio ambiente por meio da arte.

REFERENCIAL TEÓRICO

A Memória é uma ferramenta essencial para um projeto de Design e Cultura, pois permite reconhecer e valorizar a história e as tradições locais e comunitárias. Os relatos de memória oral são especialmente importantes, pois permitem resgatar histórias, saberes e práticas que muitas vezes são esquecidas ou deixadas de lado, mas que possuem valor material e imaterial grandioso, que pode ser bem aproveitado para a construção de produtos sustentáveis. Ao vivenciar e conhecer histórias da região, é possível compreender melhor a cultura local e seus valores, além de identificar oportunidades de desenvolvimento econômico e social que estejam em sintonia com a identidade e as necessidades da comunidade.

A Tecnologia Social da Memória - TSM - proposta pelo Museu da Pessoa (2009) é uma metodologia de coleta, preservação e disseminação de histórias de vida e memórias que busca valorizar a experiência e a identidade de pessoas e comunidades. Essa

Tecnologia Social tem como objetivo promover a participação cidadã, a inclusão social e a valorização da diversidade cultural. Consiste em uma série de etapas que envolvem a coleta de depoimentos orais, transcrição, catalogação, digitalização e publicação dessas histórias, de forma a torná-las acessíveis a um amplo público.

Por meio da TSM, o Museu da Pessoa busca preservar a memória de pessoas comuns, suas experiências, lutas e conquistas, que muitas vezes são esquecidas pela história oficial. A metodologia permite que essas histórias sejam compartilhadas, enriquecendo a compreensão sobre a diversidade humana e contribuindo para a construção de uma sociedade mais inclusiva e democrática. A TSM é importante para o Design e a Cultura por ajudar a valorizar a história e a cultura de comunidades e grupos sociais que muitas vezes são negligenciados ou invisibilizados pela sociedade em geral.

Nessa pauta, Lina Bo Bardi, uma das mais importantes artistas, arquitetas e curadoras de arte brasileiras do século XX, acreditava que a memória é

essencial para a construção de exposições, que possuem um papel fundamental na sociedade. Para Bo Bardi, a memória representada em uma exposição era um meio para engajar a sociedade e provocar mudanças.

Segundo a autora:

A exposição é um instrumento de trabalho para se obter um fim. O fim é sempre um problema cultural, social e político. O instrumento é a exposição. (...) A exposição deve ser um meio, um instrumento para se obter um fim socialmente útil e, portanto, político. (BO BARDI: 1987).

No campo da sensibilização, as exposições se propõem a mobilizar as pessoas para questões sociais e ambientais críticas. Através das exposições, as pessoas podem ser incluídas em projetos comunitários e na cultura. A participação em atividades artísticas promove a inclusão social e oferece oportunidades para o desenvolvimento de habilidades e envolvimento com sua comunidade. No entanto, para a compreensão ampla de uma exposição como um projeto de design, é

necessário compreender o que Bo Bardi e Gisela Magalhães, precursoras brasileiras no raciocínio deste tipo de projeto, propõem como lógicas que intervêm na transformação de um discurso expositivo, e formatos, em análise complexa feita por César Augusto Sartorelli (2019).

Em primeira instância considera-se a participação desde o estágio inicial de programação, na lógica do discurso, que refere-se à escrita do saber, como os objetivos, ideias, conteúdos, sinopses e até a inserção deste saber no ato de criação. Aqui, passa-se o discurso científico, que indaga qual o saber do projeto, para a sua determinação, um programa e uma sinopse da exposição, com pesquisas que podem durar meses para um projeto preliminar, onde o designer projetista se envolve em um coletivo multidisciplinar, em parceria com curadores, para estabelecer a principal narrativa e descobrir as habilidades principais dos curadores envolvidos, sendo de áreas técnicas de curadoria ou áreas aplicadas ao saber do projeto em si.

Também, é importante a participação no estágio da lógica espacial, na concepção da execução formal, e na realização, com a escolha de materiais, a espacialização, encenação, simbolização, figurativização, narração do objeto em exposição até a chegada do visitante, aqui também considerando as estruturas logísticas de viabilização, como planilhas de execução e projetos, dos mais internos aos gerais, como o projeto expográfico em si. Em questão temporal, essas lógicas podem se sobrepor, exercendo alterações mútuas, tendo em foco o desenho do projeto que se altera conforme os suportes e dispositivos também se alteram. Essa lógica também altera a tipologia da exposição, sendo uma exposição de história diferente de uma exposição de física.

Já a lógica gestual, estágio de participação que também recebe o caráter de simultaneidade com relação aos outros 2 estágios anteriores, tem por objetivo a construção e avaliação do tempo de exposição, percurso, leituras, visitação e ocupação do espaço, estabelecendo tipologias que se articulam de acordo com a mídia utilizada e o tom utilizado

para a transmissão deste saber. De acordo com a figura 14, este esquema apresenta a relação entre exposições com caráter de comunicação, estética e ludicidade, com suas tipologias originadas pela inter-relação desses caracteres, como cultura, ficção e interatividade.

Portanto, para compreender a relação de um projeto expográfico pelo campo do design, essas tipologias e lógicas são necessárias para orientarem as tradicionais metodologias de projeto de Design, que por sua vez tem como a principal

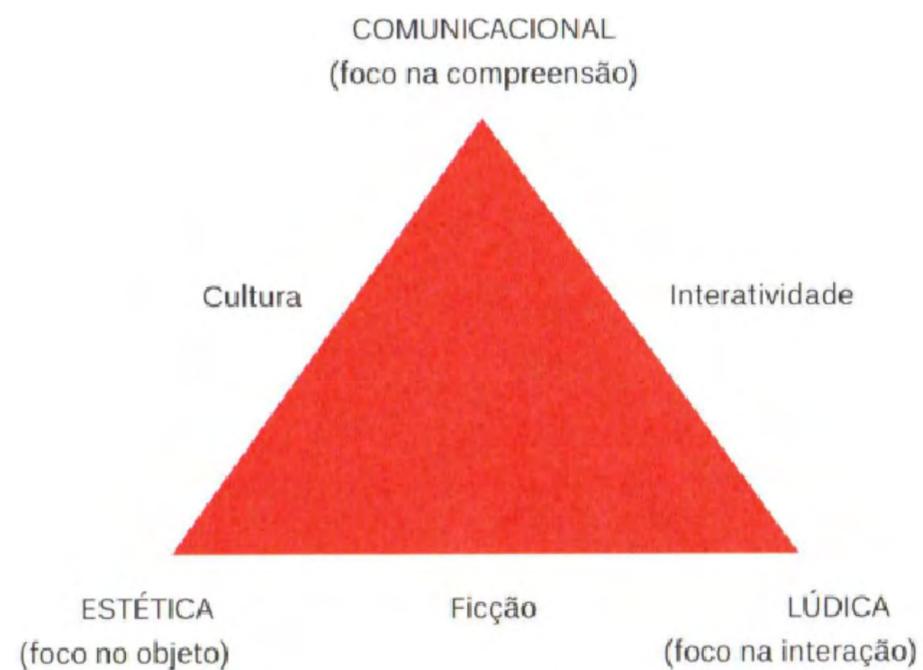


FIGURA 14

Esquema das tipologias de exposição por Jean Avallon.
Fonte: Edições SESC/Reprodução

característica a adaptabilidade e capacidade de se relacionar com outras disciplinas para a construção de projetos participativos, como demonstra a metodologia do Duplo Diamante.

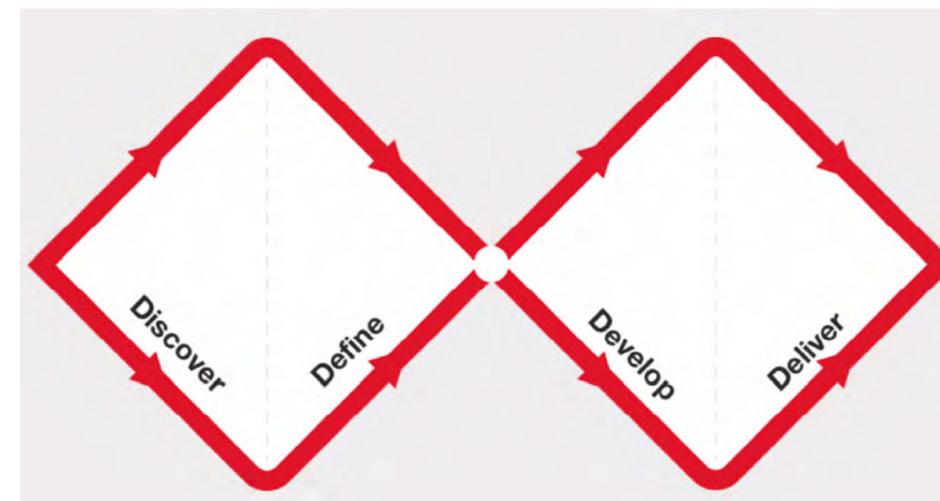
A Metodologia Duplo Diamante, representada pela figura 15, é uma metodologia de projeto que objetiva estruturar o processo de resolução de problemas e inovação. Desenvolvida pelo British Design Council (2004), é composta por uma série de etapas divergentes e convergentes que são aplicadas ao campo do projeto em questão.

A metodologia é geralmente dividida em quatro fases: descoberta, que propõe a exploração do problema ou desafio para ampliar a compreensão. Nesta fase, os designers buscam insights, coletam informações e entendem o contexto do problema, como também se ocupam da refinação e interpretação dos insights coletados, focando nas áreas de maior potencial e relevância. Na fase de definição, ocorre a geração de uma ampla gama de ideias e soluções possíveis para o problema identificado, e a seleção e refinamento

das ideias mais promissoras, estabelecendo um foco mais específico. Em desenvolvimento, ocorre a prototipagem e desenvolvimento de soluções tangíveis ou ideias concretas e a avaliação crítica das soluções desenvolvidas, identificando aquelas que melhor atendem aos objetivos estabelecidos. Por fim, na entrega, ocorre o planejamento para implementação ou entrega da solução escolhida e a execução da solução no mundo real, com foco em medir o impacto e obter avaliações contínuas.

Também é adotada a Metodologia do Projeto em Design do Produto (BAXTER, 2000), procurando atender as demandas das comunidades atendidas e o desenvolvimento de novos produtos que agreguem valor à produção artesanal, tendo em conta as questões socioculturais em que a associação está inserida.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO E RESULTADOS



Por essência, um projeto expográfico trata desde a ideação até a desmontagem de uma exposição. Ainda que não exista uma forma regulamentada para a realização de uma exposição, critérios técnicos são adotados quando o objeto em si é um projeto que recebe apoio ou patrocínio de um ente federativo ou organização auditável. Neste campo, para um bom projeto expográfico, considera-se a necessidade de uma equipe multidisciplinar, para que sejam reunidas essencialmente as disciplinas de Curadoria, Design Editorial, Design

FIGURA 15

Figura 15. Método Duplo Diamante. Fonte: British Design Council (2004)

Gráfico, Design de Produto, Arquitetura, Cenografia, Produção Cultural, Captação e Gestão de Recursos. Portanto, compreende-se um projeto expográfico como um tipo de projeto que demanda planejamento participativo, tendo em vista a formação de equipes.

Uma característica deste tipo de projeto, considera incertezas quanto à algumas diretrizes. Essas incertezas referem-se ao processo de ideação e planejamento de um projeto expográfico. Nessa etapa, é necessário demarcar alguns pontos de grande importância. Tais como: orçamento, local e itens a serem exibidos que possuam relação direta com a expografia. No entanto, nem sempre todos já estão definidos a priori, quando da redação projetual e planilhas orçamentárias. Este é mais um ponto que reforça a necessidade do planejamento participativo e da inclusão de princípios do Design Social, tendo em vista que todos os membros da equipe devem contribuir ativamente para a resolução dessas questões.

Utilizando metodologias, como, por exemplo, o Duplo Diamante, que consiste na geração de possibilidades alternando-as com o encaminhamento de soluções pragmáticas, em um processo cíclico, o planejamento participativo foi imprescindível para a definição da primeira diretriz do projeto. O recorte foi orientado pela obra de quatro artesãos específicos que tiveram suas trajetórias pesquisadas para a exposição: Babá Santana (Manuel Iremar Santana), Benito Campos (Benito Euclides de Moura Campos), Ginga (Edilson Bezerra Noca) and Paulo Carneiro (Paulo Roberto Carneiro).

Ao selecionar os artesãos que fariam parte da exposição, deu-se início à seleção dos itens que seriam expostos. Neste momento, é importante ressaltar que os projetos expográficos em construção, que não possuem definição de local, devem compreender o resultado do pré-projeto, que inclui até a previsão orçamentária para execução. Deve incluir um valor de locação para o espaço, calculado com base nos parâmetros de tamanho dos itens que serão exibidos, que vão determinar

uma área expositiva essencial, considerando a acessibilidade no acesso e espaço entre os itens como um fator primordial para essa conta.

No caso desse projeto, um local foi definido e tomado como diretriz para o projeto. Enquanto a investigação do acervo e a seleção da curadoria tomavam seu início, um espaço de aproximadamente 40m² se fez disponível, localizado no centro de São Paulo, SP, cedido por um empreendedor com trajetória associada à Cultura. Após trâmites para garantir a acessibilidade total do espaço, o projeto expográfico articulou simultaneamente a seleção das obras com a ocupação do espaço, garantindo uma proporcionalidade justa entre os artistas, como também o devido destaque às peças.

Na etapa de ocupação do espaço, com a planta-baixa e os itens selecionados na perspectiva do projeto, o mobiliário, os materiais, a identidade visual e a comunicação foram pensados de modo intrínseco. As referências foram algumas das obras da exposição e o título Palhaçaria, para que

o resultado estabelecesse um diálogo coeso com os visitantes. Por se tratar de uma exposição de Artesanato, a produção de todos os materiais considerou as manualidades, desde os croquis iniciais da montagem, o desenvolvimento do logotipo, da tipografia, das padronagens da marca e a marcenaria, processo representado pelas figuras 16, 17, 18 e 19 sobre a identidade visual e nas figuras 20, 21 e 22 sobre o projeto expográfico.

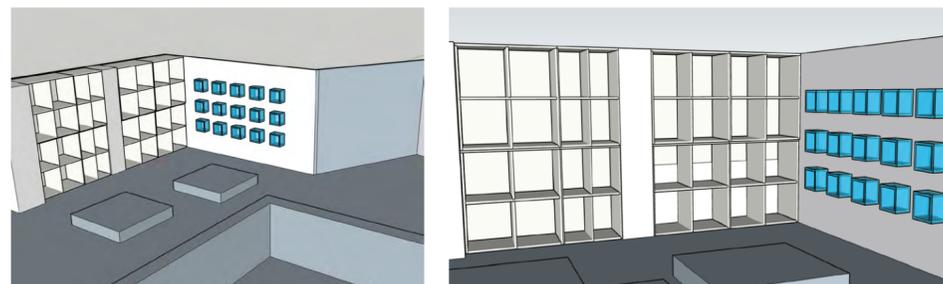
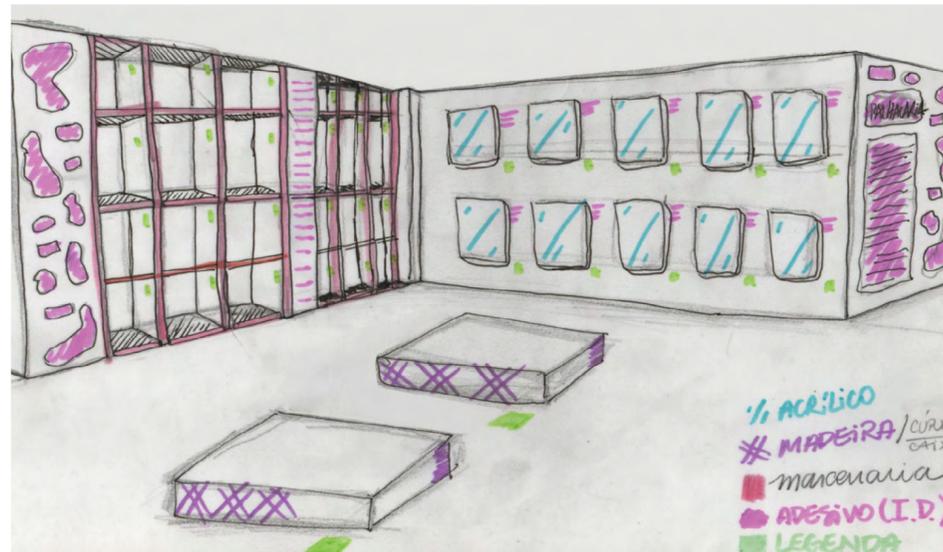


FIGURAS 16, 17, 18, 19

Identidade visual criada para a exposição. Fonte: LM & Companhia/Reprodução.

FIGURAS 21 E 22

Identidade visual criada para a exposição. Fonte: LM & Companhia/Reprodução.



Após diversas sessões de desenvolvimento, o projeto expográfico amadureceu, contando com renderizações tridimensionais para uma perspectiva ampla, gerando uma planilha financeira de captação e execução de recursos. Foram definidos 3 meses para a produção do pré-projeto, que previu a contratação de serviços e insumos, como a Curadoria, Produção Executiva, Direção Criativa, Arquitetura, Produção Gráfica, manutenção do acervo

e digitalização das obras. Já a execução, representada pelos bonecos fotografados pelas imagens 23 e 24, que foi definida em 12 meses, previu a contratação de insumos e serviços para audiodescrição, site, adesivos, etiquetas, cenografia, embalagens de transporte, iluminação, montagem e desmontagem, eletricitista, manutenção e a equipe, agora responsável pela manutenção das visitas na exposição por meio de lançamentos, oficinas e palestras na programação. A pós-produção, determinada em até 30 dias após o fim da desmontagem da exposição, se tornou a etapa responsável pela prestação de contas de toda a ação.

FIGURAS 23 E 24

Bonecos do catálogo principal da exposição. Fonte: LM & Companhia/Reprodução.



Sobre a viabilização financeira, dado o valor representativo do exercício, foi optado o caminho das leis de incentivo fiscal, tendo a possibilidade de empresas patrocinarem a ação por meio da renúncia fiscal de impostos como o ICMS. Neste caso, o instrumento utilizado foi o ProAC - Programa de Ação Cultural via ICMS da Secretaria de Cultura, Economia e Indústrias Criativas do Estado de São Paulo. O ProAC ICMS constitui uma modalidade do programa de fomento paulista, operando por meio de patrocínios incentivados e renúncia fiscal. Para acessar os recursos disponíveis, artistas, grupos ou produtores devem submeter projetos à análise de uma comissão especializada, que avalia critérios como relevância artística e adequação da proposta orçamentária. Com a aprovação do projeto, o proponente pode solicitar patrocínio a empresas sediadas em São Paulo. Essas empresas, ao patrocinarem projetos culturais, recebem descontos no imposto devido, configurando-se como um estímulo ao apoio à cultura. Qualquer empresa que

seja contribuinte deste imposto e esteja em dia com suas obrigações fiscais pode se tornar patrocinadora por meio do ProAC ICMS.

Visando assegurar uma distribuição equitativa dos recursos, a legislação do ProAC ICMS estabelece limites máximos de captação para cada tipo de projeto, bem como restringe a quantidade de projetos que um proponente pode apresentar. Para as empresas, há também um teto máximo de valor a ser patrocinado, variando de acordo com o volume de impostos a recolher. Através desse mecanismo de incentivos fiscais, projetos previamente aprovados pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa têm a autorização para captar patrocínios junto a empresas, que, por sua vez, podem deduzir o valor desse investimento do ICMS devido. Essa dinâmica cria uma sinergia entre setores cultural e empresarial, promovendo o desenvolvimento cultural e artístico no estado de São Paulo.

O projeto proposto foi reconhecido na a Lei Federal Nº 8.313, de 23 de Dezembro de 1991 de Incentivo à Cultura, especialmente no artigo segundo de fomento à produção cultural e artística, mediante a realização de exposições, festivais de arte, espetáculos de artes cênicas, de música e de folclore; e realização de exposições, festivais de arte e espetáculos de artes cênicas ou congêneres. No artigo terceiro da preservação e difusão do patrimônio artístico, cultural e histórico, mediante a proteção do folclore, do artesanato e das tradições populares nacionais; e no artigo quarto do estímulo ao conhecimento dos bens e valores culturais, mediante a distribuição gratuita e pública de ingressos para espetáculos culturais e artísticos; e levantamentos, estudos e pesquisas na área da cultura e da arte e de seus vários segmentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A planilha orçamentária final para o início do projeto foi criada por meio de muitos trabalhos de planejamento participativo, prevendo um detalhamento minucioso. No entanto, essa planilha pode sofrer alterações e ajustes de acordo com eventos do projeto, tendo em vista sua longa duração de execução e a quantidade de variáveis envolvidas em uma exposição, considerando-a como um evento de ampla recorrência.

Compreendendo que a programação de exposições sempre possuem grande visitação na abertura, como também no encerramento, estratégias de conteúdo para a programação foram pensadas, assim como fazem diversas instituições que trabalham com a proposta de museu vivo, como é o caso do Museu do Pontal no Rio de Janeiro. Esses conteúdos são oficinas realizadas na própria exposição pelos artesãos que nela estão presentes, para diversas idades, trazendo a proximidade e o protagonismo dos artesãos para a cena.

Os materiais obtidos das entrevistas e exercícios de Memória Oral foram de grande importância para a compreensão da totalidade da exposição, como também ao universo que cada objeto é, dialogando tanto com disciplinas técnicas do design como as disciplinas de metodologia de projeto. O papel do designer nessa situação se deu tanto nas áreas técnicas de diagramação, produção gráfica, cenografia e mobiliário, gerando resultados de forma participativa. A atuação como um facilitador da conexão entre diversas disciplinas a fim de gerar um projeto coeso orientado pela vocação dessa determinada comunidade, tem como resultado um projeto de Design fruto de um exercício coletivo e participativo, reunindo potências distintas para a possibilidade da ação.

O protagonismo compartilhado por todos foi fundamental para o projeto Palhaçaria, empoderando todos os membros como ‘donos do projeto’ a fim de lutarem por sua existência, já que todos partiram de um mesmo objetivo de promover as histórias presentes no acervo do instituto e do artesanato brasileiro.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos o apoio do Prof. Ricardo Gomes Lima, Professor Adjunto do Instituto de Artes/ UERJ, Doutor em Antropologia Cultural pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais e Membro do Núcleo de Cultura Popular e co-editor da Revista Textos Escolhidos de Cultura e Artes Populares, curador da exposição “Palhaçaria - Os artesãos e o brincar”, e o Dr. Roberto Avritchir, fundador do Instituto Brinquedo Vivo, responsável pelo imenso acervo que deu vida a este trabalho.

REFERÊNCIAS

Referências bibliográficas

- BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**. Guia prático para o design de novos produtos. Tradução Itiro Iida. São Paulo: Editora Blucher, 2011.
- BHABHA, Homi K (1998). **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Edgar Blucher, 2011.
- BORGES, Adélia. **Design + Artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.
- BRITISH DESIGN COUNCIL. **The Double Diamond: a universally accepted depiction of the design process**. Londres: British Design Council, 2004.
- MANZINI, Ézio. **Design when everybody designs: an introduction to design for social innovation**. EUA: The MIT Press, 2015
- PAPANEK, Victor. **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change**. New York: Pantheon Books, 1973.
- SARTORELLI, Cesar Augusto. **Arquitetura de Exposições: Lina Bo Bardi e Gisela Magalhães**. São Paulo: Edições SESC, 2019.

Referências de sites

- ARTE DO BRASIL. Em nome do autor: Benito Campos. ARTE DO BRASIL, s.d. Disponível em: http://www.artedobrasil.com.br/benedito_euclides.html. Acesso em 16/10/2023.
- ARTESOL. **Rede Nacional do Artesanato Cultural Brasileiro: A maior Plataforma de artesanato de raiz cultural do mundo**. Artesol, 2022. Disponível em: <https://artesol.org.br/rede>. Acesso em: 20/11/2023.
- BRINQUEDO VIVO. **Nossa História**. Instituto Brinquedo Vivo, 2019. Disponível em: <http://www.brinquedovivo.com.br/hist%c3%b3ria.html>. Acesso em 17/11/2023.
- CRISTO, Élida. **Os brinquedos de miriti pelo olhar das crianças de Abaetetuba**. Lunetas, 2023. Disponível em: <https://lunetas.com.br/os-brinquedos-de-miriti-pelo-olhar-das-criancas-de-abaetetuba/>. Acesso em 22/11/2023.
- GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Como funciona o ProAC ICMS**. Secretaria da Cultura, Economia e Indústrias Criativas do Estado de São Paulo, 2023. Disponível em: https://www.proac.sp.gov.br/faq_icms/como-o-proac-icms-funciona/. Acesso em 15/11/2023.
- PARAÍBA CRIATIVA. **Registro das artes e culturas da Paraíba: Babá Santana**. Paraíba Criativa, 2020. Disponível em: <https://paraibacriativa.com.br/artista/baba-santana/>. Acesso em 15/10/2023.

RODRIGUES, Ari. **O artesanato e sua importância cultural e econômica, no passado e no presente.** Rede Artesanato Brasil, 2021. Disponível em: <https://redeartesanatobrasil.com.br/2021/07/24/importanciadoartesanato/>. Acesso em 22/11/2023.

Referências de filmes

BRINQUEDO Vivo - Edilson Bezerra Noca. Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de SP. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oHCMYncj7Gc&>. Acesso em 10/10/2023.

BRINQUEDO Vivo - Paulo Roberto Carneiro. Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de SP. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HSAYLqYcdZQ>. Acesso em 10/10/2023.



ANA BEATRIZ PEREIRA DE ANDRADE

Doutora em Psicologia Social (UERJ), Mestre em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ), Bacharel em Comunicação Visual (PUC-Rio). Professora no Departamento de Design FAAC/UNESP. Embajadora del Diseño Latino (Universidad de Palermo - Buenos Aires). Membro de Corpo Editorial, Comitês e Parecerista em periódicos e fóruns nacionais e internacionais. Integra o Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura (CNPq / UNESP). Na FAAC Integra a Coordenação de Projetos de Extensão: Ubiraci, Muda Design e Labsol.

EMAIL: ana.b.andrade@unesp.br



LUCAS FÚRIO MELARA

Lucas Melara é Mestre em Design pelo Programa de Pós Graduação da FAAC/UNESP Bauru, na linha de Planejamento de Produto, onde também se tornou Bacharel em Design. É colaborador do Laboratório de Design Solidário - LabSol. Lucas pesquisa a relação entre Design, os 17 ODS na economia criativa, onde também o faz como designer chefe da LM & Companhia, agência de design para o impacto social, cultura e sustentabilidade.

EMAIL: lucas.melara@unesp.br



JAINE SILVA

Jaine Silva é produtora cultural e atua na produção executiva, coordenação e organização de exposições e ações culturais. De 1999 a 2015 foi coordenadora executiva do museu A CASA e desde 2018 atua de forma independente. Prestou consultoria para Artesol, loja Artiz, loja do Masp, loja Paiol, produtora Amalgama, entre outros. Faz assistência de curadoria para Adélia Borges em projetos pontuais, como a exposição EntreMeadas (Sesc Vila Mariana, Guarulhos e Bauru) e Exposição Origem Vegetal do CRAB - Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro.

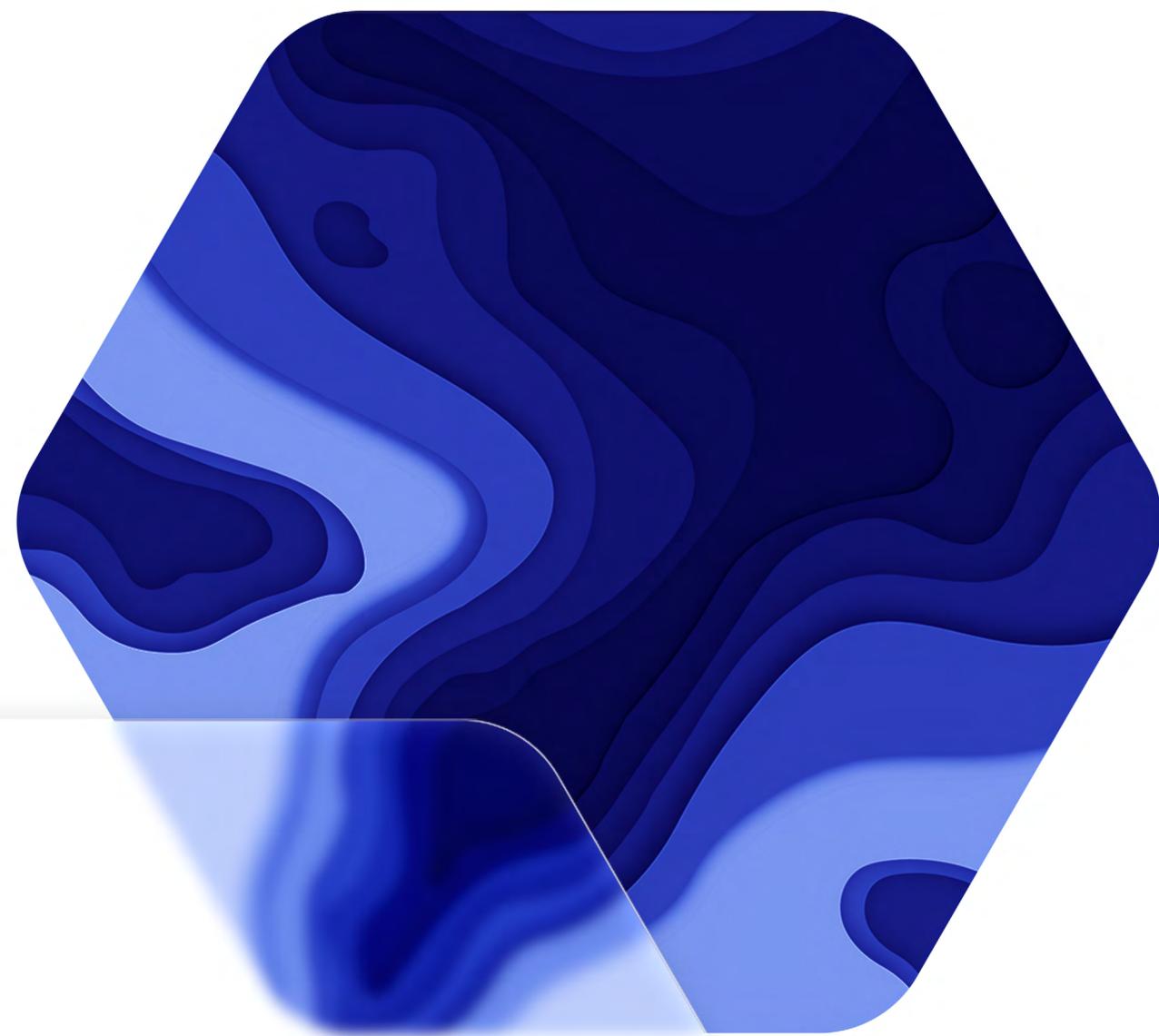
EMAIL: jaine66@gmail.com



UM DESIGN QUEER, UM SEX DESIGN EM CONSTRUÇÃO: TRANSDISCIPLINARIDADE E SABERES SUBVERSIVOS

DORIVAL CAMPOS ROSSI • GUILHERME CARDOSO CONTINI • LARISSA MAUÉS PELÚCIO SILVA

DOI 10.52050/9788579176753.8



Através da transdisciplinaridade e de saberes considerados subversivos ao campo dos criativos, é crescente a necessidade de queerizar o campo do design para a sensibilização em relação aos projetos nas áreas de gênero, sexualidade e prazer. O que chamamos hoje de Sex Design é um universo prático, teórico e transgressor em construção e em constante evolução, que vai contra as imposições normativas. O capítulo é parte de um projeto maior, intitulado “Erótica LAB: reconfigurações dos espaços para projetos de gênero, prazer e tecnologia”.

(...)

UM DESIGN *QUEER* E TRANSDISCIPLINAR

Para que a conexão entre as questões de gênero, os estudos sobre prazer e o Design de fato aconteça, a transdisciplinaridade precisa se destacar. A atuação transdisciplinar do criativo fundamenta este capítulo e sustenta este ambiente de interação, coexistência e interface.

Edgar Morin reforçou a análise de que “a transdisciplinaridade é a transgressão a dualidade que opõe os pares binários” (NICOLESCU, 1999, p.64-65) ao pontuar que essa teoria “escapa do campo das disciplinas, atravessa-as, como o fizeram, cada um com sua própria cegueira e arrogância, o marxismo, o freudismo, o estruturalismo” (MORIN, 2005, p. 51). A ideia aqui não é navegar por estas teorias, mas observar que o “pensamento complexo” de Morin possibilita dizer que a perspectiva que atravessa as disciplinas é a transdisciplinaridade. Segundo Morin:

Transdisciplinar significa hoje indisciplinar. Toda uma enorme instituição burocratizada – a ciência –, todo um corpo de princípios, resiste ao mínimo questionamento, rejeita com violência e despreza como “não científico” tudo o que não corresponde ao modelo. [...], mas há uma incerteza no conceito de ciência, uma brecha, uma abertura, e qualquer pretensão a definir fronteiras da ciência de maneira assegurada, qualquer pretensão ao monopólio da ciência é por isso mesmo não científico. [...] Se, efetivamente, a mente humana não pode apreender o enorme conjunto do saber disciplinar, então é preciso mudar os dois (MORIN, 2005, p. 51-52).

O que Morin questiona quando menciona “ciência” é a ciência clássica e imutável, que por muito tempo “baniu realidades”. Ele coloca a transdisciplinaridade como ferramenta de integralizar essas realidades banidas, essas disciplinas isoladas ‘sem diálogo’.

A análise do que é a transdisciplinaridade possibilita, para o âmbito deste capítulo, identificar um referencial teórico e uma forma de se projetar que propicie o encontro do Design com os Estudos Queer (estudos sobre gênero e sexualidade).

Então, como é possível aproximar as perspectivas de gênero e o Design? De modo a associar as novas formas de projetar com o conceito da nova terminologia empregada por Portinari sobre a “Queerização do Design”, tem-se que “Queerizar o design seria sensibilizar o campo para os aspectos e os efeitos políticos, éticos, estéticos e subjetivos do design na contemporaneidade, abordando-o enquanto processo social” (PORTINARI, 2017, p.3).

Essa aproximação do queer ao Design não tem o viés de transformar o campo em algo totalizante e imutável, isso vai inclusive contra os preceitos da Teoria Queer, conforme é desenvolvido por ela em seguida:

Portanto não se trata de propor uma transformação do design (que não é uno) pelo queer (que também não é um campo unificado), em

uma abordagem totalizante que não poderia ser mais anti-queer. Trata-se antes de propor a abertura e a potencialização de questionamentos, brechas, linhas de fuga e contaminações. As estratégias, problematizações e (contra) metodologias queer tem atuado em diferentes áreas para promover práticas mais fluídas, borrar fronteiras disciplinares e introduzir na pesquisa acadêmica novas possibilidades de pensamento e de ação. Por outro lado, a perspectiva e os instrumentos do design, especialmente no que concerne o seu papel na materialização de imaginários, políticas, sensibilidades e relações sociais, podem trazer novas possibilidades de problematização e de agenciamento queer (PORTINARI, 2017, p.3-4).

O termo queer, utilizado na teoria, provém do inglês e significa estranho, esquisito ou anormal e “é especialmente utilizado para designar indivíduos de gêneros e orientações sexuais consideradas como desviantes em relação à norma ou à (hetero)normatividade” (Portinari, 2017, p.4).

Portanto, o profissional criativo deve desenvolver um olhar antropológico necessário independente do objeto pesquisado. Mas essencialmente na perspectiva de gênero, esse olhar precisa de ressignificações.

O profissional criativo precisa identificar as questões de gênero como um campo ilimitado e transversal. Aliás, a fim de validar ainda mais as pesquisas no campo dos criativos é de extrema necessidade o puro entendimento do que é o gênero e as questões que o permeiam.

Um olhar desnaturalizado e que problematiza relações é resultado do diálogo, do debate e pleno entendimento da profundidade alcançada pelas sistematizações de gênero que vêm sendo debatidas ao longo dos anos, com um alavancar depois da década de 1980. Diversos autores e autoras contemporâneas enriquecem os diálogos acerca do tema quase diariamente através de textos, contextos, reportagens, artigos, livros e análises como forma de desmistificar um substantivo utilizado, muitas vezes, de forma contraditória.

Conceitualmente, o criativo precisa entender o gênero por fora das naturalizações. Temos a escrita precisa de Pelúcio que eleva o diálogo sobre a pluralidade identificada:

[...] vamos pensar gênero nesta chave: ele é construído social e culturalmente, tem marcas históricas e, portanto, varia. Está relacionado com os corpos, mas nem por isso é natural, pois os corpos, para adquirirem seu significado pleno, precisam das lentes da cultura. Ainda que existam necessidades fisiológicas universais (excreção, fome, sede, cansaço, dor), elas não são resolvidas da mesma forma, nem mesmo dentro de uma mesma sociedade. Sendo assim, gênero, como os corpos, é plural! Quer dizer, temos de pensar em masculinidades e feminilidades e em diversidades de gêneros. Tirar do singular nossa percepção sobre este tema é alargar nosso olhar sobre nossas relações cotidianas. Perceber que não existe A MULHER e O HOMEM de forma absoluta (PELÚCIO, 2014, p.102).

Gênero, portanto, é fundamentalmente uma construção social plural e é definido com profundidade pela pesquisadora Guacira Lopes Louro:

[...] o conceito afirma o caráter social do feminino e do masculino, obriga aquelas(es) que o empregam a levar em consideração as distintas sociedades e os distintos momentos históricos de que estão tratando. Afasta-se (ou se tem a intenção de afastar) proposições essencialistas sobre os gêneros; a ótica está dirigida para um processo, para uma construção, e não para algo que exista a priori. O conceito passa a exigir que se pense de modo plural, acentuando que os projetos e as representações sobre mulheres e homens são diversos (LOURO, 1997, p.23).

O ser humano é complexo, e essa complexidade se estende ao gênero desde o ponto em que temos discussões, por exemplo, sobre visões essencialistas, em que o gênero é naturalizado e vinculado a um determinante biológico com enfoque transcultural e nada histórico, e construcionistas, em que os gêneros provêm de relações sociais e históricas, com dimensões culturais e constituídos simbolicamente.

Todos esses aportes teóricos e discussões devem ser constantemente revisitados (e reativados) pelos profissionais criativos a fim de promover a reflexão para a melhor aplicação da interface entre o gênero e a área criativa. Se no Design vemos a reiteração de gêneros nos produtos desenvolvidos e na simbologia das cores, também vemos uma Arquitetura extremamente generificada e marcada pelas relações de poder que se apresentam. E isso se aplica nas demais áreas.

Para que toda essa perspectiva possa se tornar real, o projetista, ao se aproximar de concepções tidas como transgressoras, necessita uma abordagem subversiva, ou seja, que aplique o que é chamado (de forma criticamente afrontosa) Design Subversivo.

Subversivo é nada mais que algo que modifica a ordem das ideias pré-estabelecidas. No contexto de um Design transmissor de ideais, mensagens e críticas, subverter pode consolidar novos valores e linguagens estéticas (STRAUB, 2015). Na revista ABC Design em sua versão on-line, quando

considera as críticas já feitas ao Design Gráfico, Straub ainda explora mais profundamente o conceito de subversividade:

A mensagem subversiva existe há muito tempo, mas nos 60, em especial no ano de 68, surgiu o fermento que determinados grupos de designers precisavam para potencializar a mensagem urbana como um importante meio de persuasão com pensamento e vínculo ideológico [...] Neste contexto de comunicação “extra-oficial”, o design “subversivo” teve um importante papel na comunicação das ideias e no aglutinamento das pessoas. Os cartazes voltados às propagandas políticas desenvolvidas nas duas grandes guerras deixaram as bases para o que viria na década de 60. Temas como pacifismo, ecologia, feminismo, igualdade racial, lutas contra a bomba atômica e liberdade (principalmente em países do bloco comunista) foram a tônica da comunicação gráfica proposta pelos diversos grupos que pressionavam a sociedade (STRAUB, 2015, p.1).

Para ele, subversivo é um estado de descontentamento, uma vez que o Design tem o papel de expressar, questionar e discutir um entendimento ou

descontentamento com algo ou alguma situação (STRAUB, 2015). O que pode facilmente ser relacionado com a problemática da inserção feminina no ambiente comunicacional e a indignação necessária do projetista ao analisar essa perspectiva.

Um outro exemplo que retrata de forma coesa essa ‘subversividade’ do designer surge ao analisarmos a ascendência da utilização da impressão 3D em obras de arte ou na arquitetura como forma de perverter o sentido do material escolhido, conseqüentemente indo ao desencontro do uso luxuoso de outros materiais. Colocando o Design na posição de valoração a partir do que é subversivo. Conceição Ribeiro, Anderson Horta e Camilo Belchior (2017) resumem essa ideia:

O emprego dos materiais de baixo custo em peças de design tem transformado a relação estabelecida entre o valor de produção e o valor percebido pelos consumidores, que atribuem novos sentidos aos produtos. Esse é o papel preponderante do Design: subverter o valor a

partir da atribuição de novos sentidos, quando da utilização de materiais considerados pouco nobres (RIBEIRO, HORTA & BELCHIOR, 2017, p.9).

Dessa forma, considerando esse potencial de subversão dos projetistas criativos, é preciso analisar como essa ‘queerização’ se desenvolve a partir da subversão. Sabe-se que ela é consequência de uma evolução crítica transdisciplinar.

A fim de conectar o universo queer e o Design através da interface Gênero e prazer, a transdisciplinaridade precisa se destacar. A atuação transdisciplinar do criativo sustenta este ambiente de interação, coexistência e interface.

SEX DESIGN: UMA ÁREA EM CONSTRUÇÃO

No ápice da “nova economia do desejo” (MISKOLCI, 2014), vê-se adiante uma nova realidade, um “mundo complexo” (CARDOSO, 2013) e novas tecnologias, mídias e pluralidades contemporâneas

onde corpos, prazeres, afetos e desafetos precisam estar em evidência nas pesquisas e projetos que envolvam, de alguma forma, a interface entre o gênero e os criativos.

Portanto, ‘Sex Design’ seria mais do que a simples junção dos termos ‘sexo’ e ‘design’, seria a vertente do Design que se preocupa, de forma prática e teórica, com as questões de gênero, sexualidade, prazer, erotismos e desejos aplicadas na área dos projetos criativos, sejam eles produtos gráficos, industriais, digitais, metodológicos, entre outros. O *Sex Design* estaria longe de ser uma simples transgressão. Ele seria uma proposta que busca a recuperação de algo essencial para a humanidade, que traz os tabus e discussões tidas como ‘bizarras’ ao nível das ‘coisas comuns’ e facilmente aceitas. Ele tem o potencial de resgatar a essência científica neutralizadas pelos discursos negacionistas sobre gênero e sexualidade.

1. Hallie Lieberman é uma Doutora (PhD) da Universidade de Wisconsin – Madison que pesquisou, em seu projeto de pós-doutorado, sobre a história dos sex toys.

O desenvolvimento dessa nova área denominada *Sex Design* só é possível quando se entende a necessidade de trabalhar colaborativamente em estruturas de redes, englobando transdisciplinarmente as demais áreas, sejam elas criativas ou não.

Estão dentro desse campo projetos de sex toys, estudos sobre a influência dos sex shops, fetiches e ambientes de prazer, projetos gráficos de valorização das questões de gênero, wearables (os chamados vestíveis) voltados ao universo sexual, entre outros inúmeros projetos e pesquisas que se conectem, nem que brevemente, com qualquer questão dessas áreas. O fortalecimento do campo é necessário para uniformizar a busca por informação na área e para conectar os/as pesquisadores/as e os/as projetistas em ambientes físicos e digitais de suporte.

São poucas as pessoas que pesquisam profundamente o *Sex Design* no Brasil e no mundo em âmbito acadêmico, e são poucas as que se declaram pesquisadoras de tal área, provavelmente devido aos tabus envolvidos. Um dos destaques

vai para Hallie Lieberman¹, pioneira na área por publicar, em 2017, um dos primeiros estudos aprofundados sobre a História do sex toys. O livro publicado por ela chama “*Buzz: A Stimulating History of the Sex Toy*” e está representado na Figura 1 abaixo.



Por um lado, pode-se analisar o histórico dos sex toys, ou dos vibradores (como eram apelidados), que já foi publicado algumas vezes, entre elas, nas palavras de Preciado (2014):

FIGURA 1

Livro Buzz, de Hallie Liberman²
Fonte: Website Hallie Liberman
(2024)

2. Disponível em: <https://www.hallielieberman.com/>. Acesso em 06 ago. 2024

O vibrador aparece como instrumento terapêutico da histeria pouco depois, em 1880, exatamente como uma mecanização desse trabalho manual. O vibrador Weiss, por exemplo, era um aparelho eletromecânico que procurava massagens rítmicas tanto no clitóris e da região pélvica como de outros músculos que eram objetos do tratamento por vibração (PRECIADO, 2014, p.111).

Por outro, ao aprofundar-se nos estudos de Lieberman (2017) pode-se visualizar o todo e perceber que muitos acadêmicos ignoram os *sex toys* como tema de estudo, sem mesmo valorizar a importância de estudá-los como parte histórica da humanidade e das relações de prazer. Visto que, provavelmente, os dildos foram inventados muito antes do surgimento da escrita.

Aparentemente, antes que os humanos inventassem a escrita ou a roda, nós inventamos os dildos. [...] Os arqueólogos estão divididos neste ponto. Feitos de osso, marfim, calcário, sílex ou mesmo dentes, esses itens foram tradicionalmente classificados como endireitadores de flechas ou lanças, ferramentas para moldar sílex ou objetos rituais. Em um dos

*mais antigos desses objetos, um encontrado na caverna Hohle Fels, no sudoeste da Alemanha, que tem cerca de 28.000 anos - são visíveis riscos que indicam que ele poderia ter sido usado para a fabricação de ferramentas. Mas, dado que não há razão para que nossos ancestrais precisassem usar pênis de pedra para moldar pederneira, é bem possível que eles fossem usados como *sex toys* (LIEBERMAN, 2017, p.19, tradução nossa).³*

Também fica claro em seus textos que a história dos *sex toys* está repleta de medo e regulamentações masculinas e falocêntricas. Aliás, é indispensável pontuar que o termo falocêntrico vem da análise de diversas áreas como a Psicologia e as Ciências Sociais, que o consideram como algo centrado no órgão sexual masculino (por isso o termo ‘falo’) e indicativo da superioridade masculina em detrimento dos demais indivíduos.

Mas a história dos *sex toys* não é, simplesmente, uma história de culturas patriarcais em um processo de restrição da sexualidade feminina. O

3. Texto original: “Apparently, before humans invented writing or the wheel, we had invented dildos. [...] Archaeologists are divided on this point. Made of bone, ivory, limestone, sílex, or even teeth, these items have been traditionally classified as arrow or spear straighteners, tools to shape flint, or ritual objects. On one of the oldest of these objects one found in the Hohle Fels cave in southwestern Germany, which is about 28,000 years old scratches are visible that indicate that it could have been used for toolmaking. But given that there is no reason that our ancestors needed to use stone penises to shape flint, it is quite possible that these were used as *sex toys*.” (LIEBERMAN, 2017, p.19)

processo é muito mais complexo e foi observado por Lieberman (2017) ao analisar a história japonesa dos sex toys (Figura 2).

De maneira geral, esse recorte histórico não era simplesmente a “história de médicos masturbando pacientes do sexo feminino em seus consultórios” (Lieberman, 2017, p.29) como foi pensado por muitos anos. É possível retratar seu surgimento, por volta dos anos 1800, pautado na utilização para o tratamento de doenças em qualquer

aspecto, entre elas, a chamada histeria. Tal origem se deu, a princípio, na França, Alemanha, Inglaterra, China, Japão e América.

Ao direcionar seus estudos para a América, Lieberman (2017) percebeu a dificuldade em encontrar qualquer resquício histórico que revelasse as origens e o impacto dos sex toys no continente americano.

Das muitas regiões que pesquisei, o lugar mais difícil de rastrear a história de uma cultura com sex toys foi, surpreendentemente, a América. Os



FIGURA 2

Um kit de ajuda sexual do Japão do final do século 19 / início do século 20⁴. Fonte: LIEBERMAN (2017)

4. Texto original: “A sex aid kit from late 19th century/early 20th century Japan”

5. Texto original: “Of the many regions I researched, the most difficult place to trace a culture’s history with sex toys was, surprisingly enough, America. Books on the history of pornography basically ignored sex toys. I searched all the scholarly literature with little luck, aside from a few paragraphs in an article in an issue of the Journal of Popular Culture from the 1970s. If there was a version of shunga here, I wasn’t able to find it.” (LIEBERMAN, 2017, p.25)

livros sobre a história da pornografia basicamente ignoravam os sex toys. Pesquisei toda a literatura acadêmica com pouca sorte, a não ser alguns parágrafos de um artigo de uma edição do Journal of Popular Culture dos anos 1970. Se houvesse uma versão de shunga aqui, eu não consegui encontrar (LIEBERMAN, 2017, p.25, tradução nossa).⁵

Essa dificuldade se estende até hoje na América do Sul, por exemplo, ao verificar-se a pequena produção acadêmica brasileira que contemple as profundezas de um campo de pesquisa chamado,

aqui, de *Sex Design*. Não se encontra de maneira fácil o registro de grandes publicações com alcance considerável por conta de estudos dentro do campo. O que possivelmente aumentará ao longo dos próximos anos. Por esse motivo, esmiuçar o que existe é ainda mais necessário, além de traçar conexões com áreas correlatas e tecer argumentos que sustentem o *Sex Design*.

Ao tomar como um dos pontos de partida o Design, pode-se analisar alguns aspectos essenciais em termos de projeto, que validem a necessidade de os próprios criativos começarem o desenvolvimento substancial do novo campo. Por exemplo, ao buscar nas reflexões de Paul Rand sobre os pensamentos que cercam o Design Gráfico, vê-se ele dissertar sobre o designer como construtor do problema.

Mesmo que a origem desta percepção seja o design gráfico, pode-se levar a perspectiva para todas as áreas criativa. O criativo, ou “o designer, geralmente, não parte de uma ideia preconcebida. Ao contrário, a ideia é (ou deveria ser) o resultado

de uma observação e um estudo cuidadoso, e o Design é um produto dessa ideia” (RAND, 2015, p.12). Ou seja, o profissional criativo que observa cuidadosamente algum aspecto relacionado ao gênero e ao prazer, por exemplo, e percebe a insuficiência teórica e estrutural das análises da própria área que dialogam, deve reformular a questão ou o problema identificado. Criando um ‘novo problema’ que sirva como base ao que está sendo projetado ou discutido. Dessa forma, o criativo é capaz de formular o próprio problema central do projeto no *Sex Design*. Observamos isso nas palavras de Paul Rand sob o viés da área gráfica:

Uma vez que o material fornecido é muitas vezes insuficiente, vago, desinteressante ou, por alguma outra razão, não é próprio à interpretação visual, a tarefa do designer é recriar ou reformular o problema. Para tanto, ele às vezes terá de descartar ou revisar boa parte do material dado. Por meio da análise (redução do material complexo a seus componentes mais simples... como, por que, quando e onde), o designer é capaz de começar a formular o problema (RAND, 2015, p.12).

À medida que o criativo desenvolve o problema, este pode levar ao projeto transdisciplinar que promova o diálogo entre sua área de origem, áreas correlatas e o *Sex Design*, por meio da discussão sobre gênero, sexo, prazer, sexualidade e erotismos direcionada ao produto desenvolvido. Como produto, não se considera apenas algo físico, mas também algo digital, gráfico, acadêmico, textual e social.

Ao tomar como base a universalidade do ‘sexo’, termo que inicia o nome desse novo campo, percebe-se a assertividade em direcionar tal área para o centro de convergência transdisciplinar dos projetos e análises sobre sexo, gênero e prazer no âmbito criativo. Ramón Ubeda afirmou isso ao elaborar, em 2004, um dos primeiros *Brainstorming Books*⁶ (Figura 3) diretamente relacionados ao tema sexo e que utiliza, no título, o termo *Sex Design*. O livro apresenta uma coletânea de projetos que tem como base visual o sexo ou o prazer em seus desenvolvimentos. Alguns exemplos de produtos destacados podem ser vistos nas Figuras 4, 5 e 6.

Por trás de um desenho, há sempre um autor, e todos os que aqui exibem têm nomes e sobrenomes. Também costumam ter uma história. É do conhecimento geral que as palavras são excessivas nas publicações sobre questões sexuais, e é verdade que muitas imagens não necessitam delas, porque a linguagem do sexo é universal. No entanto, são importantes para que as páginas deste livro sejam ainda muito mais explícitas (UBEDA, 2004, p.9, tradução nossa).⁷

Como já foi dito, apesar por buscar a universalização dos projetos sobre sexo e prazer, o livro de Ubeda não explora de forma teórica o surgimento da área do *Sex Design* retratada nesse capítulo. Pelo contrário, ao que parece o termo é utilizado para associar simplesmente as palavras ‘sex’ e ‘design’ como parte de um nicho onde encontram-se apenas uma coletânea de produtos que falam ou dialogam com o sexo, sem um caráter amplamente científico de um campo teórico e estrutural (como, por exemplo, acontece ao falar

6. O termo *Brainstorming Books* significa um “livro de tempestade de ideias”, ou seja, um livro de referências textuais ou visuais que compreendam algum universo explorado.

7. Texto original: “*Detrás de un diseño hay siempre un autor, y todos los que aquí se exhiben tienen nombre y apellido. También suelen tener una historia. Ya se sabe que en las publicaciones de temática sexual generalmente sobran las palabras y es bien cierto que a muchas imágenes no les hacen ninguna falta, porque el lenguaje del sexo es universal. Sin embargo, aquí son importantes para que las páginas de este libro sean si cabe todavía mucho más explícitas.*” (UBEDA, 2004, p.9)

FIGURA 3

Livro Sex Design de Ramón Ubeda
Fonte: Website Hallie Liberman (2024) Fonte: Website ramonunedad.com (2024)

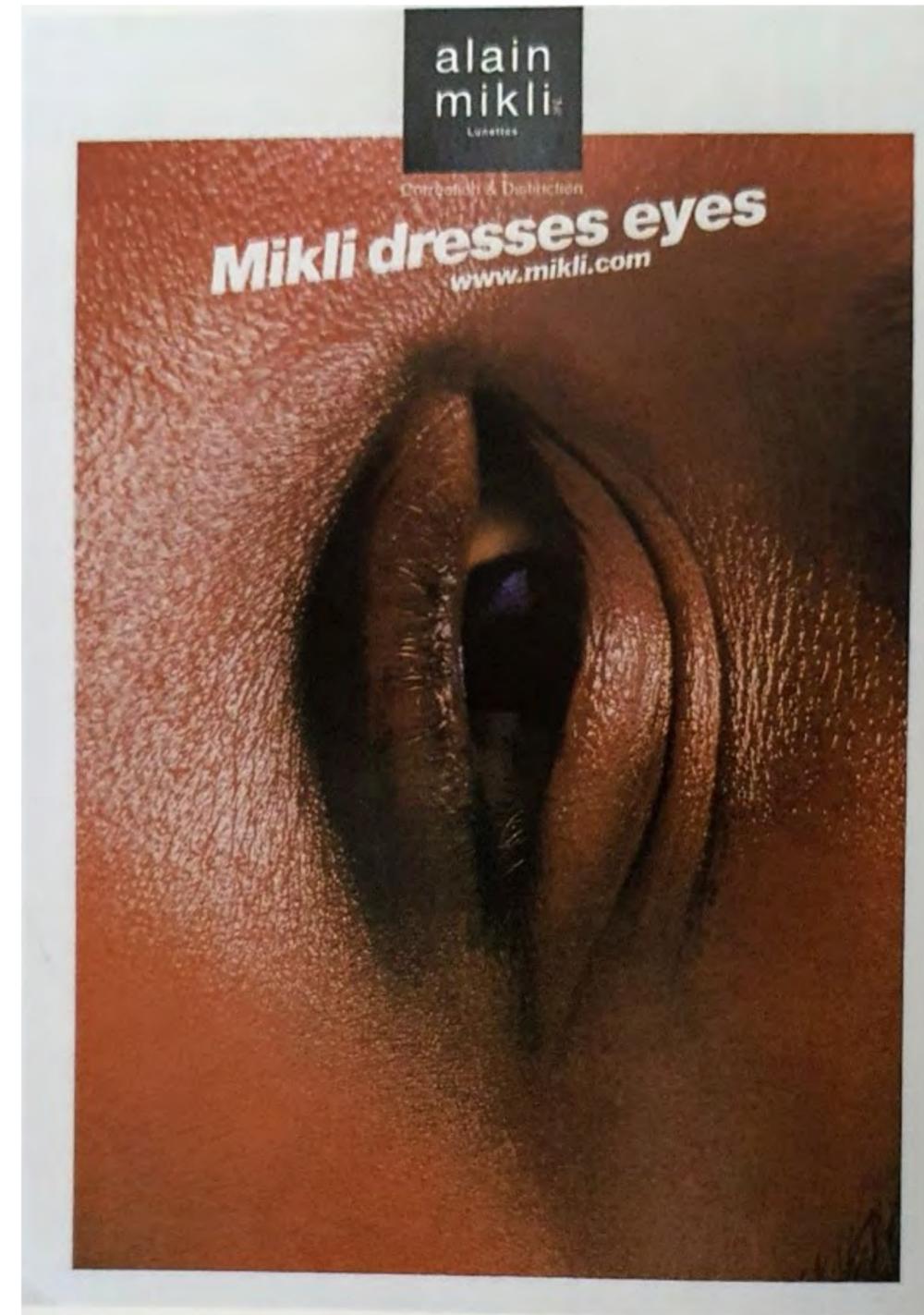
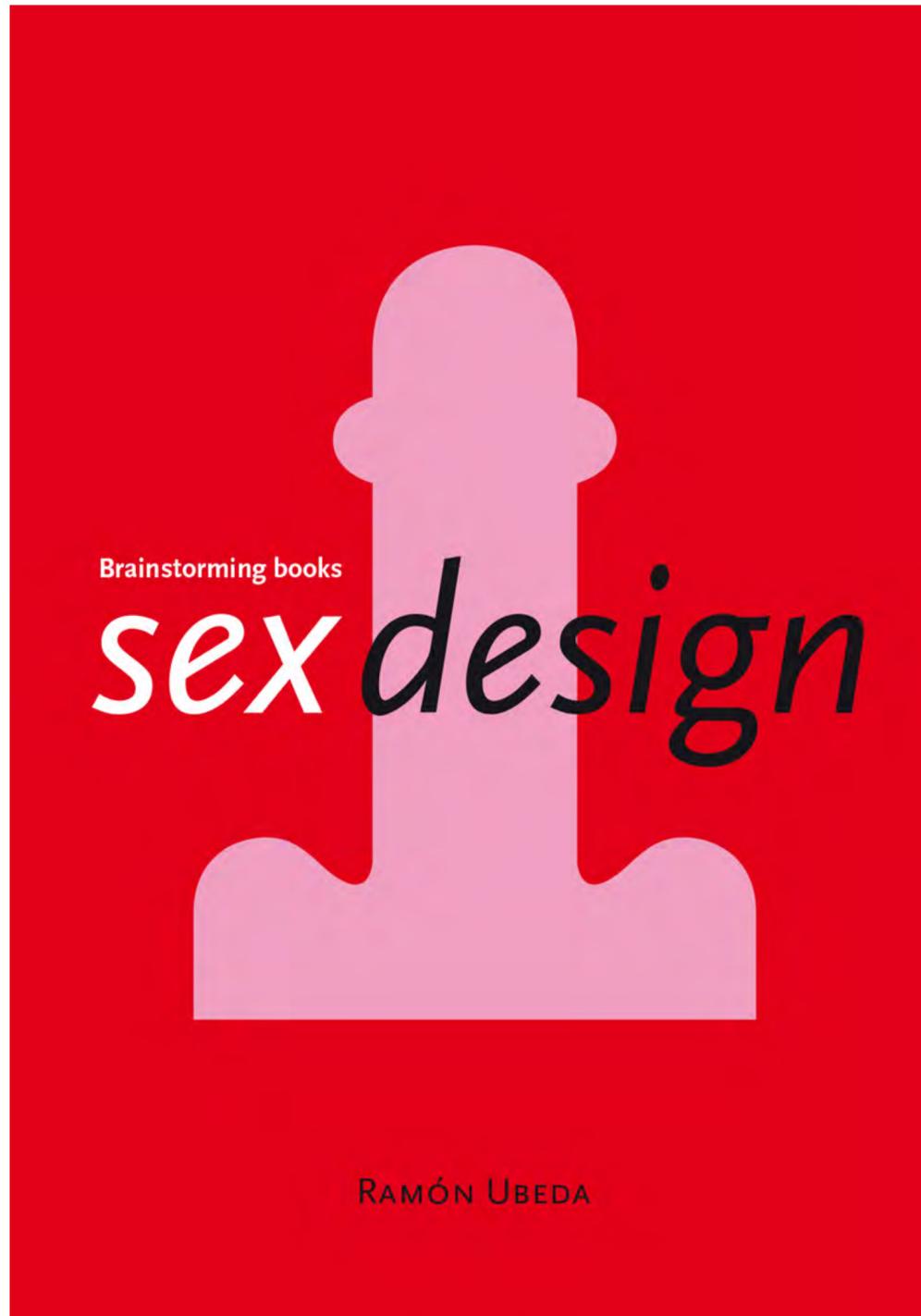


FIGURA 4

Imagem publicitária Mikli viste los ojos de Devarrieux-Villaret
Fonte: Os autores (2020)

FIGURA 5

Alfabeto Desnudo de Anthon Beeke Fonte: Os autores (2020)

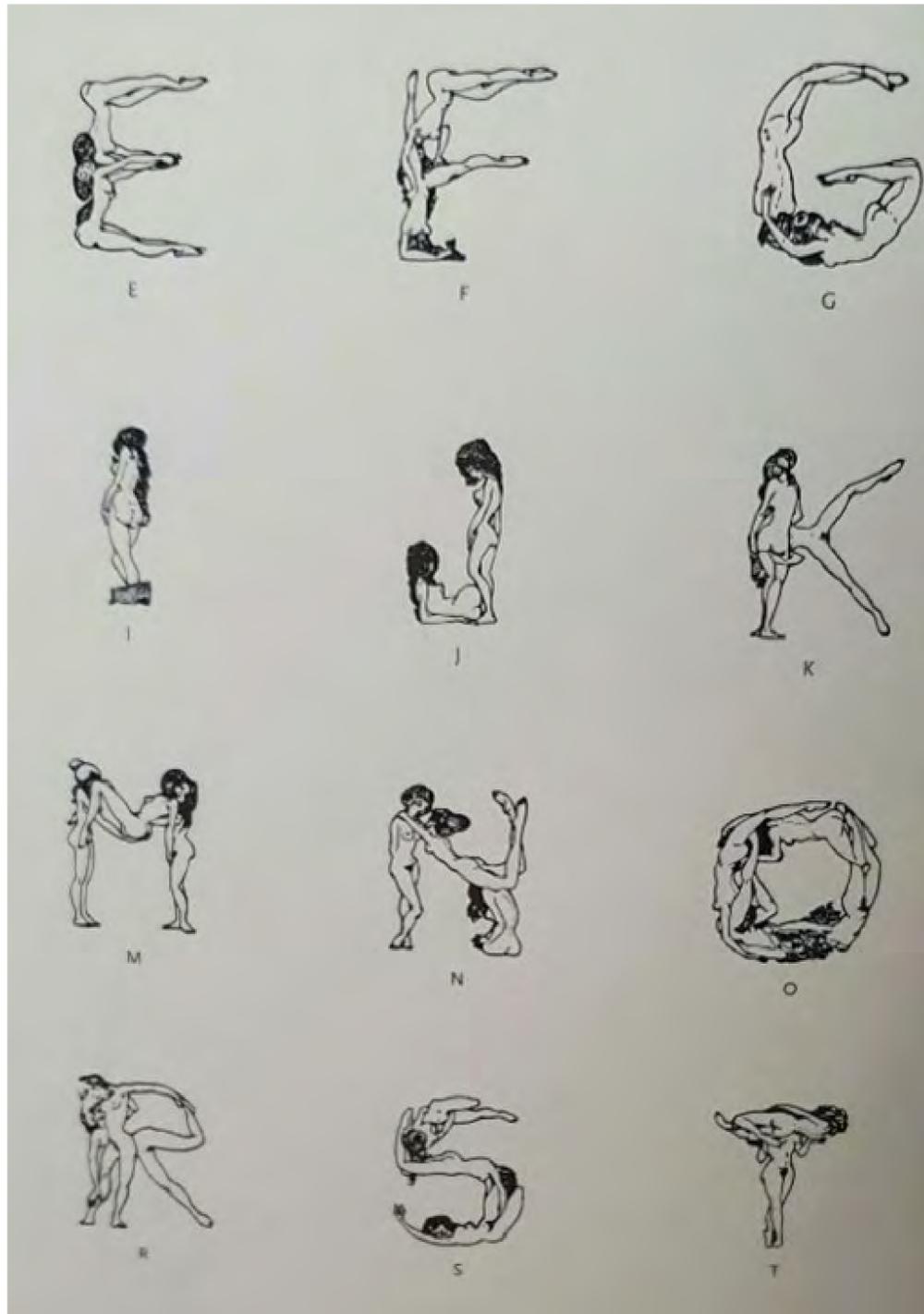


FIGURA 6

Osos libidinosos de Jordi García
Fonte: Os autores (2020)Fonte:
Elaborado pelos autores.

graphic design ou Design Gráfico para fazer referência à grande área que explora inúmeras facetas gráficas dentro do universo do Design).

Tendo como ponto de partida essa constatação, ao olhar para a capa do livro de Ubeda (figura 3) é possível identificar claramente a referência utilizada para concretizar a organização visual: um pênis

Partindo do princípio de que as discussões na área do Sex Design precisam começar a aparecer com a finalidade de desenvolver e aumentar a amplitude dela, será feita a retomada das capas dos dois livros citados anteriormente (“Sex Design”, de Ramón Ubeda e “Buzz”, de Hallie Lieberman) para uma análise pontual que coloca o ponto crítico sob a problemática provinda do falocentrismo.

FIGURA 7

À esquerda, a capa do livro “Sex Design”, de Ramón Ubeda e à direita, a capa do livro “Buzz”, de Hallie Lieberman. Fonte: Os autores (2020)



como figura central em rosa, ocupando boa parte da área de criação e trazendo a imposição tão frequente do registro falocêntrico como representatividade do que se refere o termo ‘sex’ em todo o livro. É como se o ‘sexo’ fosse representado apenas pela figura viril de um ‘pênis ereto’ detentor de todo o prazer e que impõe o controle de narrativa sobre as questões de gênero e sexualidade que pudessem aparecer ao abrir o livro.

Algumas indagações podem ser feitas, como: Por que a figura do pênis é utilizada como totalizante ao discursar sobre sexo em um *brainstorming book*? Por que a figura do pênis está ereta? Será que um pênis resume o que, de fato, é o *Sex Design* ou mesmo define uma hegemonia do sexo masculino? Os outros corpos não são merecedores de prazer?

Nenhuma dessas perguntas pode ser respondida diretamente ao ler o livro, mas ao analisá-lo por completo vemos que não, o pênis não representa a totalização de todos os produtos exemplificados pelo autor ao longo das mais de 250 páginas.

Se o autor foi consciente dos estudos de gênero e sexualidade, a escolha da capa poderia ser um erro marcante dentre diversos projetos que reiteram a supremacia do masculino perante o feminino. Agora, se não houve essa consciência e estudo na área e o desenho da capa foi apenas escolhido por similaridade temática, fica claro que o subconsciente projetual ainda é repleto de marcas impostas que afirmam constantemente que “homens são melhores que mulheres”, “o corpo feminino não é tão merecedor de prazer quanto o corpo masculino”, “masculinidades e feminilidades estão categóricas e hierarquicamente distantes”, entre outros tantos imperativos heteronormativos.

A intenção aqui não é a de culpar o autor por uma escolha ou outra, uma vez que ele não foi entrevistado para colocar sua visão sobre a capa. A ideia é a de tornar visível a crítica que diversas vezes passa despercebida aos mais atentos olhares, por conta da sociedade não dar protagonismo a esses detalhes há anos. A invisibilização da ‘questão da mulher’, da ‘questão dos corpos’ e das feminilidades não pode ser esquecida, muito menos

em uma área promissora como o *Sex Design*, que pode vir a enfrentar essas imposições no universo criativo no futuro (e por que não no presente?).

Um segundo levantamento possível permeia o seguinte questionamento: então quais são as ‘figuras’ que representam os sexos, os corpos, as masculinidades, as feminilidades e o prazer? Não existe resposta certa, desde que a figura escolhida represente algo plural, que desafie os conceitos normatizantes e que represente mais e mais pessoas. Ou que ao menos trace a crítica necessária ao enfrentamento destas imposições. Como é o caso da capa do segundo livro.

O livro de Lieberman busca o caminho oposto (figura 1). Ele utiliza da semiótica para sugerir à mente, diversas interpretações do que consistem em símbolos linguísticos como letras, parênteses e asteriscos. Ao falar sobre a história e a origem dos *sex toys*, Lieberman não ignora o corpo feminino e o sexo feminino ao retratar ‘semióticamente’ uma vagina na capa. Sendo o asterisco a representação do clitóris. Novamente isso não

está escrito no livro ou em depoimentos da autora, mas é nítido ao serem analisados os aspectos do Design Gráfico com um olhar crítico. Vê-se o enfrentamento imposto por ela em uma ‘simples’ capa, que carrega transgressão e design e que demonstra a essência da própria área do *Sex Design*.

O mesmo olhar crítico vale, por exemplo, para a grande maioria dos *sex toys* encontrados atualmente e que reforçam apenas o formato fálico e ‘vigoroso’, intangível e inatingível, como se ditassem as regras sobre o que pode gerar prazer no corpo feminino.

Maria Filomena Gregori (antropóloga que constantemente analisa as questões de gênero e sexualidade que permeiam, entre tantas outras coisas, os *sex shops* e os *sex toys*) menciona em um de seus artigos que a investigação sobre o consumo desses objetos pelos usuários demonstra a mobilização de todo um repertório de convenções de gênero e sexualidade construído socialmente, historicamente e culturalmente. Gregori pontua que:

Examinar o mercado erótico contemporâneo permite vislumbrar dinâmicas que revestem as relações entre corpos e pessoas e desafia pensar sobre os limites materiais do corpo como algo em separado daquilo que designa pessoas (GREGORI, 2011, p.1).

Pautado nessa análise de Gregori, não se pode generalizar que os objetos eróticos atualmente seguem exclusivamente o formato fálico tradicional. Existem novas propostas e produtos inclusive feitos ‘por mulheres para mulheres’ que refletem de forma mais assertiva as diversas formas de prazer feminino. São ao menos três os problemas: eles ainda são pouco acessíveis devido ao alto custo, eles ainda são mais encontrados fora do país do que no mercado erótico brasileiro (representando uma pequena ‘fatia’ dos produtos eróticos encontrados nacionalmente) e, apesar das diferenciações, ainda prevalecem muitas linhas de produtos com formatos que se assemelham ‘semióticamente’ aos objetos fálicos (apesar de menos realistas e mais minimalistas).

Os exemplos são muitos e permeiam praticamente toda a área criativa que se arrisca a projetar algo para o prazer, ou mesmo perpassam os profissionais criativos que desenvolvem projetos gráficos e industriais para pesquisas e para o mercado erótico e publicitário de marcas correlacionadas ao tema.

Nesse contexto, o *Sex Design* surge como potencial área de concentração dos estudos e aplicações criativas que envolvam prazer, gênero e sexualidade para conscientizar e ajudar na disseminação de informação entre os criativos. Falar de gênero e sexualidade no campo do Design e das tecnologias é necessário e indispensável.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Rafael. **Design Para Um Mundo Complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

GREGORI, M. F. Usos de sex toys: a circulação erótica entre objetos e pessoas. In: **Mana**: Estudos de Antropologia Social. Rio de Janeiro, v.17, n.2, 2011.

LIEBERMAN, H. **BUZZ: A Stimulating History of the Sex Toy**. New York: Pegasus Books Ltd., 2017.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis: Vozes, 1997. Disponível em: <https://www.ufpb.br/escolasplurais/contents/noticias/e-books/secao-1-10-32-de-de-finibus-bonorum-et-malorum-escrita-por-cicero-em-45-ac> Acesso em: 11 jan. 2024.

MISKOLCI, R. São Francisco e a Nova Economia do Desejo. In: **Lua Nova**: Revista de Cultura e Política, São Paulo, n.91, p.269-295, 2014. Disponível em: <http://www.cedec.org.br/memoria-e-historia---no91--ano-2014>. Acesso em: 17 jan. 2024.

MORIN, E. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2005.

NICOLESCU, B. **O Manifesto da Transdisciplinaridade**. São Paulo: TRIOM, 1999.

PORTINARI, D. Queerizar o Design. **Revista Arcos Design**. Rio de Janeiro, v. 10, 2017.

PELÚCIO, L. M. Desfazendo o gênero. In: MISKOLCI, R.; LEITE JÚNIOR, J. (Org.). **Diferenças Na Educação**: Outros Aprendizados. São Carlos: Editora EdUFSCar, 2014, p.101-152.

PRECIADO, B. **Manifesto Contrassexual**. 2014. 224f. São Paulo: Editora N-1 edições, 2014.

RAND, P. **Pensamentos sobre design**. 95f. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes LTDA, 2015.

RIBEIRO, R. A. C. HORTA, A.; BELCHIOR, C. Design Subversivo: atribuindo outros sentidos aos materiais para a arte. In: Congresso Internacional e VIII Workshop Design & Materiais, 2., 2017, Joinville. **Anais eletrônicos** ... Campinas: Galoá, 2017. Disponível em: <https://proceedings.science/dm/papers/design-subversivo%3A-atribuindo-outros-sentidos-aos-materiais-para-a-arte.?lang=pt-br>. Acesso em: 21 jan. 2024.

STRAUB, E. **Design Subversivo**. Revista abc Design. 2015. Disponível em: <https://www.abcdesign.com.br/design-subversivo/>. Acesso em: 16 jan. 2024.

UBEDA, R. **Sex Design**. 256f. Espanha: Linea Editorial, 2004.



DORIVAL CAMPOS ROSSI

Dorival Rossi é professor do curso de graduação em design (trabalha com linguagens complexas) e do programa de pós graduação em Mídia e Tecnologia PPGMIT da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design FAAC da UNESP Bauru. Desenvolve projetos em design aberto (Open Design), Semiótica, Tecnoculturas e Tecnologias emergentes e as novas mediações entre o corpo físico ('physis'), os suportes eletrônicos ('tecknê') e o espírito criativo ('ânima'). Coordenador do FAB LAB CITEB Bauru (Laboratório de Fabricação Digital) que exercita a cultura maker, projetos DIY e projetos compartilhados em rede. Líder do grupo de pesquisa P.I.P.O.L. CNPq e membro do comitê gestor do Centro de Inovação CITEB campus Bauru.

EMAIL: bauruhaus@yahoo.com.br



GUILHERME CARDOSO CONTINI

Guilherme Cardoso Contini é doutorando em Design pelo PPGDES - FAAC/UNESP. Mestre em Mídia e Tecnologia (2021) e Designer Gráfico (2018) pela mesma instituição. Foi bolsista de Doutorado pela CAADI (Coordenadoria de Ações Afirmativas, Diversidade e Equidade) e é Docente Bolsista o Departamento de Design da UNESP. É fundador e coordenador do Erótica LAB e trabalha com estudos sobre Gênero e Sex Design, ecossistemas práticos de criação e gestão de equipes de design.

EMAIL: guilherme.contini@unesp.br



LARISSA PELÚCIO

Larissa Pelúcio é livre docente em Estudos de Gênero, Sexualidade e Teorias Feministas, professora de Antropologia no Departamento de Ciências Humanas, Unesp, campus Bauru. Doutora em Ciências Sociais pela UFSCar. Autora dos livros Abjeção e Desejo - uma etnografia travesti sobre o modelo preventivo de aids e Amor em Tempos de Aplicativos - masculinidades Heterossexuais e a nova economia do desejo, ambos publicados pela Annablume com apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)

EMAIL: larissa.pelucio@unesp.br



APROXIMAÇÕES ENTRE AS INTERVENÇÕES GRÁFICAS URBANAS E O DESIGN

GUSTAVO LASSALA

DOI 10.52050/9788579176753.9



O objetivo do estudo é mapear, comparar e analisar como as intervenções gráficas urbanas convergem por meio de recursos comuns ao design em um contexto de deslocamento cultural para ampliar os pontos de contato e interação com o público. Parte-se do princípio de que existe um potencial de significação nas manifestações dos intervenientes urbanos por meio de recursos comuns ao design. O assunto apresenta relações com a linguagem gráfica das mídias digitais e o papel social do design contemporâneo. Pretende-se com isso, contribuir para a ampliação dos conceitos no campo do design e com os estudos das práticas e métodos não-acadêmicos. A compreensão de tal objeto servirá para refletir sobre a prática do design em um contexto mais amplo que extrapola o limite da prática projetual convencional, pois trata de indivíduos que, na maioria das vezes, estão à margem da organização social mediada pelas instituições dominantes.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Fonte: <https://www.instagram.com/subiuone/>

INTERVENÇÕES GRÁFICAS URBANAS

A paisagem urbana contemporânea comporta inúmeras manifestações visuais que concentram esforços para construção material e representação simbólica das relações sociais e espaciais. Para a socióloga americana Sharon Zukin (2000), a circulação de imagens para consumo visual é inseparável das estruturas centralizadas de poder econômico. Portanto, a paisagem urbana pode ser pensada como construção, ordenação e imposição, mediada pelo poder das instituições dominantes (igrejas, fábricas, franquias corporativas, estado etc.) de modo a criar contraste com o que é construído e vivenciado pelos desprovidos de poder, criando uma espécie de conflito. Essa assimetria de poder modela o sentido dual da paisagem.

Nesse sentido, é possível pensar nas intervenções gráficas urbanas espontâneas que ocorrem nos centros urbanos como algo relacionado aos desprovidos de poder. Além disso, deve-se admitir

que as pessoas podem intervir na paisagem urbana das mais variadas formas e motivos. Entretanto, a linguagem visual que normalmente estamos acostumados a ver na paisagem urbana dos grandes centros urbanos atualmente tem origem no movimento do "graffiti", iniciado na cidade de Nova Iorque, na década de 1970. Esse fenômeno influenciou a atuação dos interventores mundo afora, mas é importante ressaltar que, no Brasil, o grafite adquiriu características particulares (Manco; Neelon, 2005) que se distanciam da influência do estilo norte-americano devido ao uso de elementos da cultura brasileira.

O grafite – no texto vamos priorizar a grafia em português – teve sua origem associada ao "Tag", que pode ser traduzida como assinatura e associada à tecnologia da tinta em spray e à disseminação de nomes pela cidade de modo contraven-tor. Em seguida, evoluiu para outras formas mais elaboradas de elaboração do design de letras como o Bomb, que possui mais de uma camada de cor, formato arredondado e confecção rápida em espaços sem outorga. Também é presente a

criação de personagens associados à composição com letras ou não, entre outras formas de atuação, como murais, pós-grafite que comportam intervenções na cidade além da tinta, temáticas abstratas, etc, em grande parte, com prioridade para o uso de cores vibrantes e imagens que,



FIGURA 1
Figura 1: (A) Exemplo de Tag;
(B) Exemplo de Bomb; (C)
Exemplo de Grafite com uso de
personagem e cores vibrantes.

naturalmente possuem maior aderência à vida coletiva institucional e uma busca por linguagem e práticas consensuais. (Lassala, 2017).

Por outro lado, temos no Brasil a pixação, grafada com a letra x, que é um movimento subversivo e endêmico da cidade de São Paulo com estética e elementos de sociabilidade particulares. Esse fenômeno surgiu na década de 1980 e mantém até a atualidade a prioridade para a assinatura de

interventores individuais ou grupos, chamada Pixo, com um estilo de letras retas, alongadas e pontiagudas. As intervenções possuem um tipo de sociabilidade específica que se organiza em grupos, prioriza a busca por notoriedade entre os pares, organiza encontros que estabelecem laços entre os atuantes e mantém tradições, respeito aos interventores antigos e a memória do movimento viva. Além de ter sedimentado um estilo de letras diferente do Tag americano, que possui estética embolada e sobreposta, semelhante a uma assinatura comum. O Pixo também comporta uma evolução gráfica para a confecção das letras com



FIGURA 2
(A) Exemplo de Pixo
confeccionado com Spray; (B)
Exemplo de Grapixo.

mais de uma cor, chamada Grapixo. É algo próximo do Bomb, de matriz norte-americana, mas com um design específico. (Lassala, 2017).

DESLOCALIZAÇÃO E CONVERGÊNCIAS

Os grafismos que subvertem a paisagem para a disputa de espaço com técnicas e motivos variados, em muitos casos, possuem objetivos similares a uma marca em busca de notoriedade, ao mesmo tempo, constroem relações sociais e culturais ao intervir na paisagem urbana com ou sem outorga. Essas manifestações foram se transformando ao longo do tempo em termos de linguagem gráfica e formas de difusão. Uma das principais mudanças ocorridas nesse processo e que interessa a discussão aqui presente é o que Campos (2012) define como deslocalização social do graffiti. Esse comportamento se estabelece a partir do momento em que o trabalho do interventor não articula mais laços sociais e exclusivos

do espaço urbano e passa a pertencer a uma extensa malha de interlocutores, de produtores e receptores de informação, a nível global, mediado principalmente pela internet.

Também é possível notar um fenômeno presente na pós-modernidade conhecido como hibridismo cultural. Ao propor um debate sobre essa teoria, Canclini (2003) se ocupa em compreender o diálogo entre a cultura erudita, a popular e a de massas, bem como os processos de recepção e apropriação dos bens simbólicos. O entrelaçamento desses elementos veio a engendrar o que ele designa como “culturas híbridas” que pode ser definido como uma ruptura entre as barreiras que distanciam o que é tradicional (antigo) e o que é moderno (novo), entre o culto, o popular e o massivo. Ou seja, a hibridação cultural consiste na miscigenação entre diferentes culturas, uma espécie de heterogeneidade cultural aplicada no cotidiano do mundo moderno. Portanto, o interventor ao deslocalizar o seu trabalho da rua consegue desmontar as categorias e pares de

oposição convencionais como subalterno e hegemônico, pois o pensamento de Canclini permite cruzar margens entre os rótulos culto e o popular.

A hibridação seria, conforme Canclini, (2003) explicada por três processos fundamentais: a quebra e a mescla das coleções organizadas pelos sistemas culturais (descoleção); a desterritorialização dos processos simbólicos; e a expansão dos gêneros impuros. Interessa-nos os processos combinados de descolecionamento e desterritorialização. Canclini desconstrói as relações da população com certo tipo de território como elemento chave para o comportamento de grupo e a organização de bens simbólicos como forma de distinção entre classes. Nessa perspectiva, é possível abordar o uso das intervenções urbanas fora do seu contexto como um processo de desterritorialização e reterritorialização sem prejuízo necessário para a absorção do produto fruto desse processo de hibridação, bem como não é possível distingui-lo como culto, popular ou massivo pois as culturas já não se agrupam em grupos fixos e estáveis.

Keith Haring, conhecido por realizar intervenções nas ruas de Nova Iorque, no início da década de 1980, com uma linguagem pop associada ao grafite, possivelmente foi um dos precursores do processo de deslocalização e hibridismo cultural com a temática da intervenção urbana. Ele lançou em 1986, em parceria com a marca Swatch, três relógios personalizados com sua linguagem gráfica particular. Haring também abriu, na mesma época, a Pop Shop no SoHo, Nova Iorque, para vender gravuras e outros produtos como camisetas, brinquedos, pôsteres, entre outros, estampados com os grafismos que ele pintava nas ruas. Ele considerava a loja uma extensão de seu trabalho nas ruas e defendia que a arte não era nada se não atingisse todos os segmentos da população. De acordo com o site da fundação Keith Haring, a loja permitia às pessoas maior acesso ao trabalho do autor, ao passo que disponibilizava produtos de baixo custo.

FIGURA 3

Poster de divulgação da parceria entre a empresa Swatch e Keith Haring; (B) Relógio no detalhe.



Desde então, outros interventores urbanos, independente das convicções individuais ou do grupo a que pertencem, têm passado pelo mesmo processo de atuação entre esses mundos distintos: a atuação interventora na rua e criação de produtos derivados para o mercado. Entretanto, a partir do século XXI, esse fenômeno se intensificou com o desenvolvimento acentuado das tecnologias de informação que dão sustentação à internet e convidam o usuário a interagir no ciberespaço. Com as interfaces digitais se tornando cada vez mais presentes no cotidiano de grande parte da população mundial e com disseminação das

ferramentas de produção de conteúdo e facilidade da publicação de conteúdo em redes sociais, as intervenções urbanas passaram a estabelecer uma conexão maior com o campo do design.

Um exemplo interessante do processo de deslocalização por intermédio da internet foi o caso do interventor norte-americano Shepard Fairey. Conhecido por atuar nas ruas com a técnica do sticker, que consiste em usar adesivos para intervir na paisagem urbana. Fairey, criou, em 2008, um cartaz em homenagem ao então candidato à presidência dos Estados Unidos Barack Obama e colocou à venda em seu site. O trabalho fez grande sucesso e a linguagem gráfica da peça acabou sendo adotada como base da identidade visual da campanha oficial de Obama que o levou à vitória. Esse fato tornou o trabalho de Shepard Fairey conhecido mundialmente.

Na medida em que o produto da intervenção ou sua linguagem passa a ser divulgado em outros canais de comunicação, o interventor urbano efetivamente amplia o alcance da sua mensagem,

mas ao mesmo tempo passa a combinar elementos basilares do campo do design. No caso do trabalho criado por Fairey, isso fica evidente com o uso de recursos de diagramação, tipografia, conhecimento de métodos de impressão, softwares gráficos, publicação de site na internet, entre outros atributos. O conceito de convergência apresentado por Henry Jenkins (2013) permite compreender esse processo de difusão da linguagem visual por distintos canais de comunicação em que a intervenção urbana converge da cidade para outras plataformas e suportes na medida em que são interpretados como mensagens e informações transmitidas para espectadores com possibilidades de construção de narrativas com potencial de envolvimento, imersão e participação. A ampliação dessa cadeia de comunicação mediada pelo artefato de design traz impacto para esse tipo de atividade essencialmente urbana e efêmera.

Jenkins (2013) mostra como a narrativa se comporta no panorama atual da convergência midiática em que os consumidores são incentivados a

procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos que se estendem por distintos canais e formatos, construindo uma história envolvente, imersa, integradora e participativa. O autor enfatiza que esse é um processo de transformação cultural e não apenas um fenômeno tecnológico. A possibilidade de estender a narrativa por meio de mídias distintas, permite um caráter dinâmico e oferece ao público vários pontos de acesso a um produto de informação, fazem com que o trabalho de interventor possa ter, por exemplo, a explicação do seu trabalho narrado em uma entrevista na internet, com uma apreciação do trabalho na rua, ao vivo, ou em algum produto, e uma aparição secundária ou paralela em uma rede social. Esse seria um exemplo superficial da maneira como a convergência de meios transformou o consumo da informação nos dias atuais e tem influenciado o trabalho dos interventores urbanos.

O processo de deslocalização e convergência pode ser ainda mais evidente quando o próprio método de construção da intervenção se torna

integrado, como é o caso do trabalho do interventor italiano de pseudônimo Blu, que usa recursos de animação digital para produzir vídeos a partir de suas intervenções urbanas. Em um dos seus vídeos mais conhecidos, chamado Moto, postado em 2008 no Youtube, com 12 milhões de visualizações, o interventor constrói uma animação a partir da técnica chamada Stop Motion ou quadro a quadro em que fotos sequenciais são tiradas para simular movimento. Blu pinta uma imagem na paisagem urbana, em seguida fotografa, depois cobre com tinta branca a imagem anterior e pinta o elemento mais à frente para denotar movimento e fotografa novamente, fazendo isso sucessivamente, ele cria o vídeo com o trabalho de grafite em movimento.

Como veremos em alguns exemplos breves, alguns interventores passaram a atuar com a convergência de linguagem como premissa de projeto. Seja ela posterior a intervenção urbana ou no próprio processo de confecção do trabalho na cidade. A partir de uma pesquisa exploratória em uma rede social como o Instagram é possível



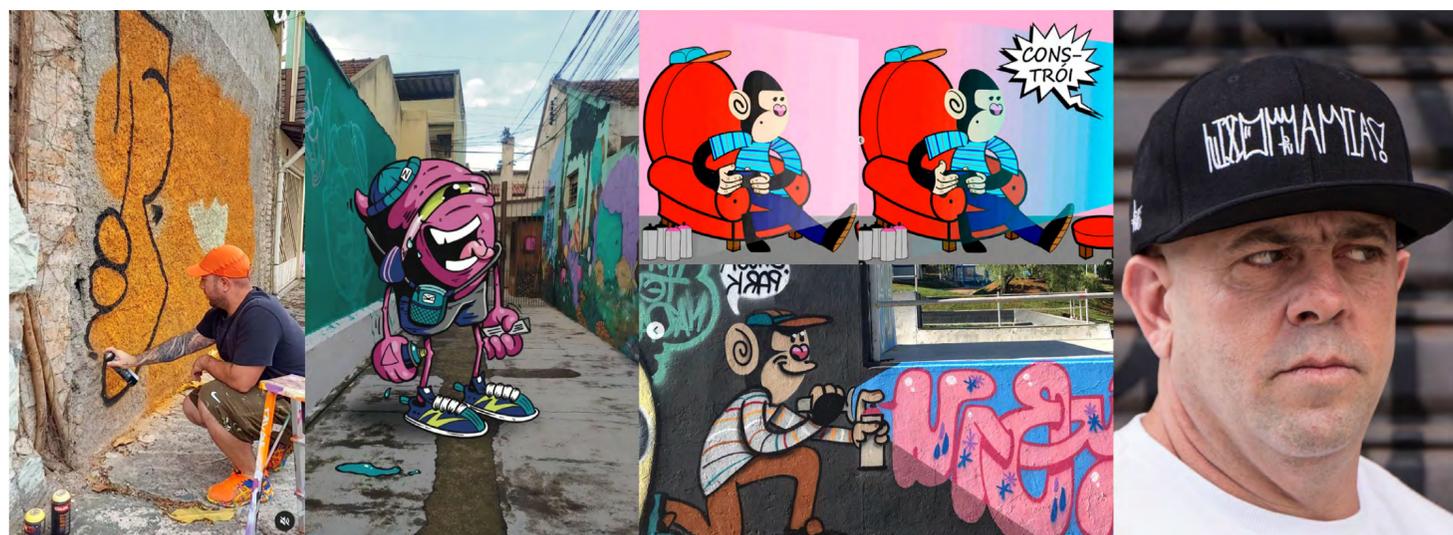
evidenciar essa postura. No perfil do interventor Falge @falgefalge podemos constatar um vídeo passo a passo da construção de um Bomb em um muro com uma breve demonstração do esboço do projeto com caneta em papel; no perfil Lukin @lukinart temos uma foto de um beco com o personagem que o autor costuma pintar pela cidade, construído com software vetorial e integrado com a foto; no perfil do interventor de codinome Subiu @subiuone, visualiza-se o uso de personagem Macaco Nog, normalmente pintando nas ruas, em desenho vetorial e uma performance

FIGURA 4
Vídeo Moto

em vídeo por meio de técnicas de animação; por fim, um último exemplo, a partir do perfil da loja de roupas Chronic @chronic420oficial em que a marca divulga um projeto desenvolvido em parceria (Collab) com um respeitado pixador paulistano, de codinome Zé, em que peças de vestuário são produzidas a partir da assinatura Lixomania, que ele pinta nas ruas.

FIGURA 5

(A) Detalhe do vídeo passo a passo elaborado por Falge; (B) Fusão entre foto e ilustração vetorial do interventor Lukin; (C) Comparativo entre a animação e o personagem pintado na rua pelo interventor Subiu; (D) Boné com a marca Lixomania, fruto da parceria entre o pixador Zé e a Marca Chronic.



RECURSOS COMUNS AO DESIGN

A partir dos exemplos demonstrados, é possível construir um entendimento desse tipo de atuação próxima ao campo do design gráfico e digital. De acordo com Poynor (2010, p.17) "o design de hoje abarca uma gama de possibilidades estilísticas, de abordagens informais inspiradas no vernáculo – admiradas por sua energia e antiprofissionalismo – a formas virtuosas de criação da imagem digital que levam a tecnologia gráfica aos seus limites." Embora Poynor se refira ao design formal (culto) sob influência do popular, é possível também cruzar margens e legitimar a atuação dos interventores urbanos como designers, em um processo reverso, por meio do conceito de hibridação cultural de Canclini (2003).

Dessa forma, entende-se que os interventores lidam com o design por estarem ligados ao desenvolvimento de interface com o usuário por meio de tecnologias digitais a fim de que manifestem mensagens e conceitos, incorporando códigos visuais,

sonoros e sequenciais. (Guerra; Terce, 2019). Em certo nível, o processo de deslocalização e convergência dos trabalhos de intervenção gráfica urbana podem ser considerados um quebra-cabeça de diferentes peças com certos conteúdos, que se sobrepõem e se intercalam para formar um mosaico, um outro conteúdo, neste caso, mais completo e panorâmico. Em grande parte, com experiências interativas digitais, e, ao mesmo tempo, materiais na paisagem urbana, formam um contexto mais complexo de projeto e recepção do trabalho que integra naturalmente o design, a tecnologia e a experiência do usuário, formando um desafio maior de produção e recepção do que é feito para o próprio interventor e para o público.

Considerando a lógica de disputa da paisagem urbana e o modo fluido de comunicação do mundo complexo (Denis, 2012) em que vivemos atualmente, é de se notar que os interventores que desenvolvem a prática da intervenção gráfica urbana venham gradativamente extrapolando a produção exclusiva efêmera e material do trabalho nas ruas para dinâmica projetual fluida e imaterial

(Flusser, 2007) da exposição do trabalho por meio de recurso comuns ao design como websites, animações, criação de produtos, conteúdos em redes sociais, entre outros, para reforçar seu papel social e difundir a identidade do trabalho com a ampliação dos pontos de contato com o público.

É evidente que trata-se de um fenômeno contemporâneo que envolve a área do design, que interessa também às áreas de interesse público. O assunto apresenta não só o estudo das expressões gráficas urbanas, mas, principalmente as relações que estabelece com a linguagem gráfica das mídias digitais e o papel social do design no contemporâneo. Com isso, pretende-se contribuir para a ampliação dos conceitos no campo do design e com os estudos das práticas interacionais entre as linguagens gráficas e métodos não-acadêmicos. Entende-se que a compreensão de tal objeto servirá para refletirmos sobre a prática do design em um contexto mais amplo, que extrapola o limite da prática projetual convencional, pois

o objeto de estudo trata de indivíduos que, na maioria das vezes, estão à margem da organização social mediada pelas instituições dominantes.

Considerando a explosão do meio digital no século XXI, que transformou de modo profundo a paisagem política, econômica, social e cultural, não é de se estranhar que tenham impactado a relação projetual dos sujeitos que realizam intervenção gráfica na paisagem urbana de modo a estabelecer conexões com o campo do design, que sempre esteve relacionado à tecnologia de seu tempo, reformulando seus mecanismos físicos e conceituais para se adequar e atender às novas demandas. Entretanto, deve-se ressaltar a importância de se ampliar o mapeamento, analisar como as intervenções gráficas urbanas convergem dos mais variados modos por meio de recursos de design, entender melhor as demandas de comunicação, e como o processo de hibridação cultural pode operar com potencial de significação para a trajetória desses sujeitos.

REFERÊNCIAS

CAMPOS, Ricardo. **A pixelização dos muros: graffiti urbano, tecnologias digitais e cultura visual contemporânea.** Revista FAMECOS (Online), v. 19, p. 543-566, 2012.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** São Paulo: Edusp, 2003.

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

FLUSSER, Vilém; DENIS, Rafael Cardoso; ABI-SAMARA, Raquel. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação.** São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GUERRA, F. TERCE, M. L. **Design digital: conceitos e aplicações para websites, animações, vídeos e webgames.** São Paulo: Senac, 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2013.

LASSALA, Gustavo. **Pichação não é pixação: uma introdução à análise de expressões gráficas urbanas.** São Paulo, Altamira, 2017.

MANCO, T.; NEELON, C. **Graffiti Brasil.** London: Thames & Hudson, 2005.

POYNOR, Rick. **Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZUKIN, Sharon. **Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder.** In ARANTES, Antônio Augusto (org). O espaço da diferença. Campinas, Papirus, 2000, p. 80-103.



GUSTAVO LASSALA

É professor e pesquisador na Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp/Bauru), no departamento de design. Autor dos livros: Pichação não é pixação: uma introdução à análise de expressões gráficas urbanas. (Altamira, 2017) e Introdução à produção gráfica (Editora Mackenzie, 2018). Tem experiência na área de design gráfico e digital, atuando principalmente com os seguintes temas: graffiti, pichação, processos gráficos, tipografia, ilustração, identidade de marca e animação.

EMAIL: gustavo.lassala@unesp.br



DEU DENGGO! INTERFACE DIGITAL PARA APLICATIVO DE RELACIONAMENTO ENTRE PESSOAS NEGRAS

FERNANDA HENRIQUES · VICTÓRIA GOMES LEAL

DOI 10.52050/9788579176753.10



Este capítulo visa mostrar o desenvolvimento da interface de um aplicativo de relacionamento voltado para pessoas negras, o objetivo é que esse aplicativo funcione como uma extensão do grupo do Facebook Afrodengo, criado por Lorena Ifé, em 2017. Como fundamentação teórica também foi realizada uma revisão bibliográfica acerca dos temas que discorrem sobre afetividade negra, autoestima e relacionamentos românticos, um paralelo entre o footing e os aplicativos de relacionamento, e por último, uma correlação entre os Clubes Sociais Negros e o grupo Afrodengo.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Imagem das telas de Cadastro/Login, Match e Conversas. Fonte: a Autora.

AFETIVIDADE NEGRA

E explicava: o monarca nguni era um imperador já sem império; os brancos eram um império sem imperador. Um imperador termina quando morre; um império faz morada na nossa cabeça e permanece vivo mesmo depois de desaparecer. Era do inferno e não do demônio que nos deveríamos defender. (COUTO, 2015, p. 147)

RACISMO ESTRUTURAL

Com o objetivo de aprofundar as questões raciais que impactam na construção de afetividade por pessoas, primeiro é necessário um entendimento sobre o racismo estrutural. A análise do racismo como estrutura leva em consideração, além do contexto político e econômico, o contexto histórico da sociedade (ALMEIDA, 2019, p. 31).

Ao analisar o contexto histórico de formação da sociedade brasileira, vale a pena destacar, além do processo de escravização das pessoas negras trazidas da África, a marginalização desses

indivíduos na sociedade após a abolição da escravidão. Devido às teorias racistas vindas da Europa acerca do ideal ariano, estes passaram a ser vistos como um problema racial para os intelectuais brasileiros. A ideologia crescente considerava "a população brasileira como feia e geneticamente inferior devido a presença do sangue negro africano" (NASCIMENTO, 1978, p. 70). Por influência dessas teorias, à época, foram propostas políticas migratórias, a exemplo do decreto de 28 de junho de 1890, que tinham por objetivo beneficiar a vinda de brancos para o Brasil, ao mesmo tempo em que dificultava a entrada de não-brancos (NASCIMENTO, 1978, p. 71).

O objetivo era promover, com o tempo, o desaparecimento da raça negra do país através do embranquecimento da população, cujo pilar seria, além da migração de brancos para o Brasil, a miscigenação. Nesse sentido, os mestiços, vendidos ideologicamente como fruto da democracia racial no país, eram vistos por alguns intelectuais

brasileiros da época como o "primeiro degrau na escada da branquificação sistemática do povo brasileiro" (NASCIMENTO, 1978, p. 69).

RELAÇÃO FAMILIAR

Tendo em vista esse histórico de formação do Brasil e a análise do racismo como sendo de nível estrutural, pode-se entender que essa questão atravessa as mais diversas relações estabelecidas entre os indivíduos, sendo uma delas a relação familiar.

O âmbito familiar, ao reproduzir um olhar racista, é capaz de promover a supervalorização de um membro ou a subjugação de outro por conta da cor (HORDGE-FREEMAN, 2015, p. 53). Contribuindo para que a promoção da desigualdade ocorra desde a infância (HORDGE-FREEMAN, 2015, p. 54).

Hordge-Freeman (2015) descreve algumas situações que mostram como o racismo pode fazer parte da vida de um indivíduo desde antes do seu nascimento. Algumas das situações pontuadas

por ela em "A cor do amor" (2015) vão desde a idealização que uma mulher grávida demonstra sobre como serão as características físicas da criança — com foco especial tanto para o nariz fino quanto para os cabelos lisos — a rituais para afinar o nariz do bebê recém nascido, que consistem em apertá-lo por alguns segundos e algumas vezes ao dia. Esses rituais, apesar de não terem sido realizados pelas famílias na época da pesquisa, são constantemente lembrados por estas e pelos vizinhos que as cercam.

Um ponto que vale a pena ser destacado é a relação entre irmãos, em que esse sistema de preferências por um filho em relação ao outro se mostra por vezes explícito, podendo ocorrer devido à beleza, e quando se considera que o conceito de beleza não só se confunde com o conceito de raça, mas que, para uma sociedade que privilegia a branquitude, eles são semelhantes; essas preferências passam a ser vistas com esse viés.

Nesse sentido, a pesquisadora descreve a relação de uma garota, Regane, com sua irmã recém-nascida. Em uma das entrevistas concedidas, a garota conta sobre o medo de perder o carinho dos pais e de que estes amem mais sua irmã, visto que ela nasceu "limpinha e com o cabelo liso" (HORDGE-FREEMAN, 2015, p. 74).

Os ecos de várias influências, incluindo os desejos racializados de sua mãe para a nova bebê, a ênfase da mãe sobre o próprio cabelo liso bonito, os insultos das crianças da vizinhança e as imagens de gente bonita nas ruas, revistas e na televisão são forças poderosas contra as tentativas de Regane de construir o próprio sentimento de self (HORDGE-FREEMAN, 2015, p. 75).

Nesse trecho, ao utilizar "gente bonita", a autora se refere à própria fala dos entrevistados, em especial a mãe de Regane, ao ver pessoas brancas nos locais citados.

Nota-se que as questões raciais afetam os indivíduos desde sua primeira socialização dentro da família. Espera-se que as mães tenham filhos

mais brancos ou com características raciais/fenotípicas brancas, e quando isso não acontece, é o dever destas "consertar". Isso traz uma percepção ambígua porque, ao mesmo tempo em que esses "reparos" são feitos de forma a não querer que o filho sofra com as questões que essas características trazem, o próprio fato de isso ser feito afeta a autoestima da criança. A comparação entre os filhos e a forma como os pais falam sobre outras pessoas negras, também afeta a forma como a criança se vê, já que estas possuem características semelhantes com as que são subjugadas.

AMOR ROMÂNTICO

Já do ponto de vista do amor romântico, Hordge-Freeman pontua uma barganha imaterial, que atravessa mesmo relações intra-raciais, em que há a expectativa que o indivíduo faça uma escolha por parceiros fenotipicamente privilegiados, e quando isso não acontece, espera-se ao menos uma compensação por essa falta, seja por classe social ou status. O que impele algumas pessoas

a continuarem em relacionamentos onde há infidelidade, apenas porque seu parceiro é mais claro, acarretando em um "intercâmbio de beleza e branquitude por lealdade" (HORDGE-FREEMAN, 2015, p. 74).

Essa "compensação" por ser negro ou mais escuro que seu parceiro afetivo afeta principalmente as mulheres, quando se olha do ponto de vista da interseccionalidade, visto que o principal capital de troca feminino é estar inserido nos padrões de beleza, que são majoritariamente brancos.

Somado a isso, segundo Zanello (2022), nos relacionamentos heteronormativos, as mulheres aprendem a terceirizar a própria autoestima colocando a cargo de um homem fazer com que se sintam amadas e desejadas. Aliado a essa questão, é visto como principal conquista na vida de uma mulher o fato de estar em um relacionamento amoroso, fazendo com que as mulheres se vejam compelidas a aceitar certos comportamentos masculinos com o objetivo de manter a relação.

Zanello (2022) faz um paralelo entre tal situação e uma prateleira de supermercado, em que as mulheres que se encaixam nos padrões de beleza estariam nos locais mais visíveis e disputados, enquanto as mulheres fora desses padrões ocupariam as margens das prateleiras; ficando a cargo dos homens decidirem quais são dignas e quais não são.

Essas questões em conjunto se somam à objetificação e marginalização social das mulheres negras. Nesse sentido, vale pontuar que historicamente a própria miscigenação se iniciou pela exploração sexual dessas mulheres, vendidas como prostitutas, como forma de renda ao senhor de escravos (NASCIMENTO, 1978, p. 61).

A existência da mulata significa o "produto" do prévio estupro da mulher africana, a implicação está em que após a brutal violação, a mulata tornou-se só objeto de fornicação, enquanto a mulher negra continuou relegada à sua função original, ou seja, o trabalho compulsório (NASCIMENTO, 1978, p. 62).

[...] quais foram os desafios enfrentados por mulheres brancas e negras. Enquanto as brancas eram vistas como procriadoras dos filhos legítimos, puras e castas, quase semelhantes à imagem de Nossa Senhora, as negras eram vistas como procriadoras de novos escravizados (como coisa reproduzindo outros sujeitos-coisa), brutas, sexualizadas e animalizadas. (ZANELLO, 2022, p. 35)

Esses pontos relacionados refletem na busca das mulheres negras por afeto, visto que "a demanda sexual ou o próprio sexo" (FERNANDES, 2018, p. 61) se tornaram a forma de entrada dessas mulheres nos relacionamentos amorosos. De acordo com a tese de Fernandes (2018), pode-se observar dois caminhos nesta jornada afetiva.

O primeiro pauta o relacionamento na demanda por sexo, já que estas mulheres são procuradas majoritariamente para esse fim, comparativamente às vivências de mulheres brancas. Por isso, apesar de sentirem que seus parceiros sentem

desejo por elas, não se sentem amadas e percebem dificuldades em serem assumidas publicamente (FERNANDES, 2018, p. 61).

O segundo é o caminho trilhado por aquelas que negam relacionamentos puramente sexuais, este será o caminho de solidão afetiva (FERNANDES, 2018, p. 65). Como salienta Fernandes (2018, p. 67), "é pertinente tecer considerações sobre o fato de que a solidão vivenciada por mulheres negras se refere a uma vivência de rejeição afetiva, de preterimento que levaria as mulheres negras a um possível isolamento social passivo".

Devido a isso, uma possibilidade de encontrar amor seria na busca por um relacionamento afrocentrado. Tendo, dessa forma, alguém que reconheça e entenda as pressões e dificuldades pelas quais passam (FERNANDES, 2018, p. 70). Entretanto, nota-se que há um empecilho na busca por esses relacionamentos, já que os homens negros demonstram preferência afetiva por mulheres brancas, dado que haveria um empate nas questões de gênero e raça nessa formação — se os

homens negros são inferiores às parceiras devido à cor de sua pele, as mulheres brancas seriam inferiores devido ao gênero (SAFFIOTI, 2004, p.32).

Tendo essas questões em vista, é importante ressaltar como as relações familiares influenciam a busca por afeto dos indivíduos. Segundo bell hooks, indivíduos "constrangidos, abusados verbal e/ou fisicamente e negligenciados emocionalmente" (HOOKS, bell, 2021, p. 48) no ambiente familiar, tendem a relacionar essas ações a definições de amor, visto a dificuldade que existe em "aceitar uma definição de amor que não nos permita mais identificar o amor em nossas famílias" (HOOKS, bell, 2021, p. 48). Ainda, para a autora, "muitos de nós precisamos nos apegar a uma ideia de amor que torne o abuso aceitável ou que ao menos faça parecer que, independente do que tenha acontecido, não foi tão ruim assim" (HOOKS, bell, 2021, p. 48).

Por isso, entendendo as diversas situações de racismo que ocorrem com pessoas negras desde a primeira infância, e a forma como isso afeta a

busca por relacionamentos românticos, se dá a pertinência da análise de como são importantes ações que promovam a afetividade e afirmação da autoestima para pessoas racializadas.

PARALELOS: DO PASSADO AO PRESENTE

DO FOOTING AOS APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO

O objetivo dessa análise é fazer um comparativo entre o Footing e os aplicativos de relacionamento, revelando o processo histórico de entraves que as pessoas negras vivem no âmbito da socialização, com enfoque na busca por relacionamentos românticos.

O Footing era uma prática realizada no século XX, que consistia em homens e mulheres caminhando em sentido oposto por determinadas partes da cidade com o objetivo de paqueras e trocas

1. Segundo Alessandra Devulsky (2021), o colorismo funciona de forma a intensificar a desigualdade racial conforme o indivíduo se aproxima da negritude, fenotípica e culturalmente. No Brasil, essa questão também apresenta como um dos fatores o status e a classe social (HORDGE-FREEMAN, 2015), acarretando em uma percepção do indivíduo como "mais negro" ou "menos negro" dependendo do lugar que este ocupa socialmente. Isso faz com que o racismo ocorra de forma diversa entre as pessoas racializadas. No entanto, por mais brando que possa ser o tratamento que uma pessoa negra de pele clara recebe e por mais privilégios que esta possua, ela sempre será uma pessoa racializada e, portanto, nunca terá os mesmo privilégios de uma pessoa branca. Sendo assim, a prática do Footing, pelo menos na cidade de São Carlos, também possuía esse viés colorista.

de olhares. Esses flertes, por vezes, culminavam em namoros e casamentos. Entretanto, ao pesquisar sobre problemáticas raciais relacionadas à prática, foram encontradas questões relativas à segregação racial que ocorria de forma explícita. Era comum que as pessoas brancas ocupassem determinados locais socialmente vetados para pessoas negras. Estas, por sua vez, passaram a caminhar por outros espaços da cidade, se relacionando entre si.

Em uma pesquisa realizada por Natalia Alexandre Costa (2015), uma das entrevistadas cita a aparente hierarquização racial que ocorria no Footing praticado na cidade de São Carlos, e que vai ao encontro às questões relativas ao colorismo¹. Segundo a entrevistada (COSTA, 2015, p. 71), as pessoas brancas praticavam o Footing em uma parte mais valorizada da cidade, separadas das "mulatinhas mais bem arrumadinhas, bonitinhas" (COSTA, 2015, p. 71), que por sua vez, também eram separadas das pessoas pretas.

Passando para o momento atual, é possível encontrar, como forma de paquera, os aplicativos de relacionamento, que, além de proporcionarem uma busca por conexões mais distantes geograficamente, aumentando as chances e as opções de solteiros disponíveis, ao contrário do que era permitido pelas gerações anteriores (ANSARI, 2015, p. 22), também abre a possibilidade de filtragens por interesses em comum, idade e distância, por exemplo. Com isso, pode-se imaginar que a internet democratizou a busca por relacionamentos amorosos, ocorrendo sem que exista essa segregação racial vista no passado.

No entanto, é comum que o fluxo de navegação escolhido por vezes facilite o processo de descarte. Como ocorre no aplicativo do Tinder, por exemplo, em que o catálogo de usuários é feito de forma semelhante às cartas de baralho onde, uma vez que o flerte em potencial é "deslizado para a esquerda", e portanto recusado, não há possibilidade de retorno na versão gratuita. Essa

2. É importante discorrer sobre as questões raciais que acompanham a história da fotografia até os dias atuais. Na década de 1940, a calibração de cores das fotos reveladas pela Kodak, líder no mercado na época, eram feitas a partir de uma modelo branca, que, para a empresa, passaram a ser o padrão de uma foto bem calibrada e por isso, dificultava o ajuste de fotografias que continham outros tons de pele (ROTH, 2016). Apenas após a década de 1980 que a regulação dos químicos foi realizada para capturar de forma boa a imagem de pessoas negras. Entretanto, isso se deu devido a reclamações das indústrias de móveis e chocolate (ROTH, 2016). No Brasil, além da dificuldade em capturar a pele negra, as fotografias também continham obstáculos ao se tratar da captura da luz tropical do país (VELASCO, 2016).

Atualmente, continuam existindo problemas com relação à representação de pessoas negras pelas novas tecnologias. A exemplo de filtros que branqueiam e afinam as feições das pessoas (SILVA, 2020), e inteligências artificiais que não reconhecem o rosto de pessoas negras (BUOLAMWINI, 2016).

facilitação da navegação pode propiciar que o sistema de descarte ocorra com base em vieses inconscientes racistas (OISHI, 2019).

Devulsky (2021) discorre que o colorismo "só se desenvolveu a partir do momento em que um arquétipo racial se tornou regra, enquanto o outro é tomado como o elemento desviante, a ser evitado ou desprezado de modo uníssono e sistêmico" (DEVULSKY, 2021, p. 88). Por isso, ao falar sobre vieses inconscientes racistas, existe a premissa de um arquétipo racial branco tido como norma, enquanto o restante é sistematicamente evitado, e logo, mais passível ao descarte sob primeiras impressões, em aplicativos onde as fotografias² são o elemento principal.

Além disso, pode-se adicionar questões relativas à classe social, quando se pensa no aplicativo Happn que traz ferramentas de geolocalização, com o objetivo de mostrar informações sobre os locais e a quantidade de vezes que as pessoas se cruzaram.

A geolocalização identifica mais do que a nossa presença em um determinado lugar da cidade, traz marcas sociológicas que não são facilmente apagadas no processo racionalizado de se apresentar por meio de perfis. A ocupação das cidades é, historicamente, determinada por relações desiguais de poder que implicam em setorizações que trazem marcas de classe e raça. (PELÚCIO, 2016)

Nesse sentido, a partir do momento em que um aplicativo de relacionamento é produzido sem levar em consideração as questões raciais, ele beneficia o grupo mais privilegiado (branco), em detrimento ao grupo racializado. Com isso, não há uma expulsão do grupo marginalizado desse ambiente, como acontecia no Footing, mas há um processo sistemático de micro agressões. Estas possuem um caráter sutil e paralisante, e por ocorrerem incessantemente, causam complicações significativas na vida do indivíduo (SILVA, 2020, p. 124, apud, PIERCE 1969; 1970). Segundo Tarcízio Silva (2020), as micro agressões são um dos elementos do racismo algorítmico.

Quando se relaciona os problemas da tecnologia atual com o passado, vê-se um histórico que privilegia e se baseia em pessoas brancas, evoluindo sem pensar em sistemas de inclusão. No caso das tecnologias visuais, elas têm o poder de afetar a autoestima e identidade dos indivíduos (SILVA, p.74, 2022), já tão mitigada, podendo criar distorções de imagem.

3. A outra combinação com menor êxito apresentada foram homens descendentes de asiáticos (RUDDER, 2014).

Essa nova forma de racismo consiste na "promoção e implementação acríticas de tecnologias digitais que favorecem a reprodução dos desenhos de poder e opressão que já estão em vigor" (SILVA, 2023). Para exemplificar essa questão da não neutralidade das tecnologias, segundo uma pesquisa de Rudder (2014), criador do aplicativo de relacionamento OkCupid, ao analisar os dados dos próprios usuários do software e fazer um recorte de gênero e raça, constatou-se que as mulheres negras eram uma das combinações que tinham menor êxito nesses aplicativos se comparado a outras intersecções³.

Dito isso, se dá a necessidade do desenvolvimento de espaços representativos no meio digital e de se pensar no combate ao racismo na construção de novas tecnologias, como forma de firmar as necessidades dos grupos racializados. Nesse ponto, o design de experiência pode ser um elemento importante, no momento de testar e garantir a inclusão, mitigando preconceitos sociais, e fazendo com que o sistema não reforce os estereótipos e preconceitos existentes (AMERSHI, et al. 2019).

OS CLUBES SOCIAIS NEGROS E O GRUPO AFRODENGU

A seguir propõe-se um comparativo dos Clubes Sociais Negros com o grupo Afrodengu, com o objetivo de ilustrar como, historicamente, as pessoas negras buscam a criação de espaços próprios devido à segregação ou aos processos de invisibilização e micro agressões existentes nos espaços comuns.

A história dos Clubes Sociais Negros antecede a assinatura da Lei Áurea, um dos primeiros que se tem conhecimento é a Associação Club dos Escravos, formada em 1881 por escravizados no estado de São Paulo. A associação tinha como intuito "a criação de uma escola primária para escravos" (ESCOBAR, 2010, p-58,59) feita no período da noite, também eram realizados "trabalhos para a extinção da escravatura em todo o Brasil e a facilitação de fugas das fazendas" (ESCOBAR, 2010, p-58/59). Além deste, muitos clubes possuíam objetivos comunitários.

Somado a isso, também tinham como objetivo a socialização dos membros e o desenvolvimento da "autoestima, autoimagem e identidades negras, construção de sociabilidade e culturas, além de serem espaços de legitimação do poder: poder simbólico, poder invisível (cumplicidade) entre os membros" (BATISTA, 2015, p. 116).

Também possuíam o propósito de fornecer à população negra acesso a agrupamentos negados a eles pelas pessoas brancas da época. Estas participavam de "eventos sociais relacionados ao lazer, diversão, atividades artísticas e culturais" (BATISTA, 2015, p. 117), ao mesmo tempo em que negavam o acesso de pessoas negras nesses recintos, de tal maneira que, "caso houvesse infiltração ou permissão para a entrada, era constatado o isolamento do indivíduo" (BATISTA, 2015, p. 121)

A partir daí, a população negra contando meramente com seus próprios recursos, criou possibilidades de enfrentamento do sistema que acabaram por caracterizar a manutenção de sua integridade emotiva, física, mental, espiritual e cultural. No que tange às necessidades

de realizar rituais tradicionais, lazer e diversão, organizaram-se em grêmios, blocos carnavalescos, ranchos, maracatus, congadas, irmandades, criaram espaços de lazer, confraternização e divertimento. (BATISTA, 2015, p. 121)

A relevância desses espaços de socialização é pontuada na pesquisa de Rita Batista (2015) ao discutir que esses clubes "tornaram-se espaços de importância fundamental para a sobrevivência psíquica, emocional, física, moral e ideológica da população negra". Um dos entrevistados do estudo feito por Batista (2015) revela que os finais de semana vividos no clube davam forças para o enfrentamento da semana de trabalho ((BATISTA, 2015, p. 109).

Atualmente, com a criação de novos espaços digitais, que sofrem a influência do histórico de não inclusão visto no passado, viu-se a necessidade da formação de locais de afirmação que também habitassem o meio digital. Segundo Lorena, a criação do grupo Afrodengo, em 2017, se deu após perceber uma pequena quantidade de negros nos aplicativos de relacionamento que frequentava,

algo curioso, principalmente para uma moradora da Bahia, onde 80% da população é negra (GLOBO, 2022). Esse cenário de invisibilização dos aplicativos impulsionou o grupo como uma forma de burlar processos de exclusão e facilitar a criação de relacionamentos afetivos entre pessoas negras.

O Afrodengo atualmente conta com mais de 55 mil membros que utilizam a comunidade para a paquera, assim como para o compartilhamento de experiências, desenvolvimento da auto estima, discussões sobre questões raciais, além de focar em conteúdos relativos à afetividade negra. Tendo isso em vista, a correlação com os Clubes Sociais Negros que, como dito anteriormente, tinham como um dos focos a autoestima, a autoimagem e construção da identidade, se torna fluida.

Aguiar (2007), ao comentar sobre a importância dos Clubes Sociais Negros para a formação da identidade, cita Silva (1985) em uma análise sobre o Black Soul — para o autor:

Se pessoas negras se reúnem no mesmo local com uma certa constância, é de se entender que estão buscando uma identificação entre si por algum motivo, e acabam dando a esses encontros um caráter de resistência ainda que inconsciente, contra uma situação de exploração que é comum a todas. Neste momento cada indivíduo reconhece no outro um seu igual, (todos são negros e estão procurando a mesma coisa) e esta situação de estar junto tem para o negro um conteúdo muito grande [...] (AGUIAR, 2007, p. 96, apud SILVA, 1985, p. 255).

A questão apresentada em "reconhecer no outro um seu igual" é relatada pelos membros do Afrodengo, quando afirmam como a representatividade é um dos fatores de grande relevância no grupo, e o fato de poder se ver e poder se reconhecer nas pessoas ali presentes.

É válido evidenciar que, da mesma forma que os indivíduos podem tomar para si críticas negativas direcionadas a pessoas semelhantes, seja pela cor ou outras características (como relatado no tópico sobre as relações familiares), a validação positiva também pode agir desse modo. Por isso,

no momento em que as pessoas do grupo agem de forma a aumentar a autoestima de um integrante — seja dando likes em sua postagem de apresentação (que geralmente contém fotos e uma breve descrição) ou com comentários positivos sobre a pessoa — elas também validam e reforçam a autoestima daqueles que se veem como similares, mesmo que estes últimos nunca cheguem a publicar uma auto apresentação. Para as mulheres negras, maioria no grupo, também serve como uma forma de assumir seu próprio padrão de beleza.

Essas questões aparecem como um papel de grande importância na desconstrução da branquitude, já que a dicotomia da beleza serviu historicamente como uma forma de marginalização das pessoas racializadas (HORDGE-FREEMAN, 2015, p. 100). Para Hordge-Freeman, "o branco só pode ser belo ao tornar o negro feio" (2015, p. 100).

Além disso, compartilhar vivências auxilia os indivíduos a perceberem a profundidade das problemáticas sociais pelas quais são atravessados,

possuindo um maior entendimento sobre si e sobre o lugar que ocupam na sociedade. Ter essa percepção possibilita que as pessoas possam trabalhar maneiras de lutar contra essas circunstâncias de forma coletiva.

CONSTRUINDO A INTERFACE

Para a realização da interface do aplicativo foi escolhida a metodologia Double Diamond. Esse modelo, desenvolvido em 2003 pelo Design Council, uma instituição de design da Grã Bretanha, divide o processo em 4 fases; intercalando etapas divergentes, que consistem em expandir o processo criativo, e convergentes, momentos em que sintetizamos o que foi pesquisado/criado, traçando pilares para os passos seguintes.

Na etapa de pesquisa foram realizadas os seguintes estudos: uma entrevista com Lorena Ifé, criadora do grupo Afrodengo; organização dos

dados de uma pesquisa realizada no ano de 2022 por Lorena com os membros do grupo; e, ao final, uma análise de mercado.

As duas primeiras pesquisas foram muito importantes para entender o público alvo, suas dores e necessidades, além do funcionamento do grupo. Já a terceira, voltada para os concorrentes, serviu para entender como o mercado de aplicativos de relacionamento funciona atualmente. Para isso, foi utilizado alguns métodos encontrados no livro *Estratégia de UX*, escrito por Jaime Levy (2021). Os concorrentes analisados foram: Tinder, Happn, Badoo, Bumble, Her, Grindr, Slowly, e Denga Love.

Houve uma observação de como esses aplicativos funcionam e o fluxo seguido pelos usuários; sendo necessário interagir com suas funcionalidades. Durante esse processo, alguns recursos encontrados foram separados em: Pontos positivos (pontos que poderiam ser úteis nesse projeto); Diferenciais (algo característico do produto); e Pontos de atenção (pontos que poderiam ser negativos se usados nesse projeto). Ao final, também foi

realizado um agrupamento das formas de monetização utilizadas por cada concorrente, com o objetivo de ter como referência para a monetização no aplicativo Afrodengo.

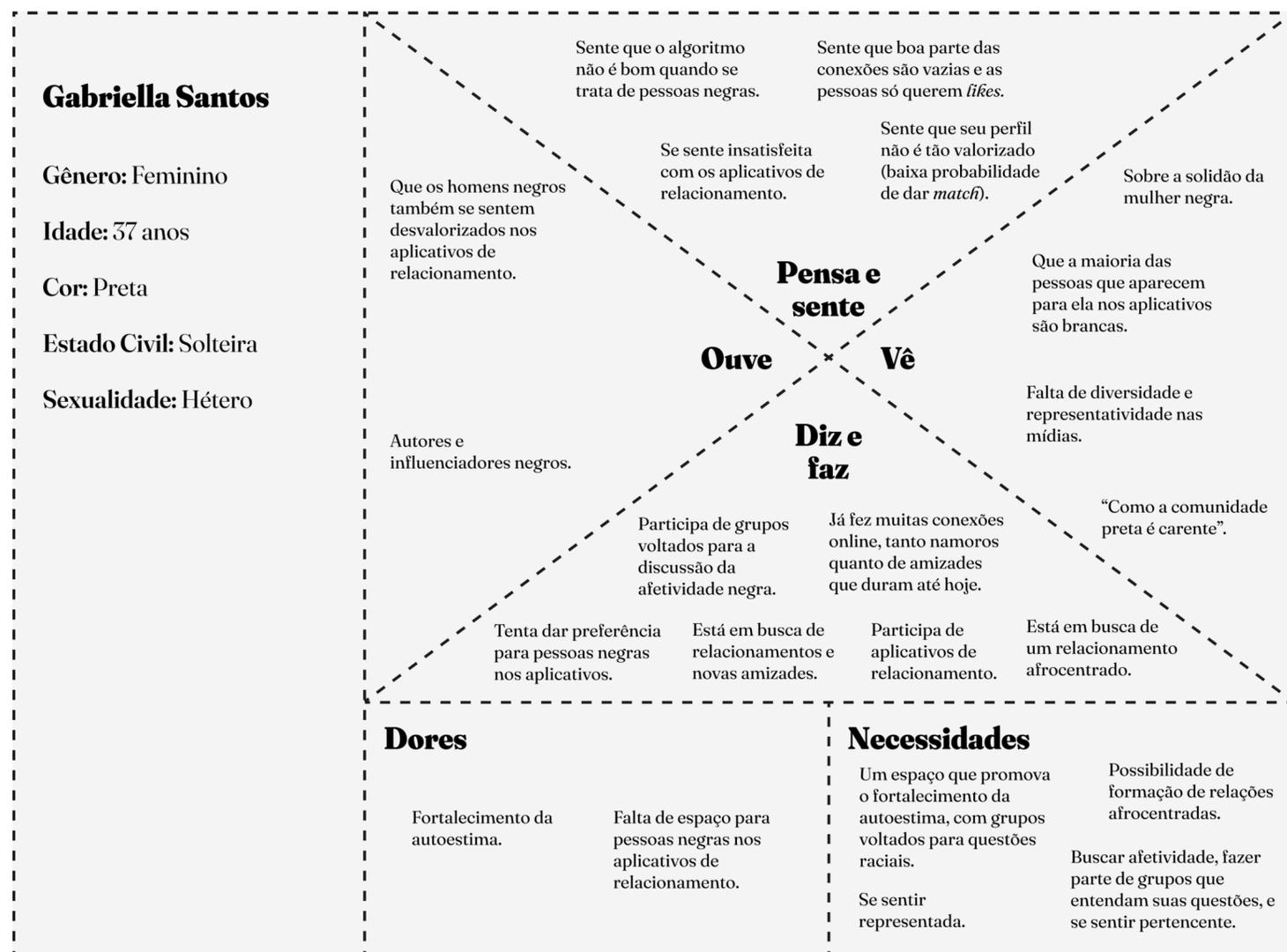
Para sintetizar essa pesquisa foi construído um mapa da empatia (Figura 1). Nele, além de apresentar o que a persona ouve, sente, diz, faz e vê, suas dores e necessidades, também foram definidos gênero, idade, cor, estado civil e sexualidade; visto que essas informações foram consideradas importantes para o projeto. Além disso, também foram criados critérios norteadores, cujo objetivo é mapear pontos guias que não devem ser perdidos de vista ao longo do desenvolvimento do produto.

Posteriormente, foi realizado um mapeamento dos fluxos que o usuário pode percorrer dentro do aplicativo. Essa é uma etapa importante para evitar "becos sem saída", ou seja, páginas que não levam a lugar algum ou com funções repetidas. Foram desenvolvidos os fluxos de Cadastro, Feed, Conversas, Eventos (Figura 2), e Perfil.

FIGURA 1

Mapa da empatia. Fonte: a Autora.

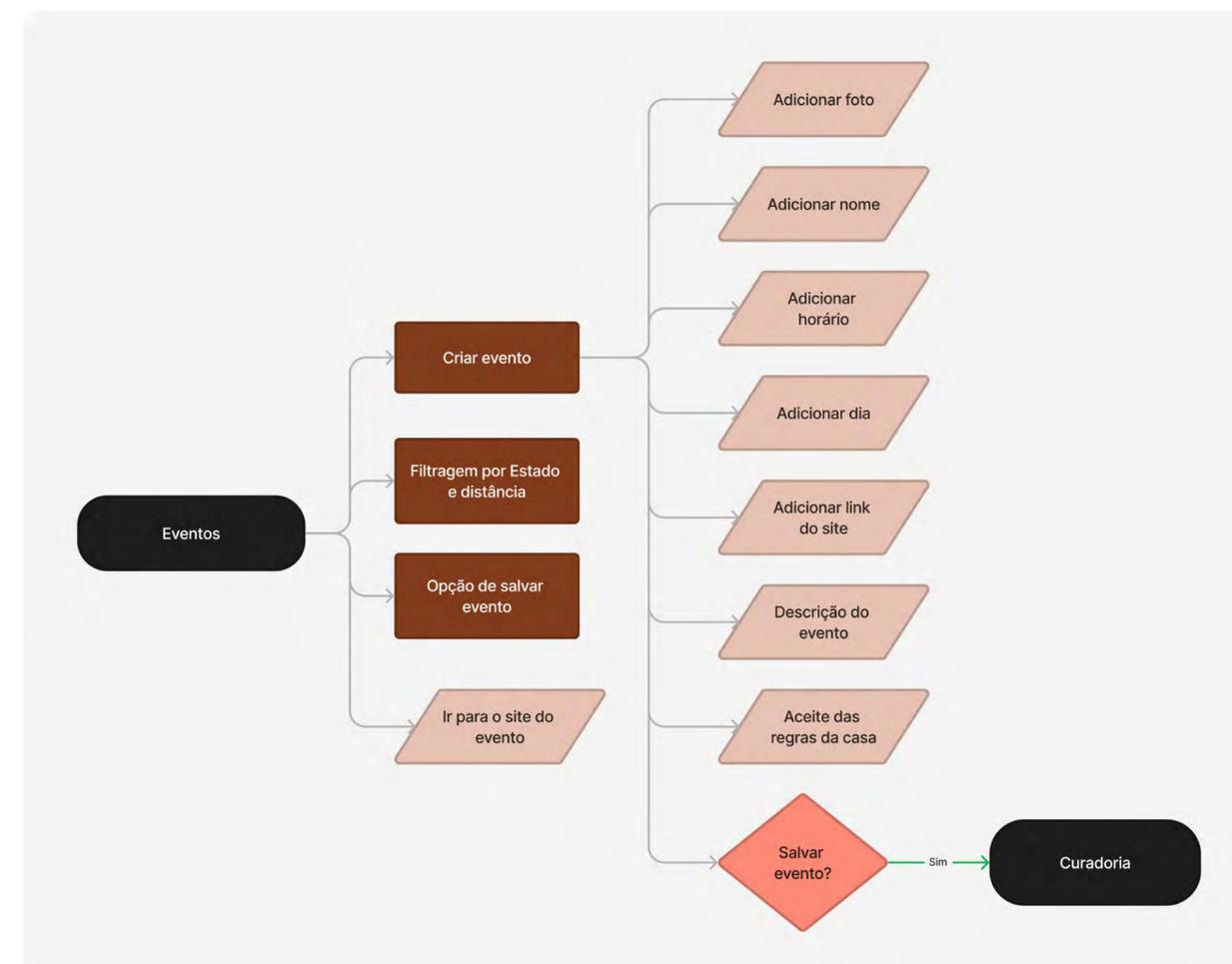
Por fim, para a identidade visual foi considerada a paleta e o logo já existentes na marca, porém foram adicionadas outras cores para complementar



a composição das telas, tais como escala de cinza, cores de erro e confirmação, além da paleta para o alto contraste⁴. Para a tipografia foi escolhida a Fraunces, das Phaedra Charles e Flavia Zimbardi, sendo esta última uma tipógrafa brasileira; a tipografia possui como uma das inspirações a Cooper Black.

FIGURA 2

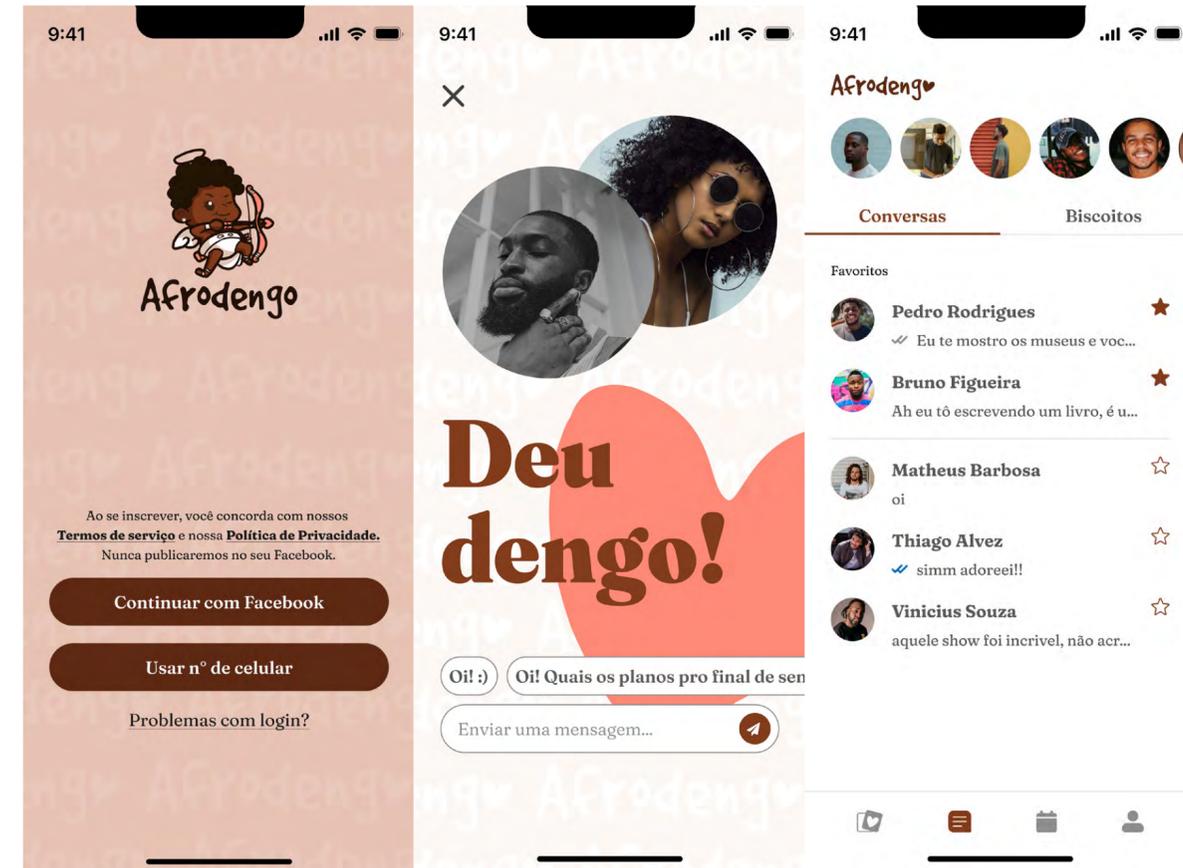
Mapa da empatia. Fonte: a Autora.



4. Paleta limitada, geralmente contém preto, branco e amarelo. Importante para auxiliar pessoas com baixa visão.

Com isso, foi possível a construção das telas do aplicativo (Figura 3).

É importante ressaltar que houve um processo de validação, em que foram realizadas duas reuniões para obter feedback de pessoas externas ao projeto, de modo informal. Para isso, foram mostradas as páginas existentes, havendo espaço para opiniões e ideias. Há, ainda, a possibilidade de novos testes futuros com grupos variados, incluindo pessoas com deficiência.



CONSIDERAÇÕES

É importante ressaltar como a época em que vivemos é fruto e consequência do que foi vivido no passado, então quando se fala que o Brasil é um país racista, se leva em consideração toda a história de formação do país, pautado na exploração e genocídio de pessoas negras. Esse

FIGURA 3
Páginas de Cadastro/Login, Match e Conversas. Fonte: a Autora. Fonte: Taulli (2020, p. 35), adaptado pela autora.

racismo estrutural afeta as pessoas não apenas no âmbito social, mas também psicológico, quando age, entre outras questões, na negação do afeto e deterioração da autoestima.

Entretanto, mesmo todas essas problemáticas não impediram que as pessoas negras formassem agrupamentos com o objetivo de resistência e afirmação, seja no âmbito comunitário, agindo de forma a ter aquilo que o Estado as negava, ou de socialização, valorizando a própria cultura e beleza. A exemplo do Footing e dos Clubes Sociais Negros.

Por isso, quando passamos para o meio digital, com a criação de novas tecnologias que perpetuam ou acentuam essa desigualdade — sendo desenvolvidas sem levar em consideração as questões que afligem a sociedade, com o chamado racismo algorítmico — esses fatores fazem com que o passado pareça se repetir, mas com uma nova roupagem. Sendo assim, nota-se a importância na formação de espaços de afirmação e resistência por pessoas negras

nesses novos ambientes digitais.

Tendo isso em vista, e como uma forma de auxiliar na luta contra esse ciclo de repetições e aprimoramento da desigualdade racial, o trabalho do designer digital se faz relevante, com o objetivo e a responsabilidade de pensar questões raciais, e demais formas de preconceito, em todo o ciclo do desenvolvimento projetual. Isso se deve também ao fato de que a construção de produtos digitais transcende o conceito de produto, criando novos espaços, ainda que virtuais. Por isso, é necessário que esses espaços sejam pensados de forma antirracista, impedindo que essa desigualdade se perpetue ou seja acentuada.

A criação da interface do aplicativo Afrodengo foi desenvolvida tentando levar em consideração um design inclusivo, entretanto, algumas pendências ainda existem, como, por exemplo, o teste e pesquisa com pessoas que possuem alguma deficiência visual, auditiva e motora — sendo este um ponto que deve ser trabalhado desde o início.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Márcio Mucedula. **Os clubes negros e seu papel na constituição da identidade e movimento negro: a história do Grêmio Recreativo e Familiar Flor de Maio em São Carlos-SP**. Interações, v. 2, n. 2, p. 91-105, 2007.

ALMEIDA, Silvio. **Racismo Estrutural**. São Paulo: Pólen, 2019 264 p. ISBN 978-85-98349-75-6

AMERSHI, Saleema et al. **Guidelines for human-AI interaction**. In: Proceedings of the 2019 chi conference on human factors in computing systems. 2019. p. 1-13.

ANSARI, Aziz. **Romance moderno: uma investigação sobre relacionamentos na era digital**. Editora Paralela, 2016.

BALL, Jonathan. **The Double Diamond: A universally accepted depiction of the design process**. Design Council, 01, out. 2019. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/archive/articles/double-diamond-universally-accepted-depiction-design-process/>. Acesso em: 08 out. 2023.

BATISTA, Rita de Cássia Souza Félix. **Clubes negros na espacialidade urbana de Juiz de Fora**. 2015. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-graduação em Educação Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.

BOWMAN, Jordan. **Fixing User Personas. UX tools**. Disponível em: <https://uxtools.co/blog/fixing-user-personas/?ref=uxtools-challenges>. Acesso em: 08 out. 2023.

BUOLAMWINI, Joy. **Como eu luto contra o preconceito em algoritmos**. TED, nov. de 2016. Disponível em: https://www.ted.com/talks/joy_buolamwini_how_i_m_fighting_bias_in_algorithms/transcript?language=pt. Acesso em: 19 out. 2023

CAVALCANTE, Talita. **Pesquisa mostra que raça é fator predominante na escolha de parceiros conjugais**. EBC, 17, out de 2012. Seção Disponível em: <https://memoria.ebc.com.br/2012/10/pesquisa-mostra-que-raca-e-fator-predominante-na-escolha-de-parceiros-conjugais> . Acesso em: 02, dez de 2022.

CONHEÇA as regras do ‘footing’, a paquera de antigamente, que acontecerá hoje no centro de Matozinhos. Por dentro de tudo.com, 13, ago. 2023. Disponível em: <https://pordentodetudo.com.br/conheca-as-regras-do-footing-a-paquera-de-antigamente-que-acontecera-hoje-no-centro-de-matozinhos/>. Acesso em: 08 out. 2023.

COSTA, Natalia Alexandre. **Espaços negros na cidade pós-abolição: São Carlos, estudo de caso**. 2012. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

COSTA, André. **Design do Futuro: UX Design para Inteligência Artificial.** The Starter, 2022. Curso online. Disponível em: <https://www.thestarter.io/design-do-futuro-ux-para-inteligencia-artificial-thestarter>. Acesso em: 24 out. 2023.

COUTO, Mia. **Mulheres de cinzas.** Editora Companhia das Letras, 2015.

DEVULSKY, Alessandra. **Colorismo.** Editora Jandaíra, 2021.

ESCOBAR, Giane Vargas. **Clubes Sociais Negros: lugares de memória: resistência negra, patrimônio e potencial.** Dissertação de mestrado.

Universidade Federal de Santa Maria. Centro de Ciências Sociais e Humanas. Programa de Pós-Graduação profissionalizante em Patrimônio Cultural. Rio Grande do Sul, 2010.

FERNANDES, E. G. **A cor do amor: racismo nas vivências amorosas de mulheres negras.** 2018. 105 p. Dissertação (Mestrado em Psicologia)- Programa de Pós-Graduação em Psicologia (MAPSI), Fundação Universidade Federal de Rondônia (UNIR), Porto Velho, 2018.

GHIRELLO, Bárbara Campidelli; FERREIRA, Dr^a Jane Victal. **Ideário progressista e planejamento urbano: dos territórios negros à cidade dos barões de café.** Urbanisation in Latin America: Exclusion, Marginality and Conflict, 2017.

GLOBO. **Jornalista funda projeto para potencializar relações entre pessoas pretas.** Globo, 14, fev de 2022. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/redebahia/mosaicobaiano/noticia/jornalista-funda-projeto-para-potencializar-relacoes-entre-pessoas-pretas.ghtml> Acesso em: 02, dez de 2022.

HOOKE, bell. **Tudo sobre o amor: novas perspectivas.** Editora Elefante, 2021.

HORDGE-FREEMAN, Elizabeth. **A cor do amor: características raciais, estigma e socialização em famílias negras brasileiras.** São Carlos: EDUFSCAR, 2018.

LEVY, Jaime. **Estratégia de UX: Técnicas de estratégia de produto para criar soluções digitais inovadoras.** Novatec Editora, 2021.

MARIA, Maria das Graças. **Clubes e associações de afrodescendentes na Florianópolis das décadas de 1930 e 1940.** História diversa. Florianópolis: UFSC, p. 263-277, 2013.

NASCIMENTO, Abdias. **O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

OISHI, Tanya F. **Tinder-ing Desire: The Circuit of Culture, Gamified Dating and Creating Desirable Selves.** University of Washington, 2019. Disponível em: <https://digital.lib.washington.edu/researchworks/handle/1773/45157> Acesso em: 02, dez de 2022.

PACHECO, A. C. L. **Mulher negra: afetividade e solidão.** Salvador: EDUFBA, 2013. 382 p. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/16794/1/mulher-negra-RI.pdf> Acesso em: 18 de out. 2023.

PANTA, M.; PALLISSER, N. **“Identidade nacional brasileira” versus “identidade negra”: reflexões sobre branqueamento, racismo e construções identitárias.** Revista Espaço Acadêmico, v. 17, n. 195, p. 116-127, 4 ago. 2017.

PASSOS, Sabrina. **Conheça as regras do 'footing', a paquera de antigamente.** Jornal do Brasil, Cidade, 07, set. 2010. Disponível em: <https://www.jb.com.br/ciencia-e-tecnologia/noticias/2010/09/09/conheca-as-regras-do-footing-a-paquera-de-antigamente.html>. Acesso em: 08 out. 2023.

PELÚCIO, Larissa. **Masculinidade, raça e desejo: Intimidade e política em aplicativos para relacionamentos.** Palestra proferida durante o Seminário Manda NUDES: Semioses Contemporâneas e Governamentabilidade. UERJ, Rio de Janeiro. 2016 (Mimeo).

PEREIRA, Bruna Cristina Jaquette. **Dengos e zangas das mulheres-moringa: vivências afetivo-sexuais de mulheres negras.** 2019. 306 f. Tese (Doutorado em Sociologia)—Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

ROTH, Lorna. **Questão de pele.** Revista Zum, n. 10, 2016. Disponível em: <https://revistazum.com.br/revista-zum-10/questao-de-pele/> Acesso em: 18 de out. 2023.

RUDDER, Christian. **Dataclysm: Love, sex, race, and identity--What our online lives tell us about our offline selves.** Crown, 2014.

SAFIOTTI, H. I. B. **Gênero, patriarcado, violência.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004

SILVA, Carlos Benedito Rodrigues da. **“Black Soul”: Aglutinação espontânea ou identidade étnica – uma contribuição ao estudo das manifestações culturais no meio negro.** In.: Ciências Sociais Hoje, nº 2, ANPOCS, 1983.

SILVA, Tarcizio. **Racismo Algorítmico em Plataformas Digitais: microagressões e discriminação em código.** Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afrodiaspóricos, p. 121-135, 2020.

SILVA, Tarcizio. **Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais.** Edições Sesc SP, 2022.

SILVA, Tarcizio. **Tarcizio Silva: “O racismo algorítmico é uma espécie de atualização do racismo estrutural”.** [Entrevista concedida a] Daiane Batista. CEE: Centro de Estudos Estratégicos da Fiocruz Antonio Ivo de Carvalho, 30, mar. 2023. Disponível em:

VELASCO, Suzana. **Sob a luz tropical: racismo e padrões de e cor da indústria fotográfica no Brasil.** Revista Zum, v. 13, 2016. Disponível em: <https://revistazum.com.br/revista-zum-10/racismo-padroes-industria-brasil/> Acesso em: 18 de out. 2023.

ZANELLO, Valeska. **A Prateleira do Amor: Sobre Mulheres, Homens e Relações.** Editora Appris, 2023.



**FERNANDA
HENRIQUES**

Fernanda Henriques - Diretora da Faculdade de Arquitetura Artes Comunicação e Design (FAAC), Unesp, campus Bauru no quadriênio de 2020 a 2024. Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Docente dos cursos de graduação e pós-graduação em Design da Unesp. Líder do Grupo de Pesquisa “Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem”. Presidente da Comissão de Segurança Alimentar Nutricional Sustentável da Unesp (Comissão Sans).

EMAIL: fernanda.henriques@unesp.br



**VICTÓRIA GOMES
LEAL**

Victória Gomes Leal: Graduada em Design Gráfico pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). Participou do projeto de extensão universitária CEU (Centro de Empreendedorismo Universitário). O projeto apresentado nesse capítulo é fruto de uma pesquisa realizada para o trabalho de conclusão de curso e para a Iniciação Científica da Unesp (premiada como melhor pesquisa de IC na FAAC e segundo lugar na área de Humanidades da Unesp em 2023).

EMAIL: victoria.leal@unesp.br



O DESIGN NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: REFLEXÕES SOBRE A ÉTICA DESDE O DESIGN E A IMPORTÂNCIA DO CONTEXTO NESTE PROCESSO

CAROLINA VAITIEKUNAS PIZARRO

DOI 10.52050/9788579176753.11



A Inteligência Artificial tem permeado a sociedade de maneira irreversível impactando a vida das pessoas geralmente por meio de projetos de design. O impacto social destas produções tem levantado preocupações em diversos órgãos, instituições e governos, os quais concentram esforços na busca por debater para poder regular a IA visando salvaguardar os direitos dos seres humanos. Foi nesta perspectiva que o termo Ethics by design – ou Ética desde o Design em tradução livre – surgiu.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Image by rawpixel.com on Freepik. Disponível em: "https://www.freepik.com/free-photo/technology-human-touch-background-modern-remake-creation-adam_17851045.htm#query=robot%20hand&position=0&from_view=search&track=ais">Image by rawpixel.com"

O presente capítulo trata de oferecer ao leitor um breve panorama sobre a IA e os desafios de ordem ética que esta tecnologia encerra, direcionando a reflexão para uma abordagem da Ética desde o Design que inclui a IA – proposta por Brey e Dainow (2023). A partir do entendimento da abordagem e considerando que o contexto é fator orientador de projetos em design, a autora deste capítulo defende que, diante dos impactos sociais da IA, o papel do design e do designer não estará mais restrito ao processo de projeto e à análise de contexto comumente realizada na fase de descoberta e pesquisa do projeto. Na era da IA e a partir dos impactos sociais dela, o papel do designer estará diretamente relacionado ao monitoramento e análise dos variados contextos gerais, interpretando-os de maneira cada vez mais aprofundada, compreendendo suas particularidades e subjetividades, atuando como uma força estratégica preditiva que informa o projeto de maneira constante, favorecendo a iteração e, portanto, colaborando para o desenvolvimento de soluções mais éticas.

A sociedade atual está envolvida em soluções baseadas em Inteligência Artificial (IA), as quais são incorporadas de maneira cada vez mais veloz ao cotidiano das pessoas e, frequentemente, por meio de um projeto de design.

O uso de tecnologias baseadas em IA permeia produtos, sistemas e serviços impactando diretamente a sociedade, com previsão de crescimento exponencial nos próximos anos conforme se ampliam as pesquisas, a capacidade computacional, o volume de dados disponíveis e as oportunidades que se abrem em consequência destes desenvolvimentos. A aceleração verificada na contemporaneidade no campo da IA configura o que Suleyman e Bhaskar (2023) denominam de “a nova onda” tecnológica que já faz parte do tecido social:

De modo contínuo, a IA deixa o reino das demonstrações e entra no mundo real. Em alguns anos, as IAs serão capazes de conversar, raciocinar e mesmo agir no mesmo mundo que nós. Seus sistemas sensoriais serão tão bons quanto os nossos. Isso não equivale a superinteligência [...], mas prevê sistemas incrivelmente

poderosos. Significa que a IA se tornará uma parte inextricável do tecido social (Suleyman; Bhaskar, 2023, local. 1123).

Para o design, enquanto área responsável por projetos voltados aos seres humanos, está posto o desafio de projetar as soluções que estabelecem o contato entre as pessoas e a IA, uma tecnologia cuja expansão se dá em um cenário marcado pela complexidade e no qual o design não se ocupa somente do projeto de produtos gráficos, de uso ou digitais, como também – e cada vez mais – do projeto de serviços e daqueles voltados a projetos para as experiências dos usuários (Boechat, 2019; Cerejo; Carvalhais, 2019).

Urge então, pensar a prática do design considerando não somente a presença da IA como tecnologia integrante das soluções projetuais no presente, como também no futuro, que ainda não se desenhou, mas que certamente apresentará uma IA mais robusta e cada vez mais acurada.

Muitas das soluções em IA que beneficiam os seres humanos atualmente permitem inferir que o cenário para o futuro é promissor e trará benefícios variados, contudo, é também verdade que trará múltiplos desafios, principalmente do ponto de vista ético e dos impactos sociais dessas soluções.

Os efeitos da IA no processo de design e na vida das pessoas é um debate do qual os designers não podem se isentar, sendo este um tópico que demanda agora – e demandará no futuro – a produção constante de pesquisas para compreender contextos, explorar cenários e buscar por diferentes possibilidades de interação e integração entre os campos do design e da IA, de modo que as soluções resultantes dessas pesquisas sejam benéficas, éticas e seguras.

Visando colaborar com investigações sobre os possíveis caminhos para projetos de design que integrem a IA de maneira ética, o presente capítulo no formato de ensaio busca trazer mais reflexões sobre o fazer do design inserido na era da IA, uma tecnologia cujas implicações influenciam – e

influenciarão – o processo de projeto, o próprio projeto, o seu uso e, especialmente, o contexto para o qual se projeta.

Considerando os aspectos éticos no cenário de desenvolvimento da IA, um termo que vem ganhando destaque é o Ethics by Design ou Ética desde o Design.

O foco das reflexões apresentadas a seguir é discutir o modelo proposto por Brey e Dainow (2023) de Ética desde o Design para a IA a partir da perspectiva do design, visando ponderar sobre a prática projetual que se desenvolve em estreita colaboração com diversas áreas – incluindo a computação – em e para contextos complexos como esse, no qual a IA se expande atualmente.

Nesse sentido, entendendo-se que o design nasce de um contexto diretamente afetado pelos impactos sociais da IA, defende-se neste ensaio que o papel do design e do designer na era da IA estará, para além do projeto, voltado para o monitoramento e análise de contextos de modo a detectar

impactos sociais possíveis ou já identificados antes, durante e após o uso das soluções em IA. Assim, designers atuarão não somente como projetistas de produtos, sistemas e serviços que integrem a IA, mas analistas dos impactos sociais que se desenrolam em consequência do projeto. Tal papel será, portanto, o responsável por informar o projeto e suas iterações, deflagrando os ajustes necessários para desenvolvimentos éticos.

Importa destacar que não se pretende esgotar o assunto ou preconizar o uso de um único modo de pensar o design e a IA, uma vez que as relações atuais e vindouras entre ambos os campos tendem a provocar novas inquietações e, portanto, novas indagações e reflexões, gerando também novos métodos de pesquisa e de projeto.

O que se busca neste texto é fomentar o debate e explorar os caminhos sobre a prática de projeto nesse cenário, com vistas a ampliar as perspectivas e as possibilidades de ação dos designers e de interação e integração entre os campos do design e da IA.

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E SEUS DESAFIOS

A Inteligência Artificial constitui um vasto campo de conhecimento e pesquisa com origem na área da Computação, mas ao longo do tempo também se tornou tema de investigações em diferentes áreas tais como neurociência, linguística, matemática, filosofia entre outras.

Na atualidade, definir o que é a IA constitui um desafio, uma vez que a própria definição de inteligência é fluida (Cozman; Neri, 2021, p. 29). Além disso, existem diferentes definições dependendo das especificidades de cada campo no qual a IA está inserida, sendo a diversidade de pesquisas envolvendo esse tema, um fator que dificulta descrever com precisão o estado da arte da área (Kaufman, 2018; Santaella, 2023).

Dois dos principais autores que são referências no campo, Russel e Norvig (2013) identificam a IA como um campo universal, o qual tem como

objetivo não somente a compreensão da inteligência, mas também a sua construção e destacam que ao longo da história da área foram se desenhando quatro estratégias para o estudo da IA, as quais têm sido seguidas por diferentes pessoas, partindo de métodos diferentes e resultando em estudos e proposições também distintos.

Essas quatro estratégias trazem oito definições do que é a IA divididas em dois espectros: um referente a processos mentais e outro a comportamentos. O Quadro 1 mostra tais definições:

Pensando como um humano	Pensando racionalmente
<p>“O novo e interessante esforço para fazer os computadores pensarem (...) máquinas com mentes, no sentido total e literal” (Haugeland, 1985).</p> <p>“[Automatização de] atividades que associamos ao pensamento humano, atividades como a tomada de decisões, a resolução de problemas, o aprendizado...” (Bellman, 1978).</p>	<p>“O estudo das faculdades mentais pelo uso de modelos computacionais.” (Charniak e McDermott, 1985).</p> <p>“O estudo das computações que tornam possível perceber, raciocinar e agir” (Winston, 1992).</p>
Agindo como um ser humano	Agindo racionalmente
<p>“A arte de criar máquinas que executam funções que exigem inteligência quando executadas por pessoas” (Kurzweil, 1990).</p> <p>“O estudo de como os computadores podem fazer tarefas que hoje são melhor desempenhadas pelas pessoas” (Rich and Knight, 1991).</p>	<p>“Inteligência Computacional é o estudo do projeto de agentes inteligentes.” (Poole et al., 1998).</p> <p>“AI... está relacionada a um desempenho inteligente de artefatos” (Nilsson, 1998).</p>

QUADRO 1

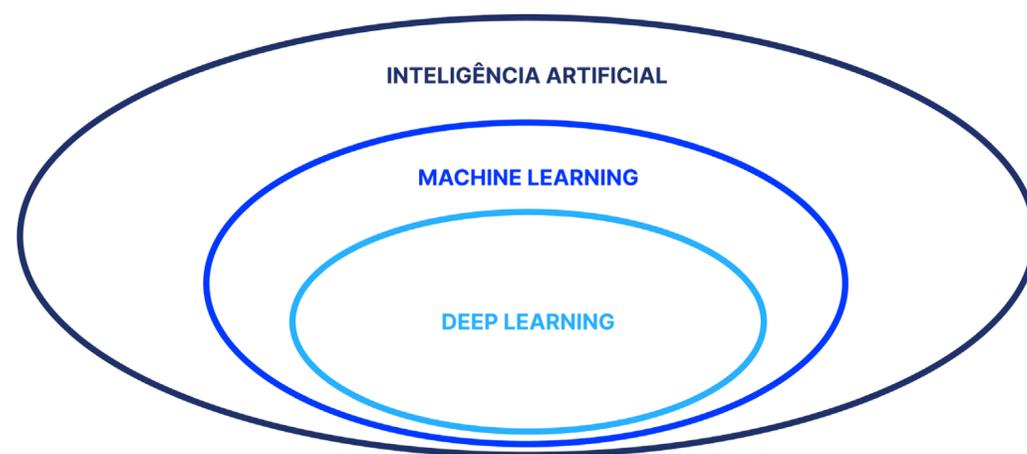
Definições de IA divididas em quatro estratégias de pesquisa e desenvolvimento. Fonte: Russel e Norvig (2013), tradução nossa, quadro elaborado pela autora.

Cada uma dessas estratégias pode favorecer o desenvolvimento de diferentes soluções em termos de produtos, sistemas ou serviços. Independente de qual seja escolhida como caminho para um determinado desenvolvimento, muitas delas já se encontram materializadas em soluções de IA que estão cada vez mais presentes na vida cotidiana das pessoas.

Em termos de estrutura, conforme apresentado na Figura 1, Taulli oferece uma visão dos elementos que compõem a IA da seguinte maneira:

FIGURA 1

Elementos que compõem a IA de acordo com Taulli. Fonte: Taulli (2020, p. 35), adaptado pela autora.



A figura evidencia a IA enquanto campo do conhecimento amplo, dedicado a investigar como os computadores podem aprender a partir do processamento de dados e com o emprego de algoritmos sofisticados.

Dentro da IA existe a subárea de Machine Learning (ML), responsável pelo aprendizado de máquina, que ocorre quando um computador, a partir de técnicas estatísticas sofisticadas, é capaz de aprender sem ser explicitamente programado (*Ibid.*, p. 93).

Ainda dentro do escopo do Machine Learning existe a subárea de Deep Learning a qual, segundo o autor, é um sistema que permite o processamento de enormes quantidades de dados identificando relacionamentos e padrões que os seres humanos poderiam não conseguir identificar. Ainda de acordo com Taulli (2020, p. 98), a palavra “deep” se refere ao número de camadas ocultas na rede neural – modelo de IA que imita

o modo de operar do cérebro humano com diversas camadas de análise – as quais fornecem grande parte do poder de aprendizagem.

Todas essas técnicas compõem atualmente uma variedade de produtos, especialmente os digitais, nos quais a dinâmica de uso envolve diretamente a captação de dados, uma vez que, para que as pessoas possam fazer uso dos benefícios que o produto oferece, elas cedem seus dados e informações de navegação, alimentando os processos de treinamento da IA. Como destacado por Kaufman:

Parte do sucesso da Netflix está em seu sistema de personalização, em que algoritmos analisam as preferências do usuário e de grupos de usuários com preferências semelhantes e, com base nelas, sugerem filmes e séries. Acessamos sistemas inteligentes para programar o itinerário com o Waze, pesquisar no Google e receber do Spotify recomendações de músicas [...] O varejo físico incorpora as “vantagens” do varejo online por meio de sensores que permitem identificar por onde o cliente circulou nas lojas, a trajetória do seu olhar nas prateleiras, por quantas vezes e por quanto tempo. São os

*algoritmos de IA que transformam em informação útil a imensidão de dados gerados pelas movimentações digitais (“rastros digitais”)
(Kaufman, 2018, local. 25).*

A autora destaca que os benefícios entregues por tais soluções são inegáveis, entretanto, uma série de riscos fazem parte dos efeitos colaterais da IA, os quais constituem verdadeiros desafios a serem equacionados tais como “[...] (a) o viés nos processos de decisão automatizados, (b) a invasão da privacidade e as novas formas de controle, e (c) a personalização dos acessos e pesquisas online” (*Ibid.*, local. 25).

Nesse contexto, destacam-se os riscos de manipulação a que podem estar sendo submetidos os cidadãos, especialmente os não produtores de tecnologia situados no Sul Global, um cenário que favorece o que Nick Couldry e Ulises A. Mejias (2019) denominam Colonialismo de Dados, o qual, segundo sintetizado por Cassino:

[...] combinaria as mesmas práticas predatórias do colonialismo histórico com a quantificação abstrata de métodos computacionais. Trata-se de um novo tipo de apropriação no qual as pessoas ou as coisas passam a fazer parte de infraestruturas de conexão informacionais. A apropriação da vida humana (por meio da captura em massa de dados) passa a ser central (Cassino, 2021, p. 27-28).

Esse processo cria um abismo entre as oportunidades geradas nos âmbitos sociais e tecnológicos para as nações colonizadoras em comparação às nações colonizadas, as quais ficam à margem desses desenvolvimentos. Assim, a colonialidade por dados influencia tais sociedades explorando-as também no cenário digital.

Além do colonialismo de dados, o viés algorítmico surge como um grave efeito colateral a ser equacionado. O surgimento de vieses ocorre quando o modelo de IA é treinado com um grande volume de dados que podem ser tendenciosas, não

representam a realidade ou sofrerem influência da visão de mundo de quem desenvolve a tecnologia (Cozman; Kaufman, 2022; Silva, 2022).

Tais fatores pautam discussões importantes, pois, à medida que a IA avança enquanto tecnologia com potencial para promover benefícios diversos, ela se encontra também inserida em um contexto de mercado que visa o lucro e cujas regras são ditadas pelas grandes empresas de tecnologia do Norte Global, também chamadas Big Techs.

Empresas como Google, Amazon, Meta, entre outras, operam captando, processando e analisando dados em volumes colossais, tendo “[...] não só o poder de extrair, mercantilizar e controlar comportamentos, mas também de produzir novos mercados, por sua capacidade de predição analítica e da modificação de atitudes, práticas e hábitos” (Cassino, 2021, p. 28).

Muitas destas empresas superam em valor de mercado o PIB de diversos países – entre eles o Brasil – e no momento atuam sem qualquer

regulação. De acordo com Daron Acemoglu e Simon Johnson (2023) a Microsoft e a Alphabet/Google assumiram a liderança em desenvolvimentos relacionados à IA. A Microsoft alcançou o feito com estabelecimento do ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) da Open AI, um modelo de linguagem natural pertencente à família das IAs Generativas – capazes de gerar novas informações de maneira original – que utiliza inteligência artificial para formular textos e responder a perguntas variadas feitas pelos usuários.

Já a Alphabet/Google se destacou com o lançamento de uma série de ferramentas baseadas em IA que dão suporte para e-mail, planilhas e elaboração de todo tipo de texto, todos estes produtos que o Google oferece.

Os autores ainda enfatizam que, com base nos fatos da história humana, a distância aberta pelas duas empresas em relação aos concorrentes constitui um importante alerta de que, quando a

distribuição de informação é deixada nas mãos de poucos, tem-se como resultado provável a opressão política e econômica:

O fato de estas empresas estarem tentando ultrapassar umas às outras, na ausência de salvaguardas impostas externamente, deveria nos dar ainda mais motivos de preocupação, dado o potencial da IA causar grandes danos ao emprego, à privacidade e à segurança cibernética (Acemoglu; Johnson, 2023).

Nesse sentido, para Santaella “[...] emerge a necessidade de enfrentamento de dilemas relativos a acesso a dados, viés algorítmico, ética e transparência, e responsabilidade legal por decisões resultantes de IA” (Santaella, 2021, p. 8). Atualmente diversos países têm dedicado esforços para a discussão e regulação da IA, entre eles o Brasil, por meio do Projeto de Lei 2338/23 o qual dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial (Brasil, 2023) e tramita no Senado Federal do país. Cabe destacar, contudo, que na visão de especialistas a urgência em aprovar uma regulação pode prejudicar a qualidade do documento e o próprio processo.

Dora Kaufman aponta, em reportagem da Revista FAPESP, ser necessário um tempo de maturação para que o debate seja mais amplo: “a regulamentação prematura pode restringir a inovação e não proteger a sociedade [...] O processo é tão importante quanto o resultado final” (Schmidt, 2023).

Fica evidente então, que parte importante da busca por garantir desenvolvimentos éticos e benéficos envolvendo a IA não diz respeito à velocidade com que se postulam regras ou restrições, mas antes, passa pela necessidade de um debate permanente e amplo para que as propostas de regulação estejam adequadas às particularidades e características das diferentes sociedades, inclusive para fomentar a inovação em IA dentro dos diferentes contextos que as constituem.

ÉTICA E IA: CONTRIBUIÇÕES DA ONU E DA UNESCO PARA A EDUCAÇÃO E A PESQUISA

As preocupações com os desdobramentos da IA e os impactos sociais decorrentes de seu uso em escala massiva – e que ocorrem quando as empresas liberam versões de produtos para o uso do público em geral – fizeram com que a UNESCO se dedicasse a discutir o tema, especialmente considerando a urgência de que os diversos atores envolvidos na criação de soluções baseadas em IA priorizem os aspectos éticos no processo de desenvolvimento destes projetos.

Para discutir tais questões, em 2022 a UNESCO elaborou um documento intitulado “Recomendações sobre a ética da Inteligência Artificial” (UNESCO, 2022). Este documento disponível em diferentes idiomas leva em consideração as várias dimensões nas quais o uso da IA pode levantar questões éticas. Nesse contexto, visando

favorecer ações que possam lidar com esta complexidade, a publicação destaca quatro valores e dez princípios orientadores que podem ser utilizados pelos países como referência na concepção de estruturas ou mecanismos para lidar com desenvolvimentos em IA de maneira ética. Os valores são: Respeito, proteção e promoção dos direitos humanos, das liberdades fundamentais e da dignidade humana; Prosperidade ambiental e ecossistêmica; Garantir diversidade e inclusão; e Viver em sociedades pacíficas, justas e interconectadas. De acordo com a publicação (UNESCO, 2022, p. 18), estes valores devem ser respeitados e promovidos por todos os atores envolvidos no ciclo de vida dos sistemas de IA funcionando também como ideais motivadores para a formulação de medidas nos âmbitos político e jurídico.

Os dez princípios são: Proporcionalidade e não causar dano; Segurança e proteção; Justiça e não discriminação; Sustentabilidade; Direito à privacidade e proteção de dados; Supervisão humana e determinação; Transparência e explicabilidade; Responsabilidade e prestação de contas;

Conscientização e alfabetização; Governança e colaboração adaptáveis e com múltiplas partes interessadas. Ainda de acordo com a publicação a confiabilidade e a integridade desses sistemas são essenciais para garantir que as tecnologias de IA trabalhem para o bem da humanidade.

A confiabilidade, inclusive, é um fator que tem estado presente nas notícias sobre a IA e o seu uso, principalmente levando em consideração a ampliação do lançamento para público em geral de ferramentas baseadas em IA generativa – GenAI – e sua ampla aceitação e uso por parte das pessoas. A IA Generativa compreende uma tecnologia de IA que:

[...] gera conteúdo automaticamente em resposta a solicitações escritas em interfaces conversacionais de linguagem natural. Em vez de simplesmente fazer curadoria páginas da web existentes, aproveitando o conteúdo existente, a GenAI realmente produz novos conteúdos [...] textos escritos em linguagem natural, imagens (incluindo fotografias e pinturas digitais e desenhos animados), vídeos, músicas e código de software. A GenAI é treinada usando dados

coletados de páginas da web, conversas em mídias sociais e outras mídias on-line. Ela gera seu conteúdo analisando estatisticamente as distribuições de palavras, pixels ou outros elementos nos dados que ingeriu e identifica e repete padrões comuns (por exemplo, quais palavras normalmente seguem quais outras palavras). Embora a GenAI possa produzir novos conteúdos, não pode gerar novas ideias ou soluções para os desafios do mundo real, pois, não entende, objetos ou relações sociais do mundo real que sustentam a linguagem (UNESCO, 2023, p. 8, tradução nossa).

As tecnologias específicas por trás do GenAI fazem parte da família de Machine Learning, anteriormente abordada, a qual utiliza algoritmos para melhorar o desempenho a partir do processamento e análise de dados. O tipo de Machine Learning adotado nas GenAI é conhecido como Redes Neurais Artificiais (RNAs), as quais são inspiradas no funcionamento do cérebro humano e sinapses dos neurônios. Enquanto a IA geradora de texto utiliza o Transformador Generativo Pré-treinado (GPT), a geradora de imagens utiliza Redes Generativas Adversariais (GANs). Segundo Santaella:

Os avanços responsáveis pelo sucesso da IA são devidos à aprendizagem de máquina, em especial à técnica de aprendizagem profunda (deep learning) que, por meio das redes neurais artificiais (RNAs), imita até certo ponto o funcionamento das redes neuronais do nosso cérebro [...] A modalidade generativa foi introduzida na década de 1960 em chatbots. Mas foi apenas em 2014, com a introdução de redes adversariais generativas, ou GANs — um tipo de algoritmo de aprendizado de máquina — que a IAG foi capaz de criar imagens, vídeos e áudios. As GANs usam duas redes neurais que competem entre si para realizar previsões mais precisas, colocando uma contra a outra (portanto, "adversarial") de modo a gerar novas instâncias de dados sintéticos que podem passar por dados reais. Elas apresentam uma estrutura cooperativa de jogo de soma zero para aprender. Essa invenção abriu dois caminhos opostos. De um lado, serviu, por exemplo, para melhorar a dublagem de filmes e produzir rico conteúdo educacional. De outro, deu origem a Deep Fakes, isto é, imagens ou vídeos falsificados digitalmente (Santaella, 2023, local. 17-18).

Considerando este cenário desafiador, no ano de 2023 a UNESCO publicou um outro documento intitulado “Orientação para IA generativa em educação e pesquisa” no qual examina as controvérsias e questões éticas, bem como os riscos levantados por todos os sistemas GenAI e suas implicações para a educação. Entre as controvérsias (UNESCO, 2023, p. 14-17) a publicação destaca: a ampliação da pobreza digital, uma vez que o acesso a dados tornou-se essencial para o desenvolvimento econômico dos países e para a criação de oportunidades nesse ambiente, as nações que não possuem tal acesso são deixadas à margem; a ultrapassagem da regulação federal por parte das empresas que acessam dados em âmbito nacional, mas não permitem revisão acadêmica independente; o uso de conteúdo sem consentimento, identificado como um risco pelo fato de as GenAI serem treinadas com dados disponíveis on-line; o uso de modelos que não explicáveis ou totalmente transparentes; o aumento de conteúdos produzidos pelas GenAI poluindo a internet; a falta de entendimento do mundo real,

uma vez que as GenAI trazem conteúdos errados e falsos que podem ser prejudiciais em diferentes âmbitos da sociedade; a redução da diversidade de opiniões, uma vez que as tecnologias são criadas por países em sua maioria do Norte Global podendo marginalizar ainda mais vozes já marginalizadas; e, por fim, a criação de deepfakes – vídeos e imagens falsos que parecem reais – mais perigosos dos que os já vistos na atualidade, pois a tendência é que as IA que geram imagens, vídeos e áudios se tornem cada vez mais acuradas com a evolução destes modelos.

Para regular o uso da IA generativa na educação e na pesquisa, o documento da UNESCO (2023, p. 18-20, tradução nossa) destaca que a abordagem deve ser centrada no ser humano e traz sete passos para essa regulação, a saber: Endossar ou desenvolver os Regulamentos Gerais de Proteção de Dados internacionais ou regionais; Adotar/revisar e financiar estratégias em IA envolvendo o governo como um todo; Solidificar e implementar regulamentos sobre a ética da IA; Ajustar ou aplicar as leis existentes sobre direitos autorais para regular

o conteúdo gerado por IA; Elaborar quadros regulamentares sobre a IA generativa; Desenvolver capacidade para o uso adequado da GenAI em educação e pesquisa; e Refletir sobre as implicações a longo prazo da GenAI para educação e pesquisa.

Os desafios não são poucos diante de uma tecnologia que se desenvolve em uma velocidade na qual muitas vezes governos e instituições não conseguem acompanhar, mas precisarão desenvolver dispositivos regulatórios para tal.

Entendendo a urgência da questão, no dia 26 de outubro de 2023, o secretário geral da ONU António Guterres anunciou a criação de um novo órgão consultivo de alto nível, o qual atuará discutindo os riscos e benefícios associados à governança da inteligência artificial (IA) em âmbito global, o High-level Advisory Body on Artificial Intelligence. O órgão será um ponto de partida para uma:

[...] conversa global, multidisciplinar e multissetorial sobre a governança da IA para que os seus benefícios para a humanidade – toda a

humanidade – sejam maximizados, e os riscos contidos e diminuídos (ONU, 2023, p. 2, tradução nossa).

No início do comunicado de lançamento do órgão consultivo, Guterres afirma ainda ser extraordinário o potencial da IA para solucionar diversos desafios da humanidade, mas que isso depende de as tecnologias de IA serem aproveitadas de forma responsável e também serem tornadas acessíveis a todos, o que inclui os países em desenvolvimento, que são os que mais precisam de suporte e auxílio. E enfatiza:

Do jeito que as coisas estão, a experiência em IA está concentrada em um punhado de empresas e países. Isso poderia aprofundar as desigualdades globais e transformar as divisões digitais em abismos. Os potenciais danos da IA estendem-se a sérias preocupações sobre a desinformação; a consolidação do preconceito e da discriminação; vigilância e invasão de privacidade; fraude e outras violações dos direitos humanos (ONU, 2023, p. 2, tradução nossa).

Ainda no mesmo texto, Guterres afirma que o uso malicioso da IA poderia “minar a confiança nas instituições, enfraquecer a coesão social e ameaçar a própria democracia”.

Tais dificuldades trazem novos contornos para um cenário já considerado complexo por Denis (2012) que destaca ser o design um campo de muitas possibilidades uma vez que a área “[...] tende a se ampliar à medida que o sistema se torna mais complexo e à medida que aumenta, por conseguinte, o número de instâncias de inter-relação entre suas partes” (Denis, 2012, p. 234).

O autor defende que a grande importância do design na contemporaneidade reside na capacidade que a área tem de “[...] construir pontes e forjar relações num mundo cada vez mais esfacelado pela especialização e fragmentação de saberes” (*Ibid.*, p. 234) e enfatiza que a crescente complexidade do cenário atual traz como desafio aos designers repensar velhos conceitos buscando novas respostas ou, ao menos, formular novas perguntas mais precisas e eficazes.

Concordando com Denis, é defendido neste ensaio que o design apresenta condições para formular, de modo transdisciplinar, as perguntas necessárias do ponto de vista dos aspectos éticos e impactos sociais no desenvolvimento de soluções em IA, uma vez que a área parte da lente de projeto, cujo foco sempre é o ser humano.

ETHICS BY DESIGN OU ÉTICA DESDE O DESIGN

A aceleração da IA – e o seu uso cada vez mais frequente pelas pessoas – não só impacta como modifica o contexto social para o qual se projeta, tornando-o cada vez mais complexo e oscilante, sendo um desafio tanto para os profissionais envolvidos no desenvolvimento de produtos, sistemas e serviços (entre eles o designer), quanto para o público usuário.

Para Cozman e Neri (2021, p. 29) a relação IA e sociedade configura mais um eixo essencial no estudo de Inteligências Artificiais. Nesse cenário,

deve-se ter em conta que as pessoas usuárias dessas produções podem não ter os recursos necessários ou mesmo o letramento digital suficiente para compreender as dimensões daquilo que estão acessando, bem como os benefícios e os riscos associados de modo que possam tomar decisões informadas de interação a partir de uma perspectiva crítica de uso. Para Xavier o letramento digital é:

[...] o domínio pelo indivíduo de funções e ações necessárias à utilização eficiente e rápida de equipamentos dotados de tecnologia digital, tais como computadores pessoais, telefones celulares, caixas-eletrônicos de banco, tocadores e gravadores digitais, manuseio de filmadoras e afins (Xavier, 2011, p. 6).

Esse letramento, inclusive, será imperativo para um uso consciente das produções digitais atuais e as que ainda virão, englobando cada vez mais técnicas de IA. De acordo com Kaufman, o uso da tecnologia implica externalidades positivas e negativas:

São múltiplas as externalidades negativas dos sistemas atuais de IA, éticas e sociais. O desafio é como mitigá-las preservando as externalidades positivas intrínsecas aos modelos de negócio baseados em dados (data-driven models). Esse cenário recomenda manter o foco na busca por soluções de curto-médio prazo, deixando o longo prazo para a esfera da ficção científica (Kaufman, 2021a, p. 163).

Entendendo as vulnerabilidades humanas frente aos avanços das tecnologias inteligentes e suas externalidades é que surgiu a abordagem denominada Ethics by Design – ou Ética desde o Design. Segundo Brey e Dainow (2023), trata-se de:

[...] uma abordagem para incluir de forma sistemática e abrangente considerações éticas no processo de design e desenvolvimento de novos sistemas e dispositivos tecnológicos. Embora a abordagem possa ser aplicada a qualquer tecnologia, historicamente o seu foco tem sido na concepção de sistemas de IA (Brey; Dainow, 2023, tradução nossa).

Os autores destacam que, os estudos neste campo, surgiram a partir de pesquisas europeias formuladas na área de ciência da computação envolvendo ética e inovação, notadamente da metade para o final da década de 2010, sendo referências os estudos de Dignum et al. (2018) e d’Aquin et al. (2018).

Tal abordagem ganhou mais impulso na Europa por meio de uma resolução do Parlamento Europeu do ano de 2019, a qual identificava a necessidade da existência de uma política abrangente de IA e que os modelos implantados por meio dessa tecnologia deveriam prever a ética desde a sua concepção. Brey e Dainow (2023) identificam ainda, que embora importantes estudos tenham sido desenvolvidos trazendo princípios, definições e requisitos, nenhum apresentou uma abordagem completa que pudesse ser utilizada em processos de design reais, por esse motivo os autores assumiram a tarefa de desenvolver uma abordagem completa:

No período 2019-2021 [...] numa colaboração entre dois projetos financiados pela UE com foco na ética da IA: os projetos SHERPA e SIENNA [...] Assumimos a responsabilidade pela versão final da abordagem SIENNA/SHERPA Ethics by Design, uma vez que somos os autores do relatório final sobre Ethics by Design e também trabalhamos com a Comissão Europeia para desenvolver o documento de orientação sobre ética desde a concepção para financiamento europeu (Brey; Dainow, 2023, tradução nossa).

A abordagem criada pelos autores denomina-se “Ethics by Design for AI” ou “EbD-AI”, sendo o equivalente em português em tradução livre “Ética desde o Design para IA” ou “EdD-IA”. Os autores entendem que a abordagem proposta baseia-se na “[...] convicção de que a tecnologia não é neutra e que os valores podem, até certo ponto, ser incorporados no processo de design” (*Ibid.*, tradução nossa). Eles destacam que a premissa-chave é que as escolhas de design não são moralmente neutras, podendo ter impactos éticos

significativos. Mesmo entendendo que muitas vezes os impactos podem se originar do contexto ou de como as tecnologias são utilizadas, o design também tem seu papel, pois dependendo de como uma função é projetada, por exemplo, se ela viola a privacidade – o que independe de onde, quando e como ela é utilizada – o prejuízo já está posto.

A partir desse cenário, para operacionalizar projetos de IA com a ética sendo considerada desde o design a proposta de Brey e Dainow (2023) é fornecer tarefas tangíveis específicas aos engenheiros e profissionais envolvidos no processo.

Cabe destacar, contudo, que não há uma especificação de como tais tarefas devem ser realizadas, uma vez que tais fatores dependem de qual é a aplicação sendo desenvolvida, bem como da organização que está coordenando o projeto. Os autores enfatizam ainda que sua proposta funciona bem para questões éticas rotineiras, entretanto, entendendo que podem ocorrer questões éticas especiais eles sugerem uma abordagem reflexiva

e deliberativa recomendando, inclusive, que um profissional especialista em ética componha a equipe de projeto para avaliar riscos, identificar e refletir sobre tais questões junto à equipe.

O foco da abordagem apresentada por Brey e Dainow (2023), segundo os autores, está em instanciar os valores morais fundamentais necessários para que um projeto atenda aos padrões éticos indo da privacidade à justiça destacando que, assim como alguns termos éticos, o significado exato destes valores dentro de uma aplicação irá variar, ou mesmo ser discutível e caberá aos envolvidos adotarem uma postura coerente sendo que a EdD-IA não identifica como isso deve ser feito, mas sim o que deve ser feito. Em seu modelo:

Os requisitos aplicar-se-ão não só ao próprio sistema de IA, mas também a alguns dos processos e ferramentas utilizados no seu desenvolvimento. Primeiro, os valores e princípios morais fundamentais de natureza geral são convertidos em requisitos éticos para o sistema de IA específico a ser desenvolvido, depois é determinado como construir o sistema de uma

forma que os instancie. Assim, os requisitos éticos são traduzidos em tarefas concretas, objetivos, ferramentas, funções, restrições e assim por diante (Brey; Dainow, 2023, tradução nossa).

Para identificar quais seriam os valores morais fundamentais de natureza geral a serem convertidos em requisitos éticos, os autores analisaram diferentes publicações elaboradas por inúmeras organizações internacionais e governos nacionais – num total de 16 documentos – para os quais propuseram diretrizes éticas para IA.

Como resultado, identificaram um consenso global sobre quais valores morais são especificados como fundamentais no desenvolvimento e uso da IA, a saber: liberdade, privacidade, justiça, transparência, responsabilidade e bem-estar (dos indivíduos, da sociedade e do meio ambiente).

Deste ponto em diante, os autores endossam esses seis valores dentro da abordagem EdD-IA e identificam os principais requisitos de projeto que

deles decorrem. As informações especificadas sobre cada valor e seus requisitos estão presentes no Quadro 2, a seguir:

QUADRO 2

Valores da Ética desde o Design para a IA, por Brey e Dainow (2023). Fonte: Brey e Dainow, 2023, tradução nossa, quadro elaborado pela autora.

Agência humana

A agência humana abrange três valores que são reconhecidos como direitos humanos: liberdade, autonomia e dignidade. O respeito pela agência humana envolve o respeito pelo direito do ser humano de ter os seus próprios pensamentos, tomar as suas próprias decisões e realizar as suas próprias ações.

Requisitos de concepção

1. Um sistema de IA não deve ser concebido ou utilizado de uma forma que prive as pessoas da capacidade de tomar decisões que deveriam ser capazes de tomar por si próprias.
2. Uma IA não deve ser concebida ou utilizada de uma forma que resulte na redução das liberdades humanas básicas, incluindo a liberdade de circulação, reunião, expressão e informação.
3. Os sistemas de IA não devem ser concebidos ou utilizados para subordinar, coagir, enganar, manipular, objetificar ou desumanizar pessoas
4. Os sistemas de IA não devem ser concebidos ou utilizados para criar dependência do sistema ou dos serviços que presta.
5. As aplicações de IA devem ser concebidas para proporcionar aos operadores do sistema e (tanto quanto possível) aos utilizadores finais a capacidade de controlar, dirigir e intervir nas operações do sistema
6. Os sistemas de IA nunca devem tomar a decisão final sobre questões importantes de natureza pessoal, moral ou política. Eles podem recomendar, mas a decisão final deve sempre ser tomada por um ser humano.

Privacidade e governança de dados

Este princípio afirma o direito à privacidade de todos os seres humanos e afirma a importância da governação de dados, incluindo medidas para apoiar a qualidade e precisão dos dados, o acesso aos dados e outros direitos de dados, como a propriedade. Os requisitos aplicam-se tanto aos dados utilizados durante a concepção do sistema de IA como aos dados por ele gerados quando em utilização.

Requisitos de concepção

1. Os direitos dos titulares dos dados devem ser respeitados durante o tratamento de dados pessoais.
2. Para garantir a responsabilização, quando os dados pessoais são processados por uma IA, devem existir formas de demonstrar como esta garante a legalidade, a justiça e a transparência desse processamento de dados.
3. Devem ser implementadas medidas para salvaguardar os direitos dos titulares dos dados através de medidas técnicas, como a anonimização, bem como através de medidas organizacionais, como sistemas de controlo de acesso.
4. Sempre que relevante, os sistemas de IA devem apoiar o direito de um indivíduo retirar o consentimento para a utilização dos seus dados pessoais.
5. Os dados devem ser adquiridos, armazenados e processados de uma forma que possa ser auditada por seres humanos.

Justiça

Este valor implica que as pessoas devem ter direitos e oportunidades iguais e não devem ser favorecidas ou desfavorecidas indevidamente. A justiça implica a ausência de qualquer forma de discriminação, bem como o apoio à diversidade e à inclusão.

Requisitos de concepção

1. Os sistemas de IA devem evitar distorções algorítmicas, incluindo distorções nos dados de entrada, na modelização e na concessão de algoritmos.
2. Os sistemas de IA devem, na medida do possível e relevante, ser universalmente acessíveis e oferecer as mesmas funcionalidades e benefícios aos utilizadores finais, independentemente das suas diferentes capacidades, crenças, preferências ou interesses.
3. Os sistemas de IA devem, na medida do possível, ser concebidos para evitar impactos sociais negativos nos grupos sociais, especialmente nos grupos sociais protegidos.

QUADRO 2

Valores da Ética desde o Design para a IA, por Brey e Dainow (2023). Fonte: Brey e Dainow, 2023, tradução nossa, quadro elaborado pela autora.

Bem-estar individual, social e ambiental

De acordo com este princípio, os sistemas de IA devem contribuir, e não prejudicar, o bem-estar individual, a qualidade e o funcionamento da sociedade e a qualidade do ambiente.

Requisitos de concepção

1. Os sistemas de IA devem ser seguros de utilizar e não devem ter propensão para prejudicar ou reduzir significativamente a saúde e o bem-estar físico ou psicológico de quaisquer partes interessadas (utilizadores, clientes, titulares de dados e outras partes afetadas).
2. O desenvolvimento da IA deve ter em conta os princípios da sustentabilidade ambiental, tanto no que diz respeito ao próprio sistema como à cadeia de abastecimento à qual está ligado.
3. Os sistemas de IA não devem ter um impacto negativo na qualidade da comunicação, da interação social, da informação, das relações sociais ou dos processos democráticos; por exemplo, amplificando notícias falsas ou segregando pessoas em bolhas de filtros.

Transparência

Isto refere-se à ideia de que a finalidade, os inputs e as operações das aplicações de IA devem ser conhecidos e compreensíveis para as suas partes interessadas. Isto é para que possam compreender como e com que finalidade estes sistemas funcionam e como são tomadas as suas decisões.

Requisitos de concepção

1. Deve ficar claro para os usuários que eles estão interagindo com um sistema de IA – especialmente para sistemas que simulam a comunicação humana, como chatbots.
2. A finalidade, as capacidades, as limitações, os benefícios e os riscos do sistema de IA e as decisões que toma devem ser comunicadas abertamente a todas as partes interessadas.
3. Os sistemas de IA devem ser construídos de modo que as pessoas possam auditar, questionar, contestar ou procurar alterar as suas atividades. Isto inclui processos organizacionais através dos quais os operadores podem receber e avaliar pedidos de terceiros.
4. Ao construir um sistema de IA, deve-se considerar quais medidas permitirão a rastreabilidade do sistema de IA durante todo o seu ciclo de vida, desde a concepção inicial até a avaliação pós-implantação.
5. Sempre que relevante, as decisões sobre IA devem ser explicáveis aos utilizadores. Sempre que possível, isto deve incluir as razões pelas quais o sistema tomou uma decisão específica. Reconhecemos que isso pode não ser possível com alguns sistemas. No entanto, o sistema (ou aqueles que o implementam) deve sempre ter um mecanismo para explicar qual foi a decisão e que dados foram utilizados para tomar essa decisão. A explicabilidade é especialmente importante para sistemas que tomam decisões ou executam ações pelas quais a responsabilização pode ser necessária, tais como decisões que podem causar danos ou restringir os direitos de um indivíduo.
6. Os processos de desenvolvimento de IA sempre envolvem a tomada de decisões sobre questões éticas, como como remover preconceitos de um conjunto de dados. A transparência exige que os processos e ferramentas de desenvolvimento registem estas decisões éticas de design para que seja possível compreender como as obrigações éticas foram cumpridas. Estas informações podem ser necessárias para auditorias, para contestar decisões tomadas pelo sistema ou para corrigir quaisquer questões éticas que surjam após a implantação.

Responsabilidade e supervisão

A responsabilização pelas aplicações de IA significa que os intervenientes envolvidos no seu desenvolvimento e operação assumem a responsabilidade pela forma como funcionam e pelas consequências daí resultantes. Supervisão humana significa que os humanos são capazes de compreender, supervisionar e controlar o design e a operação dos seus sistemas. A supervisão é uma condição para a responsabilização, uma vez que os intervenientes precisam dela para ter a informação e a influência necessárias para a responsabilização.

Requisitos de concepção

1. Os sistemas de IA devem permitir a supervisão humana relativamente aos seus ciclos de decisão e funcionamento, a menos que possam ser apresentadas razões convincentes que expliquem por que razão a supervisão não é necessária.
2. O processo de implantação de um sistema de IA deve incluir a avaliação de riscos. Os procedimentos de mitigação após a implantação devem estar em vigor a partir do momento em que o sistema é implantado.
3. Os sistemas de IA devem ser auditáveis por terceiros independentes. Os procedimentos e ferramentas disponíveis no âmbito da abordagem XAI [18] apoiam as melhores práticas neste domínio. Isto não se limita à auditoria das decisões do próprio sistema, mas também dos procedimentos e ferramentas utilizadas durante o processo de desenvolvimento. Sempre que for relevante e prático, o sistema deve gerar registos acessíveis a humanos dos processos internos do sistema de IA.



FIGURA 2
Etapas sobre como aplicar a estrutura de Ética desde o Design proposta por Brey e Dainow (2023).

Os requisitos de projeto baseados nos seis valores são então traduzidos em procedimentos e ações adicionais em diferentes estágios do processo de projeto.

Brey e Dainow (2023) oferecem um esboço de como a EdD-IA é usada no desenvolvimento de sistemas de IA – não se trata de uma descrição de como aplicar EdD-IA, mas sim de um resumo das principais etapas do processo de aplicação da EdD-IA a qualquer desenvolvimento. Estas etapas estão presentes na Figura 2:

Finalmente, para a implementação da EdD-IA, os autores oferecem um modelo genérico de desenvolvimento de sistemas (Figura 3) que foi intencionalmente concebido para ser mapeado em qualquer metodologia de design e desenvolvimento:

O modelo enquadra o desenvolvimento do sistema em termos de seis “fases” genéricas. Embora sejam, inevitavelmente, descritos numa sequência linear de passos discretos, devem ser entendidos como classes de operação que podem ser misturadas, reorganizadas e analisadas conforme apropriado para se adaptarem aos processos de desenvolvimento que serão realmente utilizados na construção de um sistema de IA (Brey; Dainow, 2023, tradução nossa).

O modelo de seis passos está presente na Figura 3, a seguir:

As contribuições de Brey e Dainow (2023) por meio do seu modelo de Ética desde o Design para IA colaboram para tornar acionáveis as questões de ordem ética que surgem – ou podem surgir – como consequência da interação humano-IA. Prever como inserir valores morais tornando-os requisitos de projeto é o grande ganho dessa abordagem que pode colaborar de modo significativo para produções mais éticas.

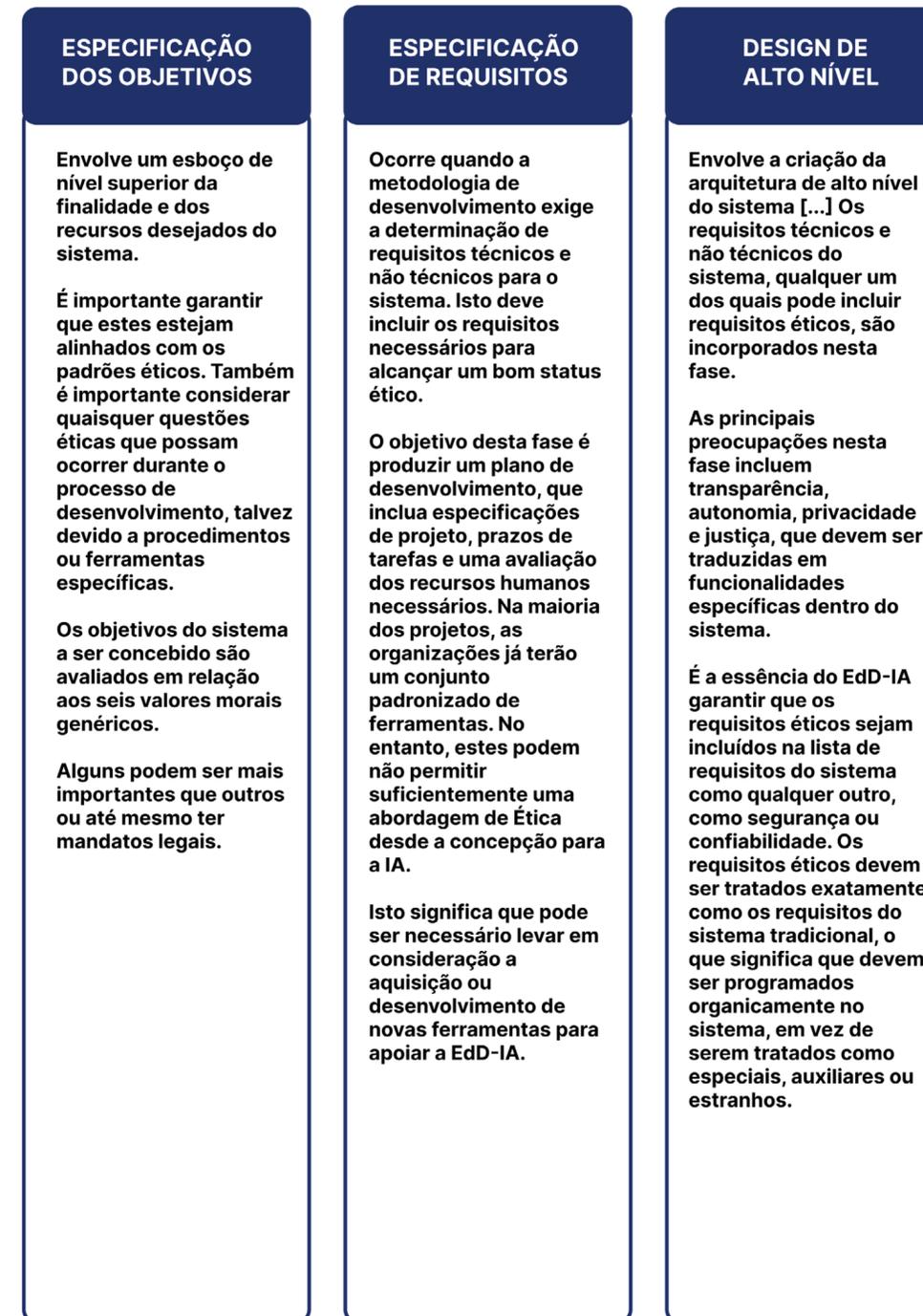


FIGURA 3

Síntese do modelo genérico de desenvolvimento de sistemas para implementação da Ética desde o Design para IA, proposto por Brey e Dainow (2023). Fonte: Brey e Dainow, 2023, tradução nossa, imagem elaborada pela autora.

FIGURA 3

Síntese do modelo genérico de desenvolvimento de sistemas para implementação da Ética desde o Design para IA, proposto por Brey e Dainow (2023). Fonte: Brey e Dainow, 2023, tradução nossa, imagem elaborada pela autora.



PARA ALÉM DO PROJETO: O PAPEL DO DESIGNER NOS DESENVOLVIMENTOS ÉTICOS QUE INTEGREM A IA

Para qualquer desenvolvimento que envolva o design, deve-se considerar que há um fator primordial que pauta o desenrolar do projeto: a compreensão do contexto.

Do ponto de vista do design, o contexto – não somente o de uso, mas também o contexto geral – é um dos aspectos orientadores dos rumos dos projetos na área, muitas vezes definindo as tomadas de decisão nos desenvolvimentos (Bonsiepe, 2011; Moraes, 2005; Denis, 2008; Forty, 2013; Schneider, 2010). Também é possível afirmar que analisar o contexto é uma ação essencial na gestão do design no seu nível mais avançado, o

estratégico, no qual ocorre a gestão do conhecimento e de redes tornando o design um elemento transformador da realidade (Best, 2012; Mozota; Klöpsch; Costa, 2011; Martins; Merino, 2011).

Isso posto, cabe destacar que o contexto complexo atual tem sido marcado pelos desenvolvimentos em IA e também pelos impactos sociais e éticos destas soluções, as quais originam novas demandas de projeto, inclusive – e principalmente – de ordem ética.

No design, pensar projetos de maneira ética implica, portanto, uma etapa anterior que envolve tratar eticamente o contexto para o qual se projeta. Isto não significa que o contexto modificará os valores morais a serem incorporados, mas sim que ele traz particularidades e subjetividades que precisarão ser consideradas para inclusão de maneira ética no projeto.

Como exemplo, pode-se considerar a realidade do Norte Global que difere substancialmente da realidade do Sul Global – região que contempla

nações marcadas pelo colonialismo, neocolonialismo e que apresentam grandes desigualdades. Nesse sentido, problemas específicos que atingem o sul, com capacidade de originar graves questões de ordem ética, podem nem existir no norte do globo e vice-versa.

Tem-se então, que em projetos de design, além dos requisitos de desenvolvimento e processos pautados na ética como proposto pela abordagem EdD-IA, um fator precisará ser constantemente acompanhado, monitorando, analisado e revisto para informar o projeto: o contexto.

Na era da IA os contextos para os quais se projeta são múltiplos e se apresentam variáveis e fluidos. Isto implica que os projetos de design envolvendo a IA, devem ser pensados com flexibilidade o suficiente para suportar iterações cada vez mais velozes. Desse modo, os designers podem constantemente visitar o contexto altamente variável, detectar os impactos sociais dessas produções, analisar criticamente o cenário e iterar rapidamente respondendo às adaptações necessárias.

Essa iteração é parte do processo de design, ou seja, a solução projetada está constantemente sendo revisitada e redesenhada visando a melhoria contínua. Também é verdade que a dinâmica das relações estabelecidas entre as pessoas, os artefatos e suas interfaces estão em constante mudança e isto é um fato que fundamenta a própria iteração no projeto (Flusser, 2007; Jordan, 2005; Norman, 2008). Isso posto, cabe enfatizar que na era da IA essa dinâmica se dá em um contexto no qual a tendência é que as mudanças sejam cada vez mais aceleradas também pelos impactos sociais da própria IA sendo acrescida de efeitos nas dimensões psicológicas, físicas e emocionais das pessoas – o que forçará novas mudanças no contexto de referência dos projetos.

Nessa perspectiva, entende-se ser essencial para uma prática e uma produção éticas, que o desenvolvimento de análises aprofundadas e constantes dos contextos nos quais se dão a interação entre pessoas e IA – considerando os impactos sociais destas produções – faça parte do processo de design, não somente com o olhar

focado no uso, mas antes, com um olhar preditivo dos diferentes contextos gerais para os quais se produz, incluindo aspectos políticos, econômicos e sociais que podem – e deverão – afetar diretamente também o contexto específico das pessoas usuárias.

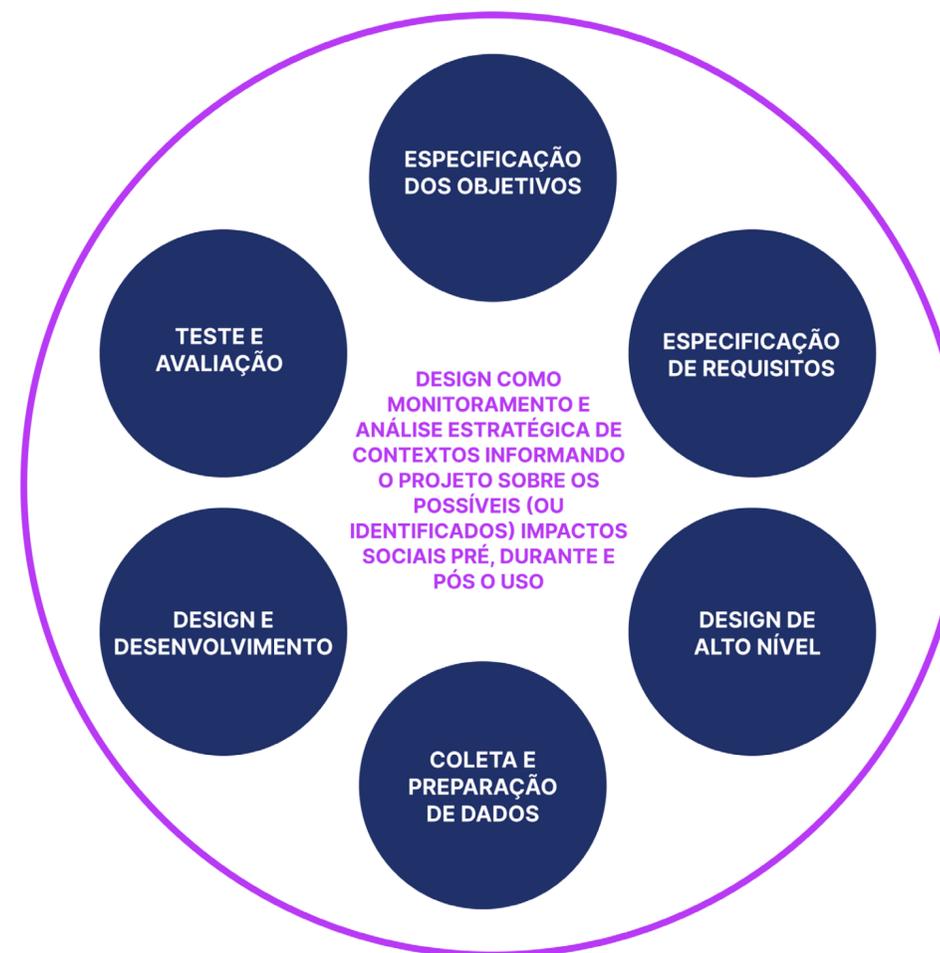
Dessa maneira, entendendo a complexidade do cenário que se apresenta – bem como a interdependência acelerada entre design e contexto – e considerando os impactos sociais da IA, acredita-se que o campo do design pode, para além do projeto, contribuir em um escopo mais amplo: o de monitoramento, análise e compreensão aprofundada dos diferentes contextos e suas particularidades para, de maneira estratégica e preditiva, informar o projeto.

O caráter interdisciplinar da área faz com que ela apresente recursos para atuar não somente no projeto em si incorporando aspectos éticos, mas também como uma força de caráter vigilante, analítico e preditivo, podendo identificar os contextos complexos para os quais se projeta e os

impactos sociais destas produções, atuando de modo transdisciplinar com diferentes áreas como: Computação, Sociologia, Antropologia, Psicologia, Educação, Direito entre outras.

Essa atuação do design como uma força estratégica preditiva dos impactos sociais possíveis ou identificados, informando o projeto em cada etapa, é defendida neste ensaio e pode ser sintetizada como uma contribuição holística que perpassa o projeto em si e o próprio processo de projeto em EdD-IA proposto por Brey e Dainow (2023), como apresentado na Figura 4:

A Figura 4 registra a visão proposta por esta autora englobando a EdD-IA e defendendo que o papel do design nos projetos éticos para IA será – para além do projeto em si – também muito voltado à análise e interpretação dos diferentes contextos para os quais se produz considerando os impactos sociais pré-uso, durante o uso e após o uso.



- Etapas do modelo genérico de desenvolvimento de sistemas EdD - IA de Brey e Dainow (2023).
- Design contribuindo para além do projeto: como monitoramento e análise estratégica de contextos para informar o projeto.

FIGURA 4

Proposta de atuação do design enquanto análise estratégica de contextos para informar o projeto considerando as etapas propostas por Brey e Dainow, 2023. Fonte: A autora.

Acredita-se, portanto, que embora conhecer o contexto seja parte integrante do processo de design, na era da IA ela se dará de modo mais complexo, em cenários velozmente mutantes e provavelmente demandará designers dedicados somente a esta função estratégica de análise e interpretação para que se possa prever os impactos sociais possíveis, ou mesmo compreender os impactos já identificados do projeto com IA na sociedade. Reside aí uma tarefa desafiadora e que, ao mesmo tempo, exige significativo comprometimento para o campo do design.

Versando sobre as incertezas da prática do design para a sustentabilidade, Rafael Cardoso Denis traz uma reflexão que cabe também para o presente momento pautado por incertezas referentes ao pensamento do design frente aos desafios da IA:

Como prever um contexto de uso que não existe ainda? Como pensar nas necessidades de um usuário que não se conhece? Como planejar aquilo que, por definição, não pode ser antevisto? Parece impossível! Dá trabalho, com certeza. A necessidade de projetar para o

pós-uso abre um imenso desafio que promete revolucionar o pensamento em design (Denis, 2012, p. 161).

O “pós-uso” no cenário da IA significará lidar especialmente com os impactos decorrentes da interação com agentes inteligentes, mas também as fases de “pré-uso” – que implica a tomada de decisão e opção pelo uso daquela tecnologia – e “durante o uso” trarão seus próprios desafios e dilemas que não serão só de projeto, mas de pensamento sobre o próprio design enquanto campo e sobre os designers frente ao seu papel nessa nova realidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De produtos a serviços a IA traz, e trará ainda mais no futuro, avanços em diferentes setores tais como saúde, educação, comunicação, segurança, entre outros.

Na esteira desse avanço, surgem também diferentes implicações de ordem ética sobre como essas tecnologias têm sido aplicadas e com quais finalidades, especialmente no cenário atual no qual poucas empresas privadas detêm grandes poderes de ordem econômica, política, midiática, de desenvolvimento e, como consequência, de ações que impactam a sociedade envolvendo as IAs.

Atentos a tais questões e aos impactos sociais da IA, diferentes órgãos, governos e instituições têm buscado caminhos para regular produções visando salvaguardar os direitos fundamentais humanos sem, contudo, inibir o desenvolvimento da tecnologia. E ao tratar do projeto dessas soluções entra-se no campo de ação do design.

As discussões apresentadas neste capítulo versam sobre como inserir valores morais dentro dos projetos que envolvem a IA de modo a conseguir acioná-los enquanto requisitos de projeto em um processo estruturado, visando alcançar desenvolvimentos mais éticos em IA.

Nesse sentido, a abordagem “Ética desde o Design para IA” proposta por Brey e Dainow (2023) traz importantes contribuições para a materialização de um processo de desenvolvimento orientado pela ética.

Deve-se, contudo, ter em conta que na aplicação do modelo proposto, a atenção aos diferentes contextos, às características e particularidades das diferentes sociedades é imperativa para que se possa traçar de maneira adequada os rumos do projeto mantendo o foco na ética.

A análise do contexto há tempos faz parte do processo de design, entretanto, na era da IA o contexto muda rapidamente e os impactos sociais de projetos que integrem a IA podem se tornar imprevisíveis, o que faz com que a análise constante dos contextos seja primordial e estratégica para informar as iterações nos projetos.

A partir da abordagem EdD-IA proposta por Brey e Dainow (2023), este capítulo defende que o papel

do designer na era da IA será ampliado para além do de projetista, sendo o designer também um analista estratégico de contextos com capacidade preditiva e um elemento integrador de diversas disciplinas no projeto.

Essa atuação permitirá informar de maneira contínua a iteração no processo de design, de modo que a equipe envolvida possa se antecipar aos impactos sociais das soluções projetadas, antevendo riscos, mitigando-os ou eliminando-os de maneira mais célere, o que, no limite, potencializa os benefícios almejados de projetos para a sociedade.

Acredita-se, por fim, que na era da IA, fazer design implicará conhecer, analisar e monitorar cada vez mais e melhor a alteração do contexto e isso será tão essencial quanto conhecer as motivações, as limitações, os desejos e as necessidades das pessoas para quem se projeta, objetivo primeiro do design.

REFERÊNCIAS

ACEMOGLU, Daron; JOHNSON, Simon. Big tech is bad. Big A.I. will be worse. **The New York Times**. 9 jun. 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/06/09/opinion/ai-big-tech-microsoft-google-duopoly.html>. Acesso em: 03 out. 2023.

BEST, Kathryn. **Fundamentos de gestão do design**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2338, de 2023**. Dispõe sobre o uso da inteligência artificial. Brasília, DF: Plenário do Senado Federal (Secretaria Legislativa do Senado Federal), [2023] Disponível em: https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233#tramitacao_10494842. Acesso em: 10 jul. 2023.

BOECHAT, C. Inteligência Artificial, empatia e inclusão: um problema de design. **Ergodesign & HCI**, n especial, v. 7, ano 7 (2019). Disponível em: <http://periodicos.puc-rio.br/index.php/revistaergodesign-hci/article/view/1306/735>. Acesso em: 8 abr.2023.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BREY, Philip; DAINOW, Brandt. Ethics by design for artificial intelligence. **AI Ethics**. Springer Link, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s43681-023-00330-4>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s43681-023-00330-4>. Acesso em: 10 out. 2023.

CASSINO, João Francisco. O sul global e os desafios pós-coloniais na era digital. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu; SOUZA, Joyce; CASSINO, João Francisco. **Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal**. São Paulo: Autonomia Literária, 2021.

CEREJO, Joana; CARVALHAIS, Miguel. **Design after the rise of AI-driven services: learning from literature review**. DIGICOM 3rd International Conference on Digital Design & Communication. 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/337631988_Design_After_the_Rise_of_AI-Driven_Services_Learning_from_Literature_Review. Acesso em: 8 dez. 2023.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. **The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism**. Califórnia: Stanford University Press, 2019.

COZMAN, Fábio G.; NERI, Hugo. O que, afinal, é Inteligência Artificial? In: COZMAN, Fabio G.; PLONSKI, Guilherme Ary; NERI, Hugo. **Inteligência artificial: avanços e tendências**. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados, 2021. Disponível em: <https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/650>. Acesso em: 10 set.2023.

COZMAN, Fábio G.; KAUFMAN, Dora. Viés no aprendizado de máquina em sistemas de inteligência artificial: a diversidade de origens e os caminhos de mitigação. **Revista USP**, n. 135, p. 195-210, out./nov./dez. 2022. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.i135p195-210>. Acesso em: 10 set.2023.

MORAES, Dijon de. **Análise do design brasileiro**: entre mimese e mestiçagem. São Paulo: Blucher, 2005.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2008.

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

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

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo**: design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

JORDAN, Patrick W. **Designing pleasurable products**: an introduction to the new human factors. Filadélfia: Taylor & Francis, 2005.

KAUFMAN, Dora. **A inteligência artificial irá suplantará a inteligência humana?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018. E-Book.

_____. Resenha do livro "Ethics of artificial intelligence", de Matthew Liao. **Teccogs**. n. 23, jan./jun. 2021a. DOI: <https://doi.org/10.23925/1984-3585.2021i23p157-163>. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/teccogs/article/view/55974>. Acesso em: 10 out. 2023.

MARTINS, Roseane Fonseca de Freitas; MERINO, Eugênio Andrés Díaz. **A gestão do design como estratégia organizacional**. Londrina: Eduel; Rio de Janeiro: Rio Books, 2011.

MOZOTA, Brigitte Borja de; KLÖPSCH, Cássia; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. **Gestão do design**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

NORMAN, Donald A. **Design emocional**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

ONU. **Press remarks launching high-level advisory body on artificial intelligence**. The Secretary-General. 2023. Disponível em: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sgs_remarks_announcing_high-level_advisory_body_artificial_intelligence_26_october_2023.pdf. Acesso em: 27 out. 2023.

RUSSELL, Stuart; NORVIG, Peter. **Inteligência artificial**. 3. ed. Tradução: Regina Célia Simille. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Inteligência artificial e cultura**: oportunidades e desafios para o sul global. [S.l.], UNESCO. CETIC.BR/NIC.BR. 2021. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/inteligencia-artificial-e-cultura-oportunidades-e-desafios-para-o-sul-global/>. Acesso em: 03 out. 2023.

_____. **Há como deter a invasão do ChatGPT?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2023. E-book.

SCHNEIDER, Beat. **Design – uma introdução**: o design no contexto social, cultural e econômico. São Paulo: Editora Blucher, 2010.

SULEYMAN, Mustafa; BHASKAR, Michael. **A próxima onda**: inteligência artificial, poder e o maior dilema do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2023. E-book.

SCHMIDT, Sarah. Os desafios para regulamentar o uso da inteligência artificial - Brasil, Canadá e países da Europa elaboram legislação para reduzir os riscos de emprego inadequado de programas e aplicativos dessa área. **Revista Pesquisa FAPESP**. ed. 331, set. 2023. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/os-desafios-para-regulamentar-o-uso-da-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 10 set. 2023.

SILVA, Tarcízio. **Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2022.

TAULLI, Tom. **Introdução à Inteligência Artificial: uma abordagem não técnica**. São Paulo: Novatec, 2020.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Recomendações sobre a ética da inteligência artificial**. 2022. Disponível em https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_por. Acesso em: 08 jun. 2022.

_____. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Orientação para IA generativa em educação e pesquisa. Guidance for generative AI in education and research**. 2023. Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693>. Acesso em: 10 out. 2023.

XAVIER, Antônio Carlos. Letramento digital: impactos das tecnologias na aprendizagem da Geração Y. **Calidoscópio**. v. 9, n. 1, p. 3-14, jan./abr. 2011. DOI: 10.4013/cld.2011.91.01. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/748>. Acesso em: 11 out. 2023.



CAROLINA VAITIEKUNAS PIZARRO

Professora Assistente Doutora da Universidade Estadual Paulista (UNESP) atuando no Departamento de Design do campus de Bauru. Seus interesses de pesquisa situam-se nas áreas de Prática de projeto e o papel do designer na sociedade; Teoria e crítica do design; Design centrado no ser humano; Design e Tecnologias inteligentes baseadas Inteligência artificial e seus impactos sociais.

EMAIL: carolina.pizarro@unesp.br



PROJETO DIGI-EDITORIAL: UM MÉTODO PARA O DESIGN DE LIVROS E OUTRAS PUBLICAÇÕES DIGITAIS

MAURÍCIO ELIAS KLAFKE DICK

DOI 10.52050/9788579176753.12



Quando projetamos livros e outras publicações digitais, é essencial considerarmos suas particularidades para que possamos proporcionar experiências genuinamente digitais. Por outro lado, a falta de métodos específicos para guiar o design desses artefatos dificulta o processo e destaca a necessidade de estabelecer tarefas e atividades para sistematizar e organizar nosso fluxo de trabalho. Nessa direção, propõe-se aqui um método que pode ser aplicado como recurso metodológico e didático para estruturar e direcionar o processo de design de publicações digitais diversas, como *e-books*, revistas, catálogos, guias e cartilhas.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Fonte: Imagem: [Freepik.com](https://www.freepik.com)

Acessar conteúdos diversos por meio de dispositivos computacionais já não é exceção para boa parte das pessoas no Brasil. A última pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2023 (CGI.br, 2023) – aponta que o país conta com 156 milhões de usuários de internet, o que representa 84% da sua população. O mesmo levantamento indica que 99% dessas pessoas utiliza o telefone celular para essa finalidade. Em relação à leitura digital, segundo os dados mais recentes da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (Failla *et al.*, 2020), celulares e smartphones são os dispositivos mais utilizados, seguidos de computadores, *tablets* e *e-readers*, todos já consolidados tecnologicamente há mais de 10 anos.

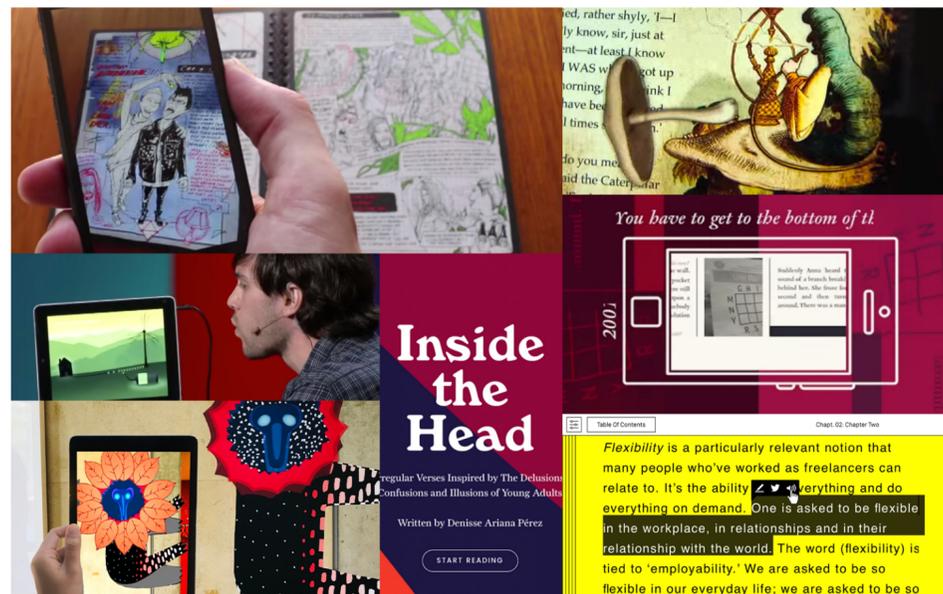
Diante dessa realidade, é corriqueiro que vejamos livros, revistas, guias, cartilhas, catálogos, entre outras publicações digitais, se manifestarem de diversas formas, como *e-books* em formato EPUB, PDFs interativos e aplicativos multimídia com alto grau de interatividade, oferecendo oportunidades para informar, educar e entreter (Dick; Gonçalves,

2017). O meio digital permite que estes artefatos explorem recursos de mídia estática e dinâmica (imagens, vídeos, áudios etc.), interação, tempo e até mesmo espaço, ao pensarmos em movimento e navegação. É possível criar variadas configurações e estruturas de forma e de narrativa, por exemplo quando consideramos os diferentes modos de leitura, ao fazer uso de recursos tecnológicos diversos (tal como a realidade aumentada), ou mesmo quando tornamos as publicações compatíveis com diferentes dispositivos e plataformas de acesso (a chamada interoperabilidade), entre outras possibilidades.

Nesse cenário, novas ações podem ser adicionadas ao ato da leitura, tais como assistir, interagir e compartilhar, ao mesmo tempo que os limites que diferenciam publicações digitais, sites, aplicativos e jogos se tornam mais difusos (Costa, 2014; Phillips, 2014). Veja o caso do livro *Inside the Head*, escrito por Denisse Ariana Pérez e publicado como um site interativo e responsivo. Este e outros exemplos para ampliar seus horizontes sobre publicações digitais podem ser vistos na Figura 01.

FIGURA 1

Exemplos de publicações digitais diversas. Para saber mais, acesse os links disponíveis na nota de rodapé. Fonte: compilação do autor¹.



Para além de questões formais, é interessante destacarmos que o digital amplia o acesso à leitura em três dimensões distintas: geográfica, econômica e inclusiva, como explica o autor Carlo Carrenho (2016). Sob o ponto de vista geográfico, a publicação digital carrega um potencial de disponibilização imediata, uma vez que o meio digital não possui barreiras físicas. A partir do viés econômico, ela pode ter seu preço reduzido, pois haveria diminuição nos custos de produção e distribuição. E, na perspectiva da inclusão, a publicação digital permite a deficientes visuais o acesso a conteúdos por meio de audiolivros e possibilita

aos indivíduos com visão reduzida a configuração dos parâmetros de apresentação do texto, com o objetivo de melhor atender suas necessidades para leitura.

Percebemos, portanto, que ser digital é diferente de ser digitalizado: uma abordagem é transformar um livro impresso (ou concebido para ser impresso) em digital, isto é, digitalizá-lo; outra é pensá-lo, desde o início, exclusivamente como livro digital. Conforme Pinsky (2013), podemos ter uma nova mídia, sem paralelo em papel. Porém, é comum encontrarmos livros e outras publicações digitais que mimetizam os impressos, deixando de explorar as possibilidades do ambiente digital ou mesmo prejudicando a experiência de leitura pelo uso de formatos e plataformas inadequados ao contexto do leitor (Dick; Gonçalves, 2022). Pense sobre isso: quantas vezes não nos deparamos com publicações projetadas para impressão que no entanto são disponibilizadas em formato PDF, tornando-se ilegíveis em smartphones ou até em telas de computador?

1. Montagem a partir de imagens coletadas nos sites:

https://www.youtube.com/watch?v=e4_C1DYh_00

<https://www.youtube.com/watch?v=LV-RvzXGH2Y0>

<https://bit.ly/>

[livros-infantis-locativos](https://insidethehead.co)

<https://insidethehead.co>

<https://youtu.be/gew68Qj5kxw>

<https://www.youtube.com/watch?v=KrpAzVcebhg>

<https://creativemornings.com/companies/hawraf/projects/22>

No âmbito do design, já sabemos que o olhar tradicional do projeto gráfico-editorial não é suficiente para atender a todas as dimensões da criação de publicações digitais (Dick, 2015). Ao projetar este tipo de artefato, precisamos considerar suas particularidades para criar produtos editoriais que proporcionem experiências consideradas genuinamente digitais (Dick; Gonçalves, 2022). Nessa direção, projetar livros e outras publicações digitais pode ser uma tarefa complexa, pois existe uma série de definições que precisam ser realizadas e diversos fatores que devem ser levados em consideração. Estudos prévios deste autor já dão conta de orientações para o design de publicações digitais (Dick, 2015) e explicitam a complexidade do processo de design de livros digitais (Dick, 2019). Caso queira saber mais sobre eles, os resultados podem ser acessados por meio da plataforma [Framebook](#).

Contudo, ainda faltam métodos específicos para guiar o processo de design destes artefatos digitais, especialmente no contexto de formação e instrumentalização de profissionais da área, afinal os métodos auxiliam a estabelecer tarefas

e atividades, de modo a sistematizar e organizar o fluxo de trabalho (Dick; Gonçalves, 2019). A partir de Fadel (2023), entendemos que o projeto de design pode ser desenvolvido com o suporte de métodos clássicos e generalistas que se aplicam a projetos de qualquer natureza, sem levar em conta as especificidades de cada um (por exemplo, método *Double Diamond*), ou então com base em métodos desenhados ou adaptados para áreas específicas (design digital, design editorial, branding etc.).

Não busco aqui me aprofundar em metodologia do design, mas apenas esclarecer conceitos. No nível do projeto, método trata do modo de fazer design, isto é, o passo a passo com procedimentos, técnicas ou ferramentas que ajudam o designer a projetar (Pazmino, 2015). É importante, porém, lembrar que o método não deve ser confundido com uma receita de bolo, como nos alertam Bonsiepe, Kellner e Poessnecker (1984). De acordo com os autores, as técnicas projetuais não garantem o sucesso, mas levam a um aumento da probabilidade de obtê-lo. Assim, os métodos

de projeto nada mais são do que instrumentos de trabalho e o bom resultado depende da capacidade técnica e criativa de quem o desenvolve, como bem escreveu Gustavo Bomfim (1995) há quase três décadas atrás.

É justamente da importância do método no processo de design e da necessidade destes instrumentos para sistematizar o projeto de publicações digitais que surge a proposta a ser apresentada neste capítulo. O Projeto Digi-Editorial foi elaborado utilizando o método de pesquisa Design Science – ou *design science research* –, que nos auxilia a avaliar a eficiência e eficácia de um artefato na solução de um problema (Santos, 2018). Portanto, é uma abordagem que pode ser utilizada para produzir conhecimento científico e, ao mesmo tempo, resolver problemas reais por meio de pesquisas que tenham como finalidade estudar o projeto ou prescrever métodos para projetar novos artefatos (Dresch; Lacerda; Junior, 2015). Dessa forma, o Projeto Digi-Editorial foi desenvolvido baseado em estudos anteriores do autor (Dick, 2019, 2015) e aplicado na orientação de trabalhos

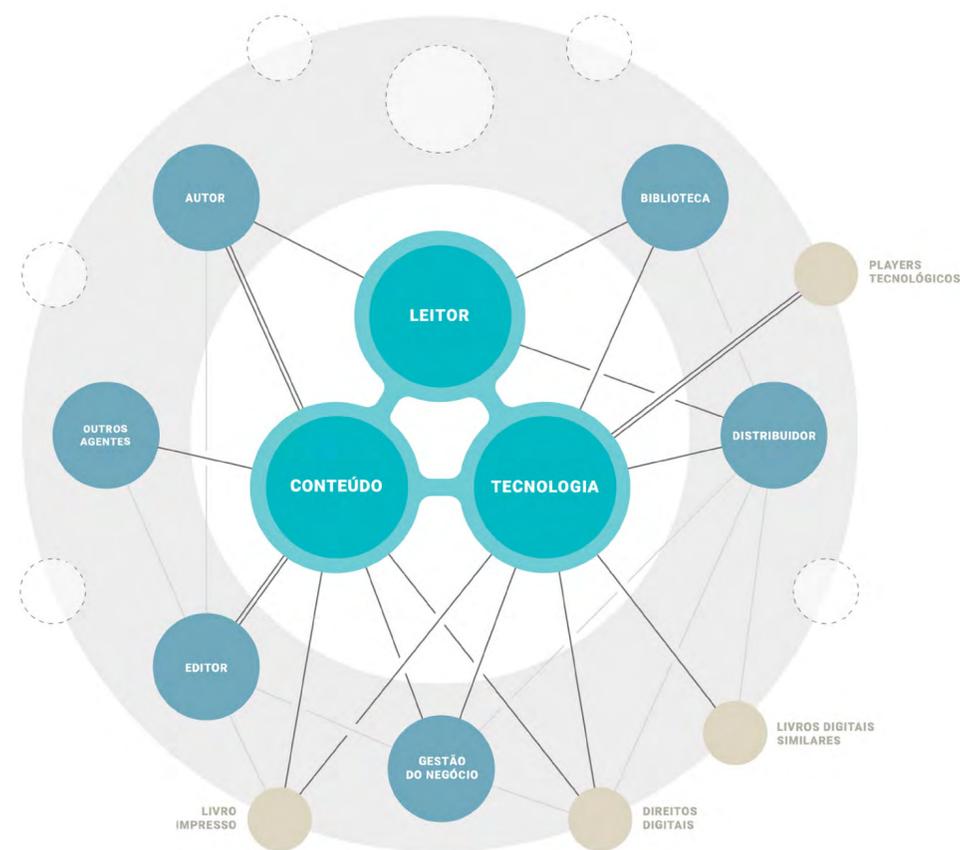
de conclusão de curso em períodos distintos. A partir destas experiências, foi refinado e se encontra na versão detalhada a seguir.

PRÉ-PROJETO: ESTABELECENDO OS FATORES

Antes de começar o design de uma publicação digital, isto é, dar início às atividades que resultam no projeto ou na produção do artefato, é necessário que você e sua equipe, quando for o caso, delimitem com clareza quais serão os fatores que influenciarão suas decisões ao longo deste processo. Esses fatores se relacionam entre si e podem ser de três ordens: primários, secundários ou terciários (Figura 02).

FIGURA 2

Fatores que influenciam o processo de design de livros e outras publicações digitais.
Fonte: Dick (2019)



Aqui teremos uma visão geral destes fatores, mas se você quiser ter uma compreensão mais aprofundada, é recomendado acessar a plataforma *Framebook*, mencionada anteriormente, ou consultar o estudo disponível em Dick (2019), que é a base deste tópico.

Cabe destacar que, mesmo direcionadas para livros digitais, entende-se que as contribuições deste estudo cabem ao processo de design de outros tipos de publicação digital.

Dito isso, precisamos compreender que todo projeto de publicação digital é influenciado por, pelo menos, três fatores, nomeados fatores primários: o conteúdo, a tecnologia e o leitor, ou seja, o público-alvo. A forma como esses elementos se inter-relacionam condiciona o desenvolvimento dos livros e outras publicações digitais de três maneiras: (i) o conteúdo possibilita a relação entre a tecnologia e o leitor; (ii) a tecnologia possibilita a relação entre o conteúdo e o leitor; e (iii) o leitor permite, em alguma medida, a relação entre o conteúdo e a tecnologia. Por exemplo: o conteúdo de uma obra pode ser influenciado pelas possibilidades tecnológicas dos dispositivos de leitura e vice-versa. Da mesma forma, os hábitos e preferências do público-alvo de uma publicação impactam nas decisões referentes ao conteúdo e aos recursos tecnológicos a serem explorados no projeto.

Nesse sentido, conteúdo, tecnologia e leitor são sempre centrais para as decisões de design de livros e outras publicações digitais (Dick, 2019).

Existem ainda outros fatores que podem exercer influência no projeto de uma publicação digital, que se dividem em dois grupos: secundários e terciários. O autor da obra, outros agentes envolvidos (designers, desenvolvedores etc.), questões relacionadas à gestão do negócio (quando o projeto estiver vinculado a uma empresa ou editora), o próprio editor – quando houver –, o distribuidor e as bibliotecas são considerados fatores secundários e podem impactar nas decisões durante o processo de design (Dick, 2019). Finalmente, outros elementos também devem ser considerados nas nossas escolhas, em menor grau de relevância, chamados fatores terciários (Dick, 2019): livros e publicações digitais similares, versões impressas da publicação digital a ser desenvolvida, questões relacionadas aos direitos digitais e players tecnológicos diversos (plataformas digitais e fabricantes de dispositivos, como *Google*, *Facebook*, *Amazon*, *Apple*, entre outros).

De acordo com a complexidade do projeto, nem sempre todos estes agentes irão influenciar nossas decisões de design, por isso é importante ponderar a respeito daqueles que deverão ser considerados no processo. Por exemplo, se você está desenvolvendo seu trabalho de conclusão de curso e projetará um livro digital a partir de um livro impresso que já existe, fazendo a distribuição por conta própria, além dos fatores primários (conteúdo, tecnologia e leitor), você (o designer) e seu/sua orientador(a), o equivalente impresso, determinados aspectos ligados aos direitos digitais, outros livros digitais similares e eventualmente questões relacionadas aos players tecnológicos (como se dará o armazenamento da obra para distribuição, por exemplo) serão levados em conta nas suas escolhas de projeto.

Portanto, “antes de mais nada”, é preciso responder: **que fatores irão influenciar suas decisões durante o processo de design?** Já sabemos que o conteúdo, a tecnologia e o leitor serão centrais. Para além destes, quais outros?

PROJETO DIGI-EDITORIAL: OS CINCO EIXOS DA PUBLICAÇÃO DIGITAL

Tendo clareza dos fatores que serão considerados em suas escolhas projetuais, é possível dar início ao processo de design. Para tal, veremos a seguir o método que segmenta o projeto em cinco etapas, seguindo uma visão já estruturada das publicações digitais nos seguintes eixos: Conceito, Conteúdo, Funcionalidades, Experiência e Superfície (Dick, 2015).

Logo, cada eixo – que aqui se torna uma etapa – compreende diferentes definições que devem ser realizadas e, para isso, são propostas atividades a serem desempenhadas pelo profissional ou pela equipe de projeto. A seguir, veremos o detalhamento de cada etapa/eixo nas suas definições e atividades (Figura 03).

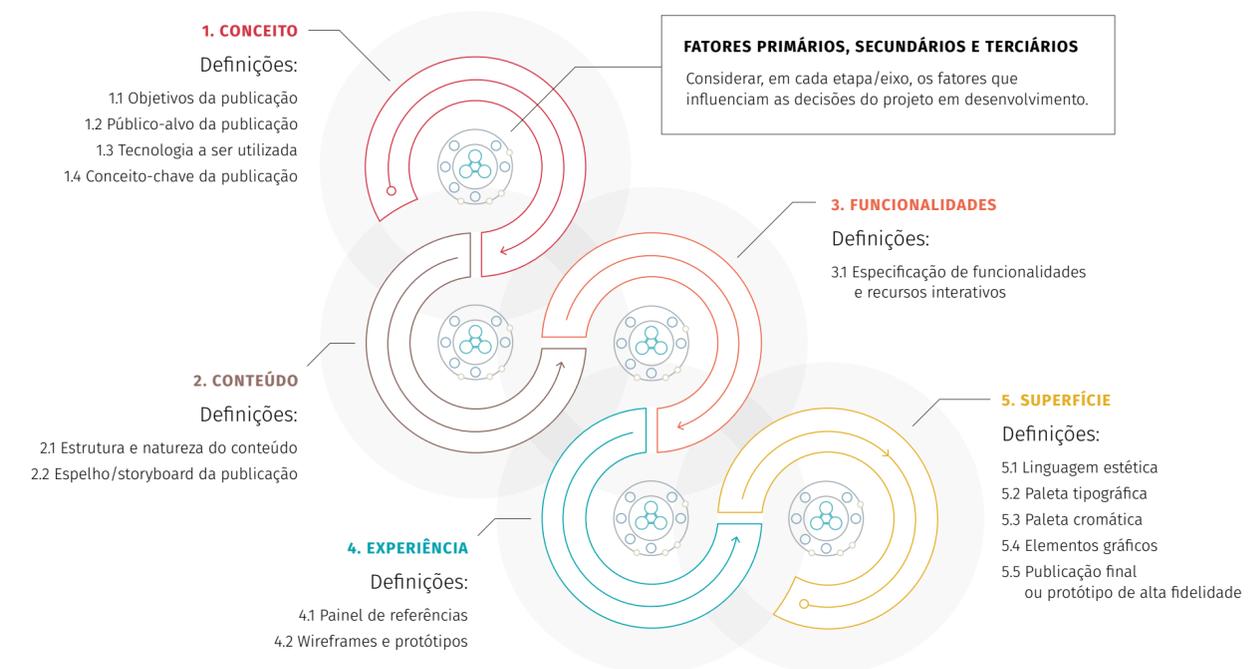


FIGURA 3

Etapas/eixos do Projeto Digi-Editorial. Fonte: autor a partir de Dick (2019, 2015)

1. CONCEITO

A primeira etapa do processo de design de publicações digitais diz respeito ao eixo de Conceito. Este envolve as definições iniciais, que se relacionam ao assunto, ao público-alvo, a questões tecnológicas, aos objetivos e aos conceitos-chave da publicação. Assim, o que for decidido nesta etapa influenciará fundamentalmente nas decisões dos demais eixos.

Atividades a serem desempenhadas nesta etapa/eixo:

- Definição e análise do assunto da publicação para elaborar uma síntese do tema;
- Pesquisa de mercado (buscar similares em natureza e/ou conteúdo) para visualizar o cenário de concorrentes/similares;
- Pesquisa com o usuário/leitor, de modo a identificar seus hábitos e necessidades.

Sobre a pesquisa de mercado, cabe aqui uma consideração para ajudá-lo a buscar similares, uma vez que nem sempre conseguimos encontrar muitas publicações digitais sobre o mesmo tema do projeto que estamos desenvolvendo. Dessa forma, é preciso entender que podem existir graus diferentes de similaridade:

- **Primeiro grau:** mesma natureza de projeto (publicação digital – livro, revista, cartilha etc.) e mesmo assunto;
- **Segundo grau:** mesmo assunto, mas natureza de projeto diferente (livro impresso, animação, site etc.);
- **Terceiro grau:** mesma natureza de projeto (publicação digital – livro, revista, cartilha etc.) e assunto diferente, porém, afim.

Para além de levantar os similares, também é essencial analisá-los para que seja possível tirar conclusões a respeito do cenário. Por exemplo, para cada um, você pode analisar qual é o

público-alvo (para quem a publicação é direcionada), qual é o formato tecnológico (ou os formatos, se estiver disponível em mais de um), como é o projeto gráfico (tanto em aspectos semânticos quanto técnicos), o que aborda do assunto geral (qual é o assunto específico) e como o conteúdo é apresentado (somente textual, com imagens, textos longos, textos curtos, dinâmico, estático, vídeos, infográficos etc.). Nesse sentido, uma análise paramétrica pode ajudá-lo nessa tarefa.

Ao realizar estas atividades, você passa a compreender as possibilidades pertinentes ao tema/ assunto, as preferências dos usuários/leitores e as práticas do mercado, e, com isso, pode definir questões importantes para a publicação digital que está projetando.

Definições a serem feitas na etapa/eixo:

1.1 Objetivos da publicação: qual é a função/ propósito da publicação (por que ela existirá)? Seu cunho será informacional, educacional ou

de entretenimento? Que tipo de leitura ela irá proporcionar (linear, imersiva, seletiva, consultiva, informativa etc.)?

1.2 Público-alvo da publicação: persona(s) ou mapa de empatia;

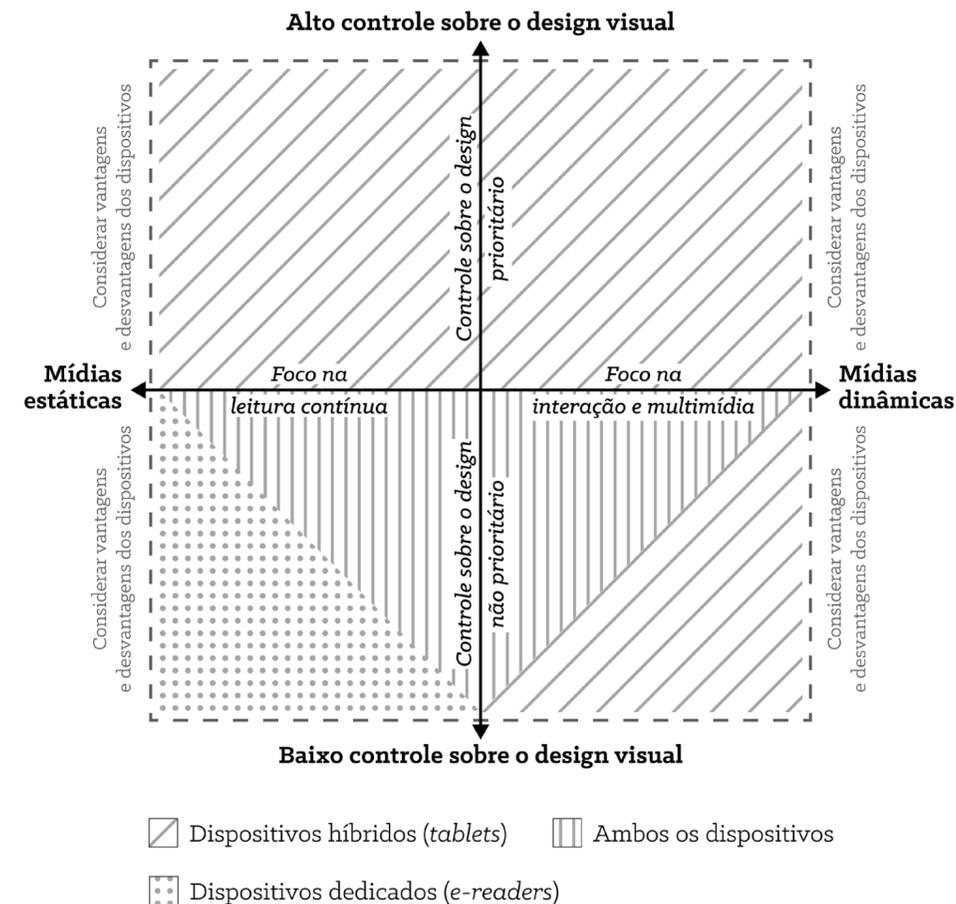
1.3 Tecnologia a ser utilizada: qual será o formato tecnológico da publicação? Qual(is) dispositivo(s) ela irá atender?

1.4 Conceito-chave da publicação: síntese das características da publicação a partir da compreensão do público, do conteúdo (assunto) e dos similares. Você pode escrever uma frase ou utilizar palavras-chave que transmitam atributos objetivos e/ou subjetivos (sentimentos, emoções, significados).

Em relação à definição da tecnologia a ser utilizada na publicação digital, cabem aqui alguns apontamentos. No momento da escolha do formato e do suporte tecnológico, é possível relacionar o grau de controle sobre o design visual que

queremos ter com o objetivo da publicação (Dick *et al.*, 2016), usando, por exemplo, uma matriz de apoio para essa decisão (Figura 04).

FIGURA 4
Matriz para definição de suporte tecnológico. Fonte: Dick *et al.* (2016)



É importante que você leve em consideração as vantagens e desvantagens de cada tipo de dispositivo, as possibilidades e limitações de cada formato – PDF, EPUB fluído, EPUB fixo, plataforma

web (site ou *Progressive Web App*), livro aplicativo, entre outros que possam surgir –, juntamente do contexto de uso e os futuros usuários/leitores da publicação. Não se esqueça de ponderar o que é viável dentro do tempo e dos recursos financeiros, humanos e técnicos disponíveis.

2. CONTEÚDO

Após feitas as definições conceituais da publicação, parte-se para o detalhamento do conteúdo. Nesta etapa/eixo é preciso delimitar, organizar e estruturar o conteúdo que fará parte da obra em desenvolvimento, referindo-se também à escolha das mídias que serão utilizadas. Na proposição original (Dick, 2015), este eixo se divide em dois subeixos: “Organização” e “Fluxo”, onde o primeiro diz respeito à forma como o conteúdo é distribuído e hierarquizado e o segundo ao fluxo de navegação da publicação.

Atividades a serem desempenhadas nesta etapa/eixo:

- Definição e análise do conteúdo para definir as mídias a serem empregadas, distribuí-lo e organizá-lo na publicação;
- Estruturação conceitual da publicação para definir seu fluxo de navegação.

É importante destacar que analisar o conteúdo é essencial para que compreender seu potencial no meio digital e quais qualidades serão exploradas por meio das mídias, tanto estáticas (textos, imagens) quanto dinâmicas (vídeos, animações, áudios). Além disso, é fundamental entender sua hierarquia para que você possa estruturá-lo utilizando uma abordagem de arquitetura da informação. A obra terá capítulos, seções? Pense sobre isso.

Já ao definir o fluxo de leitura e navegação, esteja atento ao modo de leitura definido no eixo anterior, bem como às diferentes formas que uma publicação pode estar estruturada (linear, não-linear,

em páginas, em rolo/*feed*, entre outros). Que tal pensar em alternativas? Qual delas se alinha melhor às definições conceituais da obra?

Com a realização destas atividades, é possível estabelecer o conteúdo da publicação com clareza e precisão, atendendo às definições que devem ser feitas nesta etapa/eixo do projeto.

Definições a serem feitas na etapa/eixo:

2.1 *Estrutura e natureza do conteúdo:* organograma do conteúdo e especificação das mídias. Qual conteúdo terá?

2.2 *Espelho/storyboard da publicação:* fluxograma de leitura e navegação da publicação. Onde o conteúdo estará?

Lembre-se que neste momento do projeto não há preocupação com o design da informação e o *layout*, uma vez que as decisões ainda estão em um nível conceitual, abstrato. Seu foco deve ser no planejamento do conteúdo. Além disso, procure utilizar uma linguagem visual clara

e consistente para representar a natureza e a organização do conteúdo (organograma), bem como o fluxo de leitura e navegação da obra (fluxograma).

3. FUNCIONALIDADES

A próxima etapa/eixo, Funcionalidades, se relaciona estritamente com a anterior. Definido o conteúdo, é chegada a hora de escolher os recursos interativos e funcionalidades do suporte (*features*) que farão parte da publicação digital. Neste momento, é preciso compreender as possibilidades e limitações da tecnologia e das mídias definidas anteriormente, tendo em vista o escopo do projeto.

Atividades a serem desempenhadas nesta etapa/eixo:

- Análise de possibilidades e limitações tecnológicas do(s) formato(s) e dispositivo(s) definidos no eixo de Conceito;

- Busca por referências diversas para criar repertório de possibilidades de recursos digitais;
- Análise de limitações do escopo do projeto (prazo, equipe, recursos etc.).

Enquanto na etapa/eixo de Conceito você buscou similares, em termos de natureza e conteúdo, agora é interessante que sejam levantadas outras publicações digitais – e até mesmo outros tipos de interfaces digitais como sites e aplicativos – que sirvam de referência quanto a recursos interativos e funcionalidades dos suportes. Novamente, uma análise paramétrica pode ser útil. Lembre-se que nem tudo será viável em razão da tecnologia utilizada ou das limitações do projeto, mas dessa forma você cria um repertório de ideias que podem ser exploradas na publicação. Além disso, convém alertar que algumas mídias definidas na etapa/eixo de Conteúdo podem se mostrar inviáveis ao se fazer um estudo mais detalhado da tecnologia e dos recursos disponíveis. Assim, pode ser que você tenha de voltar à etapa/eixo anterior e fazer ajustes no escopo do conteúdo.

Após estas buscas e análises, é possível especificar as funcionalidades e recursos interativos que a publicação digital em desenvolvimento fará uso.

Definições a serem feitas na etapa/eixo:

3.1 Especificação de funcionalidades e recursos

interativos: obrigatórios, desejáveis e opcionais.

É recomendável que você hierarquize os requisitos em obrigatórios, desejáveis e opcionais para que seja possível estabelecer prioridades para o projeto. Todavia, em certos casos existirão apenas requisitos obrigatórios, outros que demandarão somente obrigatórios e desejáveis, ou ainda obrigatórios e opcionais. Esta categorização é flexível e pode ser diferente, de acordo com suas preferências ou da sua equipe.

4. EXPERIÊNCIA

A etapa/eixo de Experiência inicia o desenho mais concreto da publicação digital. É aqui que começa de fato o desenho das telas, levando em consideração aspectos objetivos e subjetivos da experiência do usuário. Na proposta original (Dick, 2015), há um subeixo nomeado “Usabilidade”, que dá conta da eficácia, eficiência e satisfação do usuário ao interagir com a publicação. Nessa perspectiva, devemos desenhar as telas atentos aos padrões, convenções e metáforas familiares aos usuários/leitores.

Atividades a serem desempenhadas nesta etapa/eixo:

- Busca por referências de metáfora e padrões de interação;
- Desenho de *wireframes* (esboços das páginas/telas) de baixa e média fidelidade³;
- Realização de teste(s) de legibilidade, compatibilidade e usabilidade com protótipo(s).

3. *Wireframes* são desenhos de telas/páginas que podem ser de baixa, média ou alta fidelidade visual e/ou de conteúdo. Uma vez que os *wireframes* se conectam entre si e adquirem um certo grau de funcionalidade, tem-se então um protótipo. Este, ao longo do desenvolvimento do projeto, também apresentará variados graus de fidelidade funcional, à medida que se aproxime do produto final. Portanto, conforme o projeto evolui, avança também a fidelidade dos *wireframes* e protótipos.

Antes de desenhar, a busca por referências é uma atividade novamente importante, pois auxilia o designer a perceber padrões e convenções já estabelecidas em outras interfaces e publicações digitais. Junto disso, muitas vezes uma metáfora visual pode ser relevante para o projeto (por exemplo, um livro que se assemelha a um aplicativo de mensagens). Desse modo, você pode elaborar um painel semântico com referências de design da informação, de design de interfaces e de metáforas visuais, se for o caso, que servirão de inspiração neste momento criativo.

Inicialmente o desenho das telas ocorre em nível de esboço – o que chamamos de *wireframes* – de baixa fidelidade (geralmente feitos à mão) que evoluem nesta etapa do projeto para *wireframes* de média fidelidade, desenhados com o auxílio de ferramentas computacionais. Os estudos neste momento devem ser direcionados a questões funcionais do *layout* – como *grid*, tipografia (com foco em aspectos formais, funcionais e técnicos) e arranjo dos elementos (textuais, gráficos e interativos) no espaço, isto

é, quais componentes devem estar presentes e qual é sua posição na tela/página de modo a criar hierarquia e consistência.

Ao iniciarmos os desenhos, é recorrente que tenhamos dúvida sobre quais telas/páginas desenhar e o que colocar em cada uma delas. Basta recorrermos às definições anteriores. Na etapa/eixo de Conteúdo, o fluxograma nos diz quais páginas/telas devem ser desenhadas e o organograma nos mostra o conteúdo de cada uma. Já a etapa/eixo de Funcionalidades nos lembra quais recursos foram estabelecidos como obrigatórios, desejáveis e opcionais, para que agora projetemos como efetivá-los. Mais uma vez fica evidente a importância das idas e vindas durante o processo.

Por último, na perspectiva da usabilidade, é essencial que durante todo o processo de desenvolvimento das telas/páginas da publicação sejam realizados testes de funcionalidade, de legibilidade, de compatibilidade e de uso para avaliar se as escolhas de design nos *wireframes* e protótipos contribuem para uma boa experiência do usuário

e se a publicação está operando como planejado. A avaliação é fundamental para que seja possível avançar no nível de fidelidade do projeto ainda nesta etapa/eixo.

Definições a serem feitas na etapa/eixo:

4.1 Painel de referências: de metáfora visual (se for o caso), de design da informação e de design de interface;

4.2 Wireframes e protótipos: de baixa e média fidelidade.

Uma vez que as telas/páginas da publicação foram desenhadas e avaliadas, consistindo em um protótipo de média fidelidade, é possível avançar para a próxima etapa/eixo do projeto de publicação digital, a Superfície.

5. SUPERFÍCIE

A última etapa/eixo do processo de design de publicações digitais corresponde à Superfície. Nela, tratamos das dimensões de apresentação e visualização do conteúdo, bem como dos aspectos estéticos, de personalidade da publicação, definindo seu projeto gráfico. Para isso, levantamos novas referências visuais de linguagem estética (caso seja necessário) e realizamos estudos de aplicação de cor, tipografia e elementos gráficos buscando definir os padrões que irão compor o produto finalizado ou seu protótipo de alta fidelidade.

Atividades a serem desempenhadas nesta etapa/eixo:

- Busca por referências estéticas (se necessário);
- Estudos de cor, tipografia (com foco em aspectos conceituais) e elementos gráficos.

4. Este padrão se refere ao comportamento sensorial (visual, sonoro ou tátil) dos elementos interativos, como botões, campos de *input*, e outros controles como *switchers* e *sliders*. Sobre a importância na clareza de diferenciar estes elementos e comunicar seus comportamentos, recomenda-se a leitura sobre *affordances* no contexto de livros digitais em Dick e Gonçalves (2014).

É importante destacar que a busca por referências estéticas e a geração de ideias (por meio de estudos de diferentes elementos do projeto gráfico) devem acontecer de maneira iterativa (repetida, cíclica) com o intuito de estimular o processo criativo. Além disso, suas escolhas nesta etapa/eixo – assim como nas anteriores – devem manter o alinhamento conceitual com as decisões da etapa/eixo de Conceito. Não se esqueça que os testes mencionados na etapa da Experiência devem seguir na Superfície até se definirem os padrões finais.

Definições a serem feitas na etapa/eixo:

5.1 Linguagem estética: painel semântico com referências estéticas;

5.2 Paleta tipográfica: padrão de aplicação da(s) tipografia(s);

5.3 Paleta cromática: sistematização do uso da(s) cor(es);

5.4 Elementos gráficos: padrão imagético/iconográfico e padrão interativo⁴;

5.5 Publicação final ou protótipo de alta fidelidade: produto pronto para ser distribuído ou produzido.

Chega-se ao fim do projeto de uma publicação digital quando se tem um conjunto íntegro, que assume a forma de um produto final (mas não necessariamente imutável, fechado, estanque) ou de um protótipo de alta fidelidade, a ser produzido por desenvolvedores, dependendo da capacidade técnica da equipe de projeto frente às decisões tecnológicas anteriores. Caso a publicação digital tenha caráter periódico, recomenda-se a elaboração de um documento contendo as definições essenciais do projeto que permita a criação de novas edições, tal como os manuais de diagramação das publicações periódicas impressas. Da mesma forma, caso o projeto se encerre em um protótipo de alta fidelidade a ser implementado

por uma equipe terceira, é fundamental que haja um documento que oriente o *handoff* com as especificações necessárias para sua produção.

Finalmente, sabemos que no contexto digital existem questões que perpassam o design do artefato em si, relacionadas à produção, distribuição, manutenção, atualização, arquivamento e preservação, portanto a atuação do designer ou da equipe responsável pelo projeto de uma publicação digital pode ser necessária para além da finalização do processo de design inicial.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em constante evolução e sujeita a aprimoramentos, a proposta do Projeto Digi-Editorial tem sido aplicada no desenvolvimento de trabalhos de conclusão do curso de Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como recurso metodológico e didático para estruturar e direcionar o processo de design de publicações digitais, como livros e guias digitais. Caso você queira

ver alguns exemplos de uso do método, ainda em processo de adaptação anterior à versão apresentada neste capítulo, é possível conferir os trabalhos de Coelho (2023), Matura (2023), Belluco (2024), entre outros. Antes de se constituir como um método, a estrutura de eixos e subeixos também já havia sido utilizada em um projeto de conclusão desenvolvido no curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina, como podemos ver em Jurek (2018). Isto evidencia sua capacidade para nortear o projeto de publicações digitais diversas, como livros (ou *e-books*), revistas, catálogos, guias, cartilhas, entre outros.

Tal como percebido nos estudos anteriores (Dick, 2019, 2015), decisões em um determinado aspecto afetam ou são afetadas por outras definições posteriores do processo, existindo interrelações. Assim, apesar de sugerir sequencialidade, a concepção das etapas como eixos favorece a percepção de circularidade e de conexão entre as partes, demandando uma abordagem de projeto que permita idas e vindas. Também é importante notar que existem pontos de intersecção entre as

etapas/eixos, o que evidencia uma relação mais integrada entre as definições a serem realizadas em cada um. Por exemplo, Conceito e Conteúdo, Conteúdo e Funcionalidades, Funcionalidades e Experiência, Experiência e Superfície. Ainda, ao se considerar os fatores que influenciam as decisões projetuais durante o processo de design, precisamos estar atentos e cientes que outros elementos não previstos podem surgir, dependendo da complexidade e da natureza específica do projeto. A título de exemplo, como será que a inteligência artificial (IA) e suas instituições promotoras (*players* tecnológicos) podem influenciar no processo projetual de livros e outras publicações digitais ou mesmo na relação destes produtos editoriais digitais com os usuários/leitores?

Outro apontamento importante que não podemos deixar de fazer diz respeito à elaboração do cronograma de trabalho na perspectiva da gestão do projeto. É necessário ter em mente que algumas etapas/eixos podem ser mais demoradas que outros, pois envolvem mais atividades ou que demandam mais tempo. Para exemplificar, as etapas

de Conceito e Conteúdo tendem a serem mais longas que Funcionalidades, enquanto Experiência e Superfície podem tomar tempos similares. É fundamental que o responsável pela gestão do projeto delimite o cronograma de acordo com o tempo disponível, a equipe e sua experiência de trabalho.

Para encerrar – ao menos por enquanto –, como em qualquer método de design, outras ferramentas (tanto de caráter analítico, quanto criativo ou de gestão) podem ser utilizadas para a realização das atividades e definições propostas nas etapas/eixos. Ao longo deste capítulo, sugere-se o uso de técnicas como *personas* (Cooper, 2014), *painel semântico* e *análise paramétrica* (Baxter, 2011), mas existem diversas outras que podem ser úteis. Por exemplo, os autores Menegazzi, Sylla e Padovani (2018) propõem 13 tipos de *hotspots* – uma espécie de mapeamento de recursos interativos –, que podem servir de referência durante as definições em Conteúdo e/ou Funcionalidades. Da mesma forma, no que diz respeito às decisões relacionadas ao conteúdo, às questões tecnológicas e ao público-alvo da publicação em desenvolvimento,

bem como a influência de outros fatores nesses aspectos, o *framework Framebook* (Dick, 2019) pode ajudá-lo a ampliar sua percepção destes elementos fundamentais no projeto. Afinal, toda ajuda sempre é bem-vinda, não é mesmo? A propósito, se você tiver alguma contribuição sobre o tema deste capítulo, entre em contato com o autor, suas percepções são muito valiosas!

REFERÊNCIAS

BAXTER, M. **Projeto de produto:** guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

BELLUCO, C. F. **Design digital, imersão e pós-modernismo:** uma proposta de publicação digital. 2024. 63 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2024.

BOMFIM, G. A. **Metodologia para desenvolvimento de projetos.** João Pessoa: Editora Universitária-UFPB, 1995.

BONSIEPE, G.; KELLNER, P.; POESSNECKER, H. **Desenho Industrial:** Metodologia Experimental. Brasília: CNPq/Coordenação Editorial, 1984.

CARRENHO, C. O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?. In: FAILLA, Z. (org.). **Retratos da leitura no Brasil.** 4 ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

CGI.br. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros:** TIC Domicílios, 2023.

COELHO, L. V. **Confissões de um designer:** relatos, experiências e opiniões anônimas sobre o mercado de trabalho. 2023. 42 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2023.

COOPER, A. **About Face:** The Essentials of Interaction Design. 4 ed. Indianapolis: Wiley Publishing, 2014.

COSTA, C. As novas funções do autor na era digital. In: GOLDSTEIN, I. (ed.). **Revista Observatório Itaú Cultural,** n. 17, São Paulo: Itaú Cultural, 2014.

DICK, M. E. **Design de publicações digitais sistemáticas:** um conjunto de orientações. 2015. 175 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Design, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

DICK, M. E. **Framebook:** um framework para o processo de design de livros digitais. 2019. 300 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Design, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/199014>.

DICK, M. E. K.; GONÇALVES, B. S. Inovação na indústria editorial digital: um panorama sob a ótica do design. In: **Anais do 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.** São Paulo: Blucher, 2022, p. 8099-8117.

DICK, M. E.; GONÇALVES, B. S. A análise de livro digital: uma visão de suas affordances. In: Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2014. **Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4.** São Paulo: Editora Blucher, 2014, p. 3275-3286.

DICK, M. E.; GONÇALVES, B. S. Publicações Digitais: um panorama sobre design e tecnologia. In: GASPARETTO, D. A. (org.). **Design+:** arte, ciência e tecnologia: conexões teórico-práticas. Santa Maria, RS: Editora PPGART, 2017.

DICK, M. E.; GONÇALVES, B. S. Representações e abordagens de apoio ao design do livro digital. In: **Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2018.** São Paulo: Blucher, 2019, p. 2640-2651.

DICK, M. E.; GONÇALVES, B. S.; PEREIRA, A. T. C.; VIEIRA, M. L. H. A influência dos dispositivos portáteis de leitura no design do livro digital. In: XX Congresso de la Sociedad Iberoamericana de Gráfica Digital, 2016, Buenos Aires. **Blucher Design Proceedings, v. 3, n. 1.** São Paulo: Editora Blucher, 2016, p. 761-768.

DRESCH, A.; LACERDA, D. P.; JUNIOR, J. A. V. A. **Design science research:** método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia. Bookman Editora, 2015.

FADEL, L. M. Framework D4UX: Design para eXperiência do Usuário. **Estudos em Design, v. 31, n. 3,** 2023.

FAILLA, Z. *et al.* **Retratos da leitura no Brasil.** 5. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2020.

JUREK, E. de O. **Futurae:** o portal de tendências do design UFSC. 2018. 126 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

MATURA, É. H. **Guia sobre ansiedade:** design de publicação digital para plataforma web. 2023. 72 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2024.

MENEGAZZI, D.; SYLLA, C.; PADOVANI, S. Hotspots em livros infantis digitais: um estudo de classificação das funções. **Proceedings of Digicom 2018 – 2nd International Conference on Design and Digital Communication,** 2018, pp. 45 – 56.

PAZMINO, A. V. **Como se cria:** 40 métodos para design de produtos. São Paulo: Blucher, 2015.

PHILLIPS, A. **Turning the page:** The evolution of the book. Abingdon, Reino Unido: Routledge, 2014.

PINSKY, L. Os editores e o livro digital: o que está sendo feito e pensado em tempos do incunábulo digital. **Livro – Revista do Núcleo de Estudos do Livro e da Edição,** n.3, 2013.

SANTOS, A. dos. **Seleção do método de pesquisa:** guia para pós-graduação em design e áreas afins. Curitiba, PR: Insight, 2018.



MAURÍCIO ELIAS KLAFKE DICK

Professor Assistente Doutor no Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (UNESP), onde integra o Laboratório de Pesquisa e Extensão Inky Design e o grupo de pesquisa "Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura". Designer Gráfico graduado pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), é doutor e mestre em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Tem como temas de interesse: publicação digital, design editorial, design digital, experiência do usuário (UX) e design da informação.

EMAIL: mauricio.dick@unesp.br



EXPERIMENTALISMO EDITORIAL E GRÁFICO NA VIRADA DO MILÊNIO: ANÁLISE DE VOLUMES DA REVISTA ADG

RAFAEL NASCIMENTO ZANOTTO DE JESUS · CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO

DOI 10.52050/9788579176753.13



Revista é um objeto editorial com origens ligadas ao advento da prensa de tipos móveis e a consequente capacidade humana de produzir impressos em escala. Pode-se distinguir uma revista de outros tipos de publicações principalmente pela periodicidade e variedade de assuntos. Atualmente, uma revista pode assumir formatos analógicos, digitais ou transmidiáticos, e sua produção envolve a atuação conjunta de profissionais das mais distintas áreas, dentre as quais as do Design Gráfico e Editorial.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Revistas ADG do acervo do Lab Design Unesp Bauru. Fonte: Autores.

O NASCIMENTO DAS REVISTAS

As revistas surgem na chamada “era da impressão” ou “era de Gutenberg” (Santaella, 2009, p.9). As origens dos nomes dados a esse tipo de artefato denunciam sua proposta. “Revue”, como é chamada no francês, também é o nome de um tipo de espetáculo teatral marcado pela sátira e que frequentemente trata de acontecimentos a ele recentes; “Magazine”, no inglês, foi um termo proposto pelo impressor e editor Edward Cave, no século XVIII baseado no italiano “magazzino” ou no francês “magasin” (palavras que por sua vez bebem do árabe *مخزن*, “*maḳzan*”), que equivalem a “armazém”, remetendo à noção de uma reunião de variados artigos e utilidades.

Encontra-se no século XVII, entre 1663 e 1668, a “Erbauliche Monaths Unterredungen” (Discussões Mensais Edificantes, em tradução livre), uma das mais antigas publicações, capaz de remeter à noção de revista. Seu conteúdo era voltado para discussões de cunho literário, mas já apresentava

periodicidade e atualização de assuntos. O já citado editor Edward Cave criou a “Gentleman’s Magazine” em 1731 e, fazendo jus ao termo que cunhou para nomeá-la, organizava uma grande variedade de conteúdos como notícias, tabelas comerciais, concursos de poesia, entre outros. A exemplo, em ocasião de conflito entre Grã-Bretanha e Espanha, em 1739, Cave adaptou o conteúdo da revista para dar enfoque a questões políticas e contou até mesmo com informantes disfarçados que se infiltraram no Palácio de Westminster¹ para obter notas das sessões parlamentares. Apesar de seus métodos ilegais, é notória a “agência editorial” de Cave e como ela sustentou a relevância da “Gentleman’s Magazine” na sua época e na história.

1. Fonte: <<https://www.museumoflondon.org.uk/discover/poetry-plagiarism-and-treason-early-years-gentlemans-magazine>>

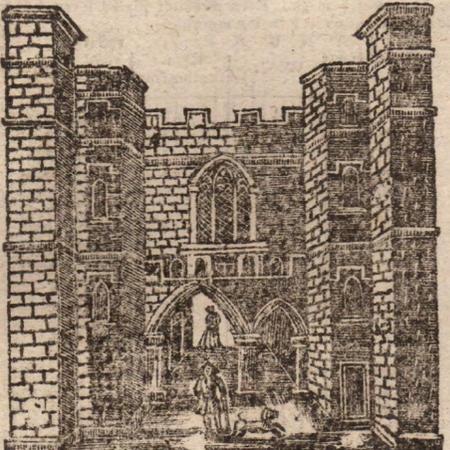
Acesso em 2023-10-31.

FIGURAS 1 E 2

“Gentleman’s Magazine” em dois momentos de sua história: 1783 e 1820. Fonte: Internet Archive. <https://archive.org/details/GentMagMarch1783/mode/2up> https://archive.org/details/sim_gentlemans-magazine_1820-10_90/mode/2up/

The Gentleman's Magazine;

ST. JOHN'S Gate.



London Gazette
Daily Advertiser
Public Advertiser
Gazetteer
Morning Chron.
Morning Herald
Morning Post
Public Ledger
Daily Courant
Gener. Advertiser
St. James's Chron.
General Evening
Whitehall Even.
London Evening
London Chron.
Lloyd's Evening
English Chron.
Oxford
Cambridge
Bristol 3 papers
Bath 2
Birmingham 2
Derby 2
Coventry 2
Hereford 2
Chester 2
Manchester 2
Canterbury 2

Edinburgh 5
Dublin 3
Newcastle 3
York 2
Leeds 2
Norwich 2
Nottingham 2
Exeter 2
Liverpool 2
Bury St. Edmund's
Lewes
Sheffield
Shrewsbury
Winchester
Ipswich
Gloucester 2
Salisbury
Leicester
Worcester
Stamford
Chelmsford
Southampton
Northampton
Reading
Whitehaven
Dumfries
Aberdeen
Glasgow

For MARCH, 1783.

CONTAINING

More in Quantity and greater Variety than any Book of the Kind and Price.

Meteorological Diary for January, 1782	186	Miscellaneous Remarks and Anecdotes	224
Average Prices of Corn throughout England	ib.	Query on Attack upon Caldecote-Hall	225
Curious Dish, or Offertory Basin, described	187	Great Loyalty of Sir Abr. Reynardson	ib.
Present State of Lamb's Conduit, &c.	188	Author of the Greenian Philosophy	226
Old Theatre at Barbers Hall described	190	Original Anecdotes of Dr. S. Clarke	227
Guildhall G'ants, Query on their Origin	ib.	Observations on a Dio Adamo	229
Chatterton's Life not improper for Biog. Brit.	191	Anecdotes of Chief Baron Wild	230
Tomb of Cestius at Rome described	192	Oeconomy of a domesticated Hedge-hog	ib.
Theatrical Register	ib.	Lurdanes, and Hocktide Games	231
Debates in Parliament continued	193	Latin Phrases naturalized in England	232
Remarks on Hogarth's Plates of Milton	208	IMPARTIAL AND CRITICAL REVIEW OF	
Reply to Q. S. on Population, &c.	209	NEW PUBLICATIONS	233-245
The ancient Tradition of the Lurdanes	212	POETRY	246-248
Inscriptions in the Abbey Church at Bath	213	Tendency of inflammatory Publications	249
Of the Vacancy in Order of the Bath	214	Investiture of the Knights of St. Patrick	250
References to Authors quoted by Camden	215	Ceremonial of their Installation	251
Brief Memoirs of Yankee Doodle	ib.	Law Arguments on Williams's Divorce	253
Vindex (on Mofen Jori) criticized	216	Alterations in H. of Commons since 1780	254
Knights of the Bath and St. Patrick	ib.	Sumptuary Law published in Denmark	255
Material and Spiritual Existence considered	217	Particulars of Earthquakes at Messina, &c.	257
Remarks on the Colossus at Rhodes	221	Interesting Advices from all Countries	258
Original Letter to Mrs. West	222	Historical Chronicle, Lists of Births, &c. &c.	264

Embellished with an exact Representation of a curious old DISH, or OFFERTORY BASIN, in the Possession of Mr. GOUCH; and a View of the Pyramidal Tomb of CESTIUS at Rome.

By SYLVANUS URBAN, Gent.

LONDON, Printed by J. NICHOLS, for D. HENRY, late of ST. JOHN'S GATE.

THE
GENTLEMAN'S MAGAZINE;



OCTOBER, 1820.

CONTAINING

Miscellaneous Correspondence.	Reviews of New Publications.
MISCELLANEOUS CORRESPONDENCE.—Questions, &c. 290	Gorham's Hist. of Eynesbury and St. Neot's 329
States of Christianity in Egypt, Abyssinia, &c. 291	History of Verulam and St. Alban's 331
New Gothic Church at Chelsea 295	Ruding's Annals of the Coinage 333
Letter of the King of Prussia to Rousseau. 294	Dr. Law's Charge to the Clergy of the Arch-
Church Architecture 294.—Origin of Names 295	deaconry of Rochester 335
Singular Nebulous Appearance.—Voltaire 296	Sermons, by the Rev. J. Sedman, &c. 336
Acc. of Dryburgh Abbey, and Knull Court 297	Hoare's Memoirs of Granville Sharp 337
Compendium of County History—Oxford. 29	Biographies Curieuses 339
Urchfont House, Wilts.—Acc. of Pontefract 301	L. Bonaparte, on Government of Holland, &c. 340
Ancient Anecdotes 303.—Self-taught Painter 304	Radical Pamphlets published by W. Hone 340
Marble Tablet to John Bowles, Esq. 305	Tabella Cibaria; the Bill of Fare; a Poem 343
Descriptive Account of Rio de Janeiro 306	Wordsworth's River Duddon, & other Poems 344
Baptism of Infants—Dr. Greene vindicated 307	Fancy's Wreath.—Poems by W. Cowper. 346
Poems of Lucretius, Pope, Brown, &c. 308	LITERATURE, ANTIQVITIES, ARTS, &c. 346—352
Port Louis, Isle of France, described 312	SELECT POETRY 352
Four through France, in 1818 314	Historical Chronicle.
On the Alleged Price of Precious Metals 317	Proceedings in present Session of Parliamt. 355
Critical Remarks on "The Monastery" 320	The Bill of Pains and Penalties 357
Three Horse Leazes Inn, Stony Stratford 321	Foreign News 363.—Domestic Occurrences 366
Clerical Dress 322.—Origin of Horn Fair 323	Promotions, &c.—Births and Marriages ... 369
History of Hadleigh, co. Suffolk, suggested, &c. 324	OBITUARY; with Memoirs of the Rev. C. E.
Thomas Baron Chaudes.—Historic Relation 324	Do Coetlogon, M. A.; John Hatsell,
Fring, Wing, and Ivinghoe, co. Bucks. 326	William Fielding, John F. Toffen,
Origin and Explanation of Cards 326	Thomas Harris, Nath. Rix, esqrs. &c. 371
Account of Joe Miller and his Jest 327	Meteorological Diary—Canal Shares 382
Epitaphs in Barial-Ground at Leghorn 328	Bill of Mortality—Markets 383.—Stocks, 384

Embellished with Views of DUNSTON ABBEY, Berwickshire; KNILL COURT, co. Hereford; and a MARBLE TABLET to the Memory of JOHN BOWLES, Esq.

By SYLVANUS URBAN, GENT.

Printed by JOHN NICHOLS and SON, at CROWN'S HEAD, 25, Parliament Street, Westminster; where all Letters to the Editor are particularly desired to be addressed, POST-PAID.

Todavia, foi no século seguinte, com as profundas alterações provocadas pelas Revoluções Industriais, que as revistas desbloquearam o potencial de influenciar visual e culturalmente grandes grupos. Santaella (2007) constata que, nesse período, “junto com as máquinas de produção de bens materiais, também surgiram máquinas de produção de bens simbólicos, máquinas mais propriamente semióticas, como a fotografia, a prensa mecânica e o cinema.” (p.11).

Graças a impressões em maiores escalas e velocidades, a revista tornou-se um dispositivo de replicação de símbolos e discursos com alta comerciabilidade. É uma das protagonistas do que passou a ser chamada de “Era de Comunicação de Massas”. Santaella denota ainda que “[...] a comunicação massiva deu início a um processo que estava destinado a se tornar cada vez mais absorvente: a hibridização das formas de comunicação e cultura.” (p.11).

As Revoluções Industriais também foram um período de incubação do que viria a ser a atividade do designer. Surgia um profissional que não dominava todas as etapas da produção de objetos, mas era capaz de projetá-los, ou seja, determinar em um planejamento prévio seus mais diversos aspectos e características como formato, materiais, funcionalidades, etc. Também as revistas passaram a ser alvo de planejamento, recebendo a atenção de profissionais da representação visual, do planejamento gráfico e da comunicação: o exercício do Design Editorial. Caldwell e Zapaterra (2014) descrevem o editorial como “um instantâneo cultural vivo da época em que é produzido”, e o designer associado a isso deve, entre outras funções, “dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e manter os leitores, e estruturar o material de forma clara.” (p.10).

De sua origem aos dias atuais, as revistas são uma janela para a realidade cultural de seu tempo e dos indivíduos nele inseridos.

Designers, responsáveis por sua feitura, têm oportunidade de utilizar o espaço das revistas para afirmar, questionar ou subverter as próprias estruturas, linguagens e discursos que as compõem. Graças aos avanços tecnológicos do último século, estes profissionais estão munidos de uma imensa diversificação de possibilidades produtivas.

Nas últimas décadas do século passado ganharam força as práticas de criação exploratória e o uso de técnicas, materiais e processos não-convencionais, comumente descritas como experimentalismo. Ao atuar experimentalmente o designer é capaz de expandir os horizontes e repertórios na produção de revistas e abrir os caminhos para uma perpetuação inovadora desse artefato na história.

Partindo dessas noções, este texto apresenta uma pesquisa na história das revistas, do Design e do experimentalismo, analisando volumes da “Revista ADG” e buscando extrair compreensões

sobre o ideário gráfico e editorial no final do milênio e como ele pode ter sido materializado nesses volumes.

ORIGENS DA REVISTA NO BRASIL, UM CONVITE INICIAL ÀS REFLEXÕES HISTÓRICAS E SOCIAIS

As primeiras revistas brasileiras datam dos anos próximos à chegada da família real portuguesa no país, em 1808. Antes disso, era proibido imprimir no Brasil, sendo esta uma atividade por muito tempo controlada pela coroa, evidenciando a dominação colonial sistemática dos recursos e capacidades simbólicas de grupos e populações. Silva (2022) apresenta um panorama histórico sobre o início da cultura impressa no Brasil colonial. O autor salienta que, enquanto na América espanhola as tipografias² já funcionavam desde o século XVI, nenhuma colônia portuguesa poderia editar livros e jornais locais. Comprar livros do exterior e montar bibliotecas também eram

2. No estudo da cultura impressa, o emprego do termo “tipografia” descreve o empreendimento ou local de impressão, ainda que seu atual significado no campo do Design esteja ligado ao estudo e desenvolvimento de formas e projetos de letras e escritas.

3. Nota do Autor: não é insensato especular se Hipólito, ao nomear sua publicação, inspirou-se em Edward Cave e seu termo “magazine”.

privilégios restritos aos religiosos ou a uma pequena elite, sendo os livros vindos de outros países inspecionados e, se necessário, censurados pela Igreja e pela Real Mesa Censória, criada pelo Marquês de Pombal em 1768. (Silva, 2022)

Poucos meses depois da Corte Real desembarcar, inaugurou-se a Imprensa Régia, e a “Gazeta do Rio de Janeiro” passou a circular como primeiro periódico impresso no Brasil: aproximando-se em muito do formato de jornal, tratava somente de notícias e assuntos adequados aos interesses da Coroa. Contudo, Hipólito da Costa - hoje considerado patrono da imprensa no Brasil - editou de Londres o *Correio Braziliense* ou *Armazém Literário*, entre os anos de 1808 e 1823³. Mesmo impresso em outro país, o jornal é considerado o primeiro título brasileiro, trazendo temas como “(...) política, economia, ciências e artes, além de notícias do velho mundo e de outros temas que o seu redator julgava serem importantes para os leitores do ‘Novo Império do Brasil’”(Silva, 2006, p.11). O editor também se posicionava e produzia um conteúdo opinativo e

diversificado. O título foi considerado uma ameaça à soberania real e, em 1811, por decreto de D. João VI, foi proibida a entrada do impresso nos domínios do reino português.

Silva (2022) aponta que em Salvador (BA) encontrava-se uma elite com grande afinidade para a literatura e cultura e que fomentava mudanças na capital da província baiana em prol destes assuntos, como a fundação da primeira biblioteca pública do Brasil, em 1811. O comerciante português Manuel Antônio da Silva Serva inaugurou, naquelas terras, seu empreendimento de impressão chamado “Tipografia Silva Serva”, responsável pela produção de 176 títulos, dentre eles o “*Idade d’Ouro do Brasil*”, publicado entre 1811-1823 (Hallewell, apud Silva, 2022). O título é considerado o primeiro periódico não oficial impresso em solo brasileiro. Entre os redatores do periódico baiano estavam o padre Ignacio José de Macedo e Diogo Soares da Silva de Bivar. Destaca-se que ainda são escassos estudos sobre estas e outras publicações do período inicial da impressão no Brasil, bem como sobre seus

colaboradores, uma vez que são raros os registros e os volumes que subsistiram ao tempo. (Magalhães, apud Silva, 2022)

Carlos Roberto da Costa percorre com detalhamento e profundidade a trajetória do impresso em sua tese de doutorado “A Revista no Brasil, Século XIX”, e constata:

“Nem mesmo o fator da novidade mudou as perspectivas: a tipografia não se revelou de entrada um negócio rentável entre nós. Afinal, num país de analfabetos não havia demanda por obras impressas, periódicos ou livros, pois a leitura não fazia parte do cotidiano brasileiro.” (Costa, 2007, p.44).

É vital observar como a revista no Brasil surge em um contexto de dominação, exploração e desigualdade que fortemente restringia quais grupos econômico-sociais teriam acesso à alfabetização e leitura.

Em 1821, a Lei da Imprensa extinguiu o monopólio estatal sobre tipografias e produção de impressos. Sabidamente, o ano seguinte é o marco do processo de Independência do Brasil. O ideário iluminista da época, que já varria a Europa, foi propositalmente mutilado em 1822 para preservar e ampliar o poder econômico, político, e social de elites, como as agricultoras. A grosso modo, em um Brasil ainda escravocrata, o acesso à alfabetização era possível somente a parcelas específicas e elitizadas da sociedade e, por consequência, a produção e o consumo de informação e conhecimento. E, ao decorrer da história, relações de poder e dominação mudam de rostos e nomes, mas muitas perguntas podem - e devem - continuar sendo feitas, como: para quem são feitas as revistas e quem as lê? Quem participa de sua produção e decisões editoriais, gráficas e criativas? Sobre o que ou quem está se falando nas revistas do seu tempo? Investigar artefatos, especialmente de linhagem editorial, é

também um processo de desvendar os paradigmas culturais, sociais, históricos, educacionais, entre muitos outros.

MODERNISMO - PANORAMA DO DESIGN NO SÉCULO XX NO BRASIL E NO MUNDO

Nos aprofundarmos em todas essas direções, século por século a partir das origens da impressão no Brasil, seria um caminho demasiado longo até os objetivos almejados: as revistas da virada do milênio. O próximo grande passo até o ponto de interesse na virada do milênio está no desenrolar do século XX.

Foi dito que a erupção industrial do final do século XVIII possibilitou a existência da revista como um dispositivo de replicação. Porém foi a partir do século XX que se firmaram importantes convenções no fazer gráfico e editorial da revista, o que de muitas maneiras faz dela uma

expressão do modernismo, justamente por ser um dos principais suportes para os discursos do movimento. A linguagem moderna é marcada, entre outros aspectos, por convergências e hibridizações entre Comunicação e Artes.

O Design no Brasil formaliza-se a partir da segunda metade do século XX, quando as primeiras escolas e cursos são fundados e habilitam as primeiras gerações de designers. Não obstante, existe um importante legado gráfico desde o começo do século, fruto da articulação entre pessoas das artes plásticas, criação e comunicação visual, fotografia, literatura, jornalismo, entre outros. Chico Homem de Melo (2012), em seu livro “Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil”, inicia o capítulo sobre a década de 20 do século XX descrevendo que “[...] de um lado estão os profissionais ligados à comunicação de massa, e de outro aqueles inscritos na chamada alta cultura. Esse duplo vetor continuará existindo ainda por muito tempo - e não só no campo do design, é bom que se diga”. (p.97)

Tal conagraçamento de visões e habilidades marca e diferencia os produtos editoriais do século XX, pois como coloca Santaella (2007), até então predominava a classificação renascentista da cultura como “erudita” ou “popular”, sendo a primeira considerada superior e acessível apenas às classes dominantes. Quanto à cultura popular, era produzida pelas “classes subalternas”, cabendo a estas manifestações culturais preservar a memória cultural de grupos e povos.

Já no final do século XIX, tecnologias e linguagens como novos processos de impressão e, principalmente, a Fotografia, abalaram a esfera da “alta cultura” e as noções da época sobre o que poderia ou não ser considerado Arte. As fotografias foram sendo incorporadas cada vez mais nas capas e páginas das revistas e essa relação, como que simbiótica, se manteve até os dias de hoje. É um excelente exemplo que vai ao encontro do que define Santaella (2007), ao dizer que “[cultura e meios de massa são] sistemas de geração de produtos simbólicos, fortemente dominados pela proliferação de imagens.” (p.6).

Como aborda Homem de Melo (2012), a partir da década de 20, o cinema também passou a exercer influência sobre a própria linguagem gráfica, uma vez que é, à sua maneira, um desdobramento da linguagem fotográfica. O olhar fotográfico - e também cinematográfico, com seus ângulos e enquadramentos - passou, aos poucos, a dominar os espaços das revistas. Já na década de 40, com o avanço das tecnologias de produção e reprodução, a fotografia colorida apresentava-se como a “linguagem hegemônica das revistas destinadas ao grande público”, substituindo massivamente as ilustrações, dominantes desde as xilogravuras. O autor destaca que essa substituição “[...] inicia um processo de pasteurização da linguagem gráfica das capas das revistas de massa que se aprofundaria ao longo das décadas seguintes.” (p. 228).

O decorrer do século XX é marcado por revistas que, de forma ou outra, tensionaram a supracitada oposição entre alta e baixa cultura herdada dos séculos passados. Movimentos modernistas também se ocuparam de produzir revistas, que

Homem de Melo (2012) define como “quase manifestos [...] destinados fundamentalmente à elite intelectual afeita às discussões da arte moderna” (p. 125). Na década de 20, títulos como O Malho, Klaxon, O Arlequim e Ariel já apresentavam noções iniciais de Identidade Visual e Projeto Gráfico, duas características que nos dias de hoje são vitais para a existência de qualquer revista.

FIGURAS 3 E 4

Números 1 (maio de 1922) e 7 (novembro de 1922) da revista Klaxon: mensário de arte moderna. Fonte: Biblioteca Brasileira)
<https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm/5455>



FIGURAS 5 E 6

Capas da Revista Arlequim (Revista de actualidades), publicada entre 1927 e 1928. Volume 3, de novembro de 1927, e volume 22, de agosto de 1928. Fonte: Biblioteca Brasileira
<https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm/6534>
<https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm-ext/2857>

Como colocado por um de nós em texto de 2014, as preocupações atuais do design nestes produtos editoriais giram em torno de “definições funcionais e formais, como o formato, a diagramação, a identidade visual e seus elementos, as cores institucionais, o projeto tipográfico, o uso de imagens, o ritmo da publicação e sua materialidade, como o uso de papéis, vernizes, cortes e encartes” (Domiciano, 2014, p.256). Na altura, destacamos ainda que o design também influencia emocionalmente a interpretação da

mensagem, muitas vezes pela seleção fotográfica, enquadramentos, escolha de cores. Isso, entre outros, construindo-se um discurso verbal, além do visual.

Assim, ainda em um momento em que a profissão do designer não havia se institucionalizado, práticas e fazeres projetuais - hoje formalmente regidas pelo campo - já eram alvo da atenção de profissionais ligados à criação de revistas.

O planejamento cada vez mais estratégico das revistas possibilitou uma exploração mais minuciosa de seu potencial de comerciabilidade. O fenômeno de segmentação editorial intensificou-se a partir da primeira metade do século, como é abordado no livro “A Revista no Brasil”, publicado pela editora Abril:

“O progressivo enraizamento das revistas na vida nacional acabaria por criar a necessidade de atender públicos cada vez mais diversificados. Não se tratava de especialização [...]. O novo fenômeno, a segmentação, veio sublinhar outros recortes da sociedade. A família, o

homem e o adolescente, por exemplo, ganharam títulos específicos. Em muitos casos assistiu-se a um desdobramento à maneira boneca russa, com revistas a gerar revistas, dando ainda mais capilaridade ao formidável universo da revista brasileira - fruto maduro e sumarento de As Variedades [...] que o pioneiro Silva Serva pusera à venda dois séculos antes.” (A REVISTA, 2000, p. 22)

Em síntese, o Brasil do início do século XX sofreu as influências dos movimentos e tendências internacionais do Design e das Artes, mas seguiu o timing de sua própria história. Há um modernismo nacional que começa heróico, resgatando suas origens a fim de encontrar uma identidade. Eventualmente, o modernismo brasileiro experimentou uma guinada em direção a uma proposta funcionalista. Após a segunda guerra mundial, a ordem global orbitava ao redor do corporativismo, noções de eficiência, desenvolvimento e (re)construção lógica de um mundo devastado por conflitos.

CONVERGIR AO MILÊNIO - 50 ANOS FINAIS DO SÉCULO XX E PRINCIPAIS INFLUÊNCIAS NO DESIGN BRASILEIRO

A humanidade chegou ao final dos anos 50 com a certeza de que era capaz de se aniquilar com bombas atômicas. A televisão surgiu e revolucionou para sempre a cultura de massas. Os eixos políticos da Guerra Fria se estabelecem. No Brasil, uma nova capital é construída no coração árido do território. Mais do que simplesmente construída, completamente projetada. Como dito anteriormente, o modernismo desdobra-se em uma proposta funcionalista cujo ideário escoa em projetos gráficos, editoriais, de arquitetura, de identidade visual corporativa, etc., refletindo valores sociais e culturais da organização global pós-guerra.

O Museu de Arte de São Paulo e o Instituto de Arte Contemporânea são criados, instituições pelas quais passarão nomes e obras indispensáveis do Design e das Artes. No contexto de um país que buscava industrialização, o Design Brasileiro encontra fundações nas primeiras instituições de ensino da área, com destaque imenso para a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), criada em 1963 na cidade do Rio de Janeiro.

A formalização do campo e da profissão do designer no Brasil é essencialmente moderna, imbuída na racionalidade, funcionalidade e abstração lógica, características do período, como definido por um de nós em texto de 2014: “Muitos dos conceitos modernos e funcionalistas historicamente herdados permeiam a prática atual do design gráfico, como as noções de organização do espaço compositivo e a busca da legibilidade da mensagem.” (Domiciano, p. 244).

Por sua capacidade de manifestar noções de desenvolvimento e progresso, o moderno foi abraçado até mesmo como parte do plano

governamental de Juscelino Kubitschek e das identidades visuais de estatais durante o período da ditadura militar. No universo das revistas, por trás de títulos como “Habitat” (1950-1954) e “Módulo” (1955-1965), Lina Bo Bardi e Oscar Niemeyer, respectivamente, estabeleciam diálogos entre o espaço de composição gráfico e as linguagens arquitetônicas da época. “Noigandres” (1952-1962) mesclava design e literatura para veicular a poesia concreta de nomes como Décio Pignatari e Haroldo de Campos.

Contudo, diz Homem de Melo (2012), “[...] a arte construtiva estava bem longe de ser uma unanimidade” (p. 300). Linhas de pensamento e práticas gráficas compreendidas como “neo-concretas” já divergiam da consolidada postura moderna. Um Manifesto, publicado em 1959 no Suplemento Dominical do “Jornal do Brasil”, apontava para “[...] uma tomada de posição em face da arte não figurativa ‘geométrica’ [...] e particularmente em face da arte concreta levada a uma perigosa exacerbação racionalista” (ibid, p. 309). A revista “Marco” apresentava em suas

capas “[...] uma linguagem com ênfase na gestualidade. [...] A posição que se pode deduzir é de crítica à vertente construtiva.” (p.300).

A revista cultural “Senhor”, publicada a partir de 1959, é uma revista de imensa importância na história das revistas no Brasil, concebida por Carlos Scliar em colaboração com Glauco Rodrigues. Homem de Melo (2012) descreve que “seu período áureo são os três primeiros anos. [...] O resultado pode ser entendido como um dos momentos mais férteis de diálogo entre artes visuais e design no Brasil.” (p. 390).

Dadas essas considerações, para fins de síntese, é possível generalizar a trajetória cultural dos anos 60 até os 80 como uma dança entre dois principais corpos: o moderno e respostas divergentes a ele. O primeiro tinha discursos bem estabelecidos, centrados em construções lógicas e racionais - supostamente inabaláveis - que permeavam todos os setores culturais e artísticos (ao ponto de quase pasteurizá-los). O segundo contempla

diversos nomes e obras que rejeitavam e criticavam o paradigma moderno e propunham novos meios de pensar o fazer gráfico.

Sobre essa dualidade, comenta Homem de Melo (2012) no capítulo sobre o design nos anos 70:

“O design brasileiro da década reflete a bipolaridade do país. Há dois vetores de atuação bem distintos: de um lado, o campo da identidade corporativa, vinculado ao crescimento econômico e dominado pelos preceitos modernistas; de outro, o campo da cultura, mais distante de escolas, mais aberto a experimentações e mais engajado na luta contra o autoritarismo” (p.419).

No contexto global, os movimentos de contracultura irradiavam forte oposição aos valores sociais e culturais tradicionais. No Brasil, a opressão e violência do regime militar golpista ditatorial não foram suficientes para silenciar oposições artísticas, intelectuais e culturais, e essa época contém uma gama contundente de produções.

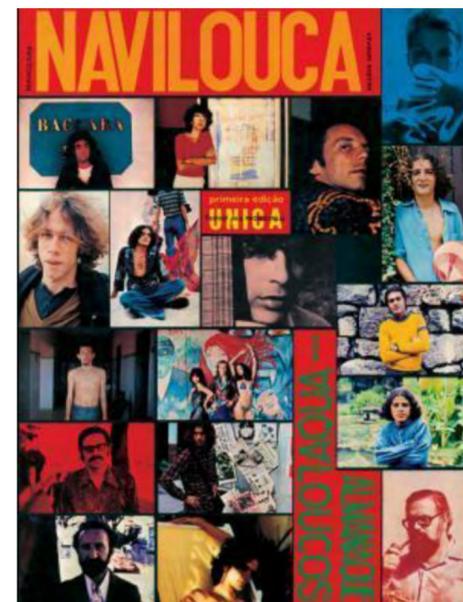
As reações aos valores tradicionais são precursoras do que muitos estudiosos denominam como “design pós-moderno”. Logo aqui é importante observar como a relação entre moderno e pós-moderno vai além de uma simples contiguidade temporal: é também um processo de resposta ao status quo modernista, uma declaração de que este não bastaria para sempre. O caminho apontado pela bússola pós-moderna envolvia maior exploração de complexidades gráficas, doses de anarquia composicional, uma ousadia para experimentar, misturar, subverter - e isso geraria a fragmentação característica do pós-modernismo, como será descrito adiante.

Entre os nomes precursores do pós-moderno podemos citar Rogério Duarte, que deu vida gráfica ao Tropicalismo e ao Cinema Novo brasileiros, e Eugênio Hirsch, que marcou o mercado de capas e projetos gráficos de livros. Suas escolhas eram marcadas pela gestualidade e o favorecimento do impacto visual em detrimento da legibilidade e ordem composicional para gerar interesse. Revistas como “Navilouca” (volume único de 1974), que

Homem de Melo caracteriza como “um manifesto pós-tropicalista” (2012, p. 506), já carregava princípios a serem observados nas décadas seguintes: “experimentar o experimental”, dizia sua capa. Historicamente, o milênio não acabaria até 31 de dezembro de 2000. Em termos de cultura e design, entretanto, existe uma divisória significativa no marco dos anos 80. A partir daí, já é possível identificar constituições mais palpáveis de um pós-modernismo.

FIGURAS 7 E 8

Obras do Designer Rogério Duarte: “Deus e o Diabo na Terra do Sol” e o álbum “Gilberto Gil”.
Fontes: Enciclopédia Itaú Cultural e Almeida, Fuchs, Kaminsky, 2018
<https://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra67136/cartaz-do-filme-deus-e-o-diabo-da-terra-do-sol>



FIGURAS 9 E 10

Capa e página da Revista Navelouca, edição única de 1974.
Fonte: Revista Navilouca
<https://arararevista.com/navilouca-revista-de-poesia-e-arte-devanguardia-brasileira>

DESIGN PÓS-MODERNO - FRAGMENTAÇÃO, DESCONSTRUÇÃO, EXPERIMENTALISMO E AS REFERÊNCIAS DA REVISTA ADG

A partir dos anos 80, as palavras-chave são fragmentação e desconstrução. Em termos de correntes de pensamento e de cultura, isso se traduz como oposição e ruptura com valores tradicionais da sociedade, como mencionado anteriormente.

Graficamente, isso se reflete no despedaçamento das convenções do fazer gráfico: são muito mais exploratórias e profusas as escolhas de diagramação, tipografia, texturas, meios, materialidades, entre muitos outros aspectos.

Depois de vinte anos da institucionalização do Design no país, novas levas de profissionais buscavam horizontes além das convenções e tradições do campo. Além disso, a linguagem digital e a computação gráfica despontavam no horizonte e suas possibilidades são incontáveis. Um mundo globalizado e com um fluxo de informações e conhecimentos sem precedentes permite com que referências e influências sejam transmitidas quase que instantaneamente.

Revistas como Trip, AZ, Around e Foptica circulam com “fotografias incomuns, colagens, nudez, composições tipográficas, referências pop. Em resumo: um painel multifacetado configurando o que costuma ser chamado de pós-modernismo.” (Homem de Melo, 2012, p. 588).

O trabalho de Rick Poynor (2010) no livro “Abaixo as Regras: Design Gráfico e Pós-modernismo” é valioso para captar as possíveis definições de um Design Gráfico pós-moderno. O autor inicia com uma noção fundamental: “[...] é um equívoco limitar o design gráfico pós-moderno a uma categoria estilística [...]. Os fatores culturais que deram origem ao pós-modernismo não desapareceram na década de 1990; muitos deles inclusive se intensificaram.” (p. 18).

A onda pós-moderna também afetou as relações entre a alta e baixa cultura. Comenta Poynor:

“[...] No pós-modernismo, as distinções hierárquicas do modernismo entre a valorizada ‘alta’ cultura e a ‘baixa’ cultura entram em colapso e as duas se tornam possibilidades iguais no mesmo plano. A erosão dessas velhas fronteiras permite que novas formas híbridas floresçam [...]. Como muitos críticos culturais já observaram, os produtos da cultura pós-moderna tendem a ser classificados por características como fragmentação, impureza da forma,

ausência de profundidade, indeterminação, intertextualidade, pluralismo, ecletismo e por um retorno ao vernacular.” (2010, p. 11-12).

Dessa forma, o design gráfico pós-moderno abraça uma maneira de produzir em grande medida despreocupada com as fronteiras do que é o certo ou o errado no fazer gráfico. Isso envolve, muitas vezes, não priorizar a clareza e legibilidade da mensagem, o que por si é capaz de gerar novas dimensões comunicativas e de significado.

O ato de colocar a noção de “erro” em xeque reverbera até os dias atuais e tem forte ligação com as definições de experimentalismo. Em “Characteristics and Interferences of Experiments in Science, the Arts and in Design Research”, Dagmar Steffen (2014) busca um novo olhar sobre o significado de “experimento” no campo das Artes e do Design. Historicamente atrelado ao método científico, o termo “experimento” é geralmente compreendido como uma prática guiada por um conjunto de métodos e princípios dentro de uma moldura teórica. Já nos contextos artísticos e

gráficos, comumente o termo ocorre em tom metafórico por não possuir de fato essas características, ficando restrito a noções como: tentativa e erro, criação exploratória, ou simplesmente aquilo que é “[...] ‘inédito/inovador’, ‘ousado’ ou ‘desobediente’ [...]” (Schmidt apud Steffen, 2013, p. 1.4, tradução livre).

A autora tece uma leitura que tenta conciliar as disputas entre ciências e artes sobre exclusividade do termo, chegando a um experimentalismo de múltiplas faces: 1) o da ciência, como já descrito acima; 2) o da prática em artes e design, onde seus profissionais podem “[...] desfrutar da liberdade de estabelecer suas próprias regras, criar artefatos inovadores, novos processos e métodos, abordar o público de maneiras inesperadas e expandir o cânone. [...]” (p. 1.13, tradução livre), e sem compromisso do profissional com a produção de conhecimento formal; e 3) o da pesquisa em design orientada pela prática, onde produtos de design são desenvolvidos como parte de uma

pesquisa e espera-se também o levantamento de hipóteses e a formulação de teses ou de corpos de conhecimento.

A perspectiva oferecida por Steffens abre ao entendimento de que o projetar exploratório garante ao profissional do Design maior liberdade para descobrir processos, métodos e alternativas. Isso é observável nos anos 80 e 90, comumente exemplificado com revistas como “i-D” de Terry Jones, “The Face”, com Neville Brody e “Ray Gun” e “Beach Culture” de David Carson. Ao explorar as fronteiras do que é o erro, abre-se terreno para descobertas e inovações.

As escolhas gráficas e editoriais do final do milênio, entretanto, não podem ser reduzidas a uma mera exploração de possibilidades. Por trás dessas produções existem os discursos que sustentam e são sustentados pela sua realidade cultural - como espera-se daquilo que é editorial. Nos anos 80 e 90, movimentos do new wave, do

design punk e do design grunge compartilham o motivo da desconstrução que, em Poynor (2010) é descrito como:

“[...] uma crítica às oposições hierárquicas que tradicionalmente estruturam o pensamento ocidental. [...] Tais oposições não são naturais e inevitáveis, como tendemos a presumir, e sim constructos sociais produzidos por discursos que dependem de nossa total confiança neles. O objetivo da desconstrução não é destruir essas categorias, mas desmantelá-las e ‘reescrevê-las’ - mudar sua estrutura e fazer com que funcionem de modo diferente.[...]” (p. 46)

É relevante observar que muito da linguagem gráfica da época se desenvolveu dialogando com o campo da música: capas de álbuns, cartazes de shows e revistas sobre música se orientam pelo anarquismo inspirado por movimentos como o punk, por exemplo.

A partir do início dos anos 90, como aponta Poynor, “[...] a desconstrução estava pronta para assimilação popular” (2010, p.57). Carson, com o sucesso de sua “Ray Gun” entre as gerações jovens, “[...]”

incentivou a rápida assimilação do estilo desconstruído pela publicidade corporativa, e o próprio Carson criou anúncios para a Pepsi-Cola, Nike e, mais tarde, Microsoft” (p. 61). Ao longo dessa década, as produções do designer desafiavam mais e mais a legibilidade de textos e imagens, utilizando-se de desalinhamentos, intervenções ruidosas nos textos, e até mesmo tipografias de dingbats que beiravam ao ininteligível. Comenta Poynor:

“Carson sugeria (como muitos outros, naquele momento) que esses dispositivos eram necessários para competir com outras atrações da mídia e que o material com esse grau de design poderia ser mais bem absorvido e lembrado se exigisse algum esforço por parte do espectador.” (2010, p. 63).

Com o tempo, o espírito punk no design foi se transformando para o grunge, e a desconstrução se alastrou culturalmente:

“A divergência essencial entre o punk da década de 1970 e o grunge da década de 1990 era uma diferença tecnológica. Os grafismos do movimento punk eram feitos de forma barata,

à mão, à caneta esferográfica, com fotocópias, recortes de tipos impressos, tesouras e cola. O grunge, apesar de sua aparência degradada, fragmentada e pouco tecnológica, era o produto de poderosas ferramentas digitais [...] uma das razões para o desenvolvimento desse estilo em um momento em que o computador reproduzia tudo com perfeição irretocável era oferecer algo inatingível para usuários de computador que trabalhavam com modelos pre-determinados: individualidade agressivamente artísticas. Já no fim dos anos 1990, o grunge tinha se livrado de sua carga transgressora inicial [...] a desconstrução havia ‘virado pop’” (Poynor, 2010, p. 65).

Inevitavelmente, a difusão dessas práticas levou a seu esvaziamento, caindo na armadilha do pastiche: uma apropriação insípida.

A desconstrução pós-moderna surgiu em contextos de resistência e oposição a normatividades e convenções, mas acabou por cair na corrente sanguínea do capitalismo. Com isso, muitas produções foram reduzidas a valores simbólicos comercializáveis, desconectados e esvaziados

de sua origem e princípios. Esse fenômeno é característico da realidade cultural de nossa época, ocorre com diversos objetos de Design e merece sua própria investigação.

O advento da computação gráfica faz com que o trabalho do designer aconteça em um espaço inédito: o digital. Há agora a possibilidade de manipular erros e acidentes, mas também revertê-los:

“A facilidade de apagar dá a cada aspecto do design uma qualidade efêmera, menos certa. Não existe mais uma forma definida física, de modo que é muito menos necessário ter certeza de que uma decisão específica está ‘correta’, uma vez que ela pode ser revertida e alterada instantaneamente. Essa condição de incerteza e instabilidade se estende sobre todo o design. No espaço digital, nada é terminado; [...] O fato de que os acidentes não precisam ter consequências duradouras ou negativas significa que essas ‘ocorrências’ e ‘erros’ do acaso tem o potencial de serem utilizados para provocar direções inesperadas no processo de design.” (Poynor, 2010, p. 96-97).

Agora, a desconstrução colidia com o excesso: o uso do computador oferecia incontáveis possibilidades e uma capacidade brutal de processamento de informações e bits. Retomando Santaella (2007), pode-se entender essa etapa tecnológica como o marco que inaugura a era pós-fotográfica: “O paradigma pós-fotográfico se refere a imagens sintéticas, numéricas ou infográficas, inteiramente calculadas por computação [...] são a transformação de uma matriz de números em pontos (pixels) visualizados sobre uma tela.” (p. 27).

No final dos anos 90 passou a ser possível manipular pixels para acrescentar ou remover com precisão elementos de uma fotografia. Atualmente, possuímos modelos de rede neural capazes de gerar imagens - e sequências de imagens - cada vez mais difíceis de serem identificadas (por humanos) como completamente forjadas.

“[...] A imagem pós-fotográfica não produziu mudanças na aparência, mas sim na substância simbólica da construção da imagem. Quando a crença nas aparências e na sua

morfogênese é colocada em crise profunda, toda e qualquer imagem fica sob suspeita.” (Santaella, 2007, p.30).

Entre este e o último milênio, há um momento crítico para a cultura e a comunicação. Séculos de desenvolvimento de máquinas simbólicas convergiram em um paradigma onde o pré-fotográfico, o fotográfico e o pós-fotográfico passaram a conviver simultaneamente. Vivemos um desdobramento desse paradigma, que foi amplificado pelo imenso desenvolvimento tecnológico das últimas duas décadas. Contudo, passos nessa direção fogem ao recorte desta investigação.

Nas duas últimas décadas do século passado a onda pós-moderna se desdobrou culturalmente. Práticas experimentais e de criação exploratória se disseminaram, pluralizando em muito as possibilidades dentro do universo gráfico. Resta agora voltar a atenção para a Revista ADG, objeto de análise da presente pesquisa, para verificar a presença do experimentalismo em suas páginas.

UMA ANÁLISE DA REVISTA ADG

“Esse Boletim é uma publicação da ADG, distribuída gratuitamente aos sócios e à comunidade do design gráfico. As opiniões aqui expressas não representam necessariamente as da diretoria da associação. É muito importante tornar esta publicação um verdadeiro órgão de discussão e intervenção dos designers gráficos.” Assim lê-se nos volumes das ADGs, em um parágrafo nas páginas iniciais. Foi no ano de 1989 que a Associação dos Designers Gráficos (ADG) brasileira foi fundada. Os volumes passaram a ser publicados a partir de 1994 e seguiram nos 6 anos seguintes.

Propomos uma análise qualitativa de volumes da revista, tendo como linha guia a metodologia de Roque Moraes (1999) em seu artigo “Análise de Conteúdo”. Os itens de análise foram categorizados em: Editorial e Capas, Diagramação, Índice e Papéis e Acabamentos. Descrições sobre essas categorias se encontram em suas respectivas seções. Os conteúdos foram analisados individual

e/ou comparativamente, descritos e interpretados considerando todo aporte teórico obtido na investigação, isto é, as definições de experimentalismo e design gráfico pós-moderno.

Os volumes de número 16, 18, 19 e 21 foram selecionados por: 1) serem adequadamente representativos do período almejado (compreendidas entre 1998 a 2001); 2) por pertencerem ao acervo do Laboratório de Pesquisa, Ensino, Extensão em Design Contemporâneo (LabDesign), do Departamento de Design da FAAC UNESP, Câmpus Bauru e 3) por serem uma produção brasileira voltada para o campo do Design. São impressos de formato final de 280 mm de altura e 210 mm de largura, orientação vertical, com uma quantidade de páginas de aproximadamente 50. Sua lombada é quadrada e a capa, flexível. As gramaturas das capas não se distanciam de 250g/m², e as das páginas internas, 150g/m².

EDITORIAL E CAPAS

Para analisar o editorial e capas, foram investigados primeiramente os contextos de produção da revista e os textos editoriais dos volumes. Suas capas foram analisadas comparativamente para observar consistências e variações na estrutura e diagramação.

A moldura editorial dos volumes canaliza a essência da Associação: elaborar discussões, provocar intervenções e promover a valorização do design e designer brasileiros. Sua existência independia de sua comercialização e, ao longo da história das revistas é possível encontrar numerosos exemplos de publicações que se encaixam nesse perfil, como comenta Homem de Melo (2012), no capítulo sobre a década de 80:

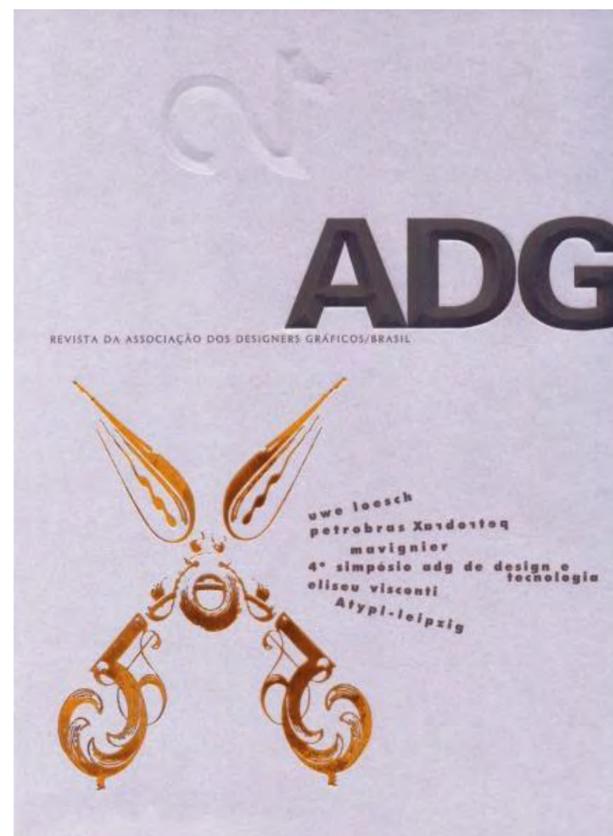
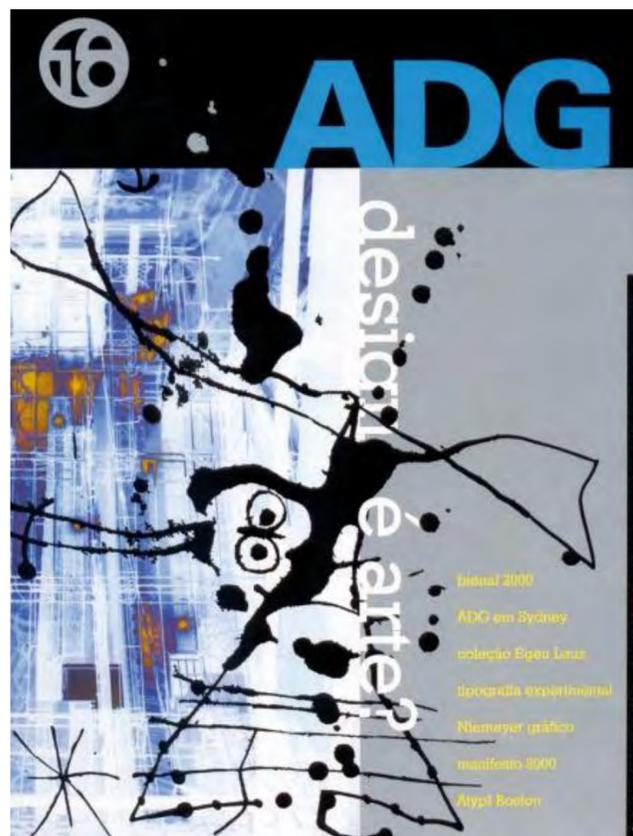
“AZ, Fotoptica e Around são revistas cuja sobrevivência não dependia da venda em bancas. Em virtude disso, podiam apostar em capas com menos elementos, sem as características chamadas que remetem às matérias de cada edição. Desse modo, as imagens principais

reinam soberanas, desobrigadas de conviver com outras informações além do logotipo da revista. [...]” (p. 592)

Algo semelhante ocorre com as ADGs. Em suas capas o único elemento imperturbável é o logotipo “ADG”. Mede em torno de 110mm por 35mm e é escrito em tipografia não-serifada, de linhagem íntima com as grotescas: baixíssima variação de espessura (esta, por sua vez, generosa), proporção

FIGURAS 11 E 12

Da esquerda para a direita, volumes 16 e 18 da Revista ADG, respectivamente. Fonte: os autores.



quase quadrada entre seus eixos, letras em caixa alta e preenchimento em cor sólida e altamente contrastante com seu fundo. Essas características ressoam com

O posicionamento do logotipo “ADG” ocupa a região superior direita da capa e sofre pouquíssimas variações ao longo de seus números, opondo-se ao convencional posicionamento no canto

FIGURAS 13 E 14

Da esquerda para a direita, volumes 19 e 21 da Revista ADG, respectivamente. Fonte: os autores.

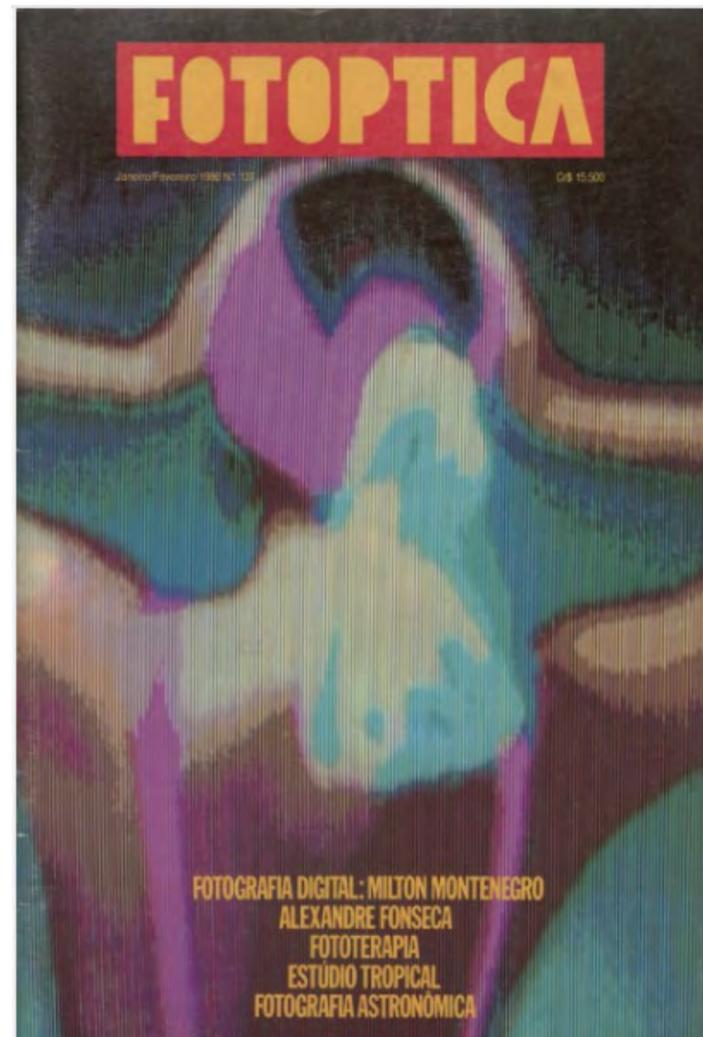


superior esquerdo que é comumente adotado por revistas comerciais. As chamadas em texto estão presentes nas capas, mas ao longo dos volumes ficam cada vez mais enxutas e discretas, disputando cada vez menos atenção com grafismos e elementos não-verbais.

FIGURA 15

Fotoptica nº 127, 1986.

Fonte: Instituto Moreira Salles
<https://revistas.biblioteca.ims.com.br/fotoptica/1986/revista/publicacao127>



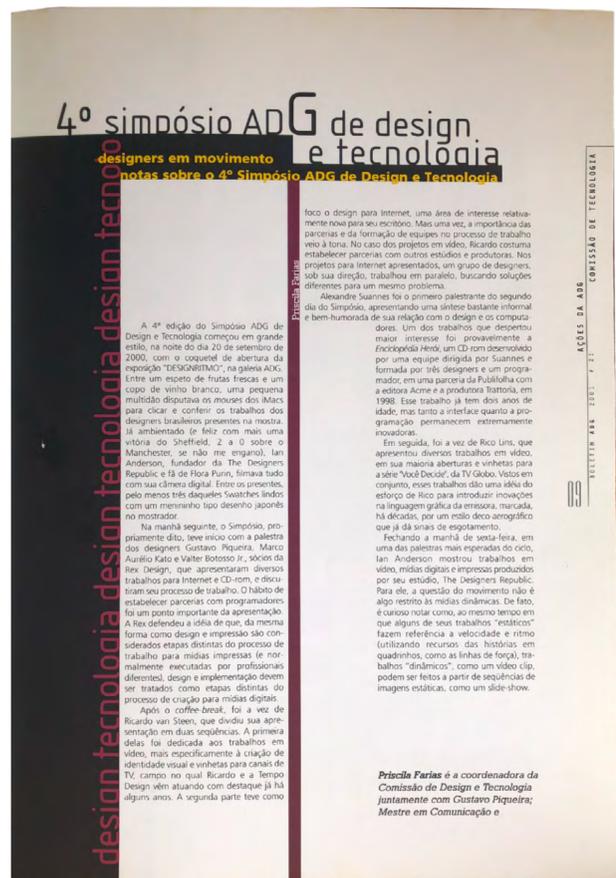
DIAGRAMAÇÃO

A análise da diagramação demanda atenção às escolhas relacionadas à estruturação dos conteúdos nas páginas. Isso envolve a formatação do texto corrido, a disposição de elementos como numeração, imagens, títulos e legendas e, no geral, a mancha gráfica da página.

Uma das características mais marcantes da linguagem gráfica das páginas das ADG é o evidenciamento dos grids e estruturas composicionais. Isso se dá pelo uso de linhas (geralmente, de espessura comparável ao dos corpos de texto) e formas blocadas com preenchimento sólido. Algumas vezes, títulos e elementos tipográficos maiores também assumem essa função. Esse evidenciamento se dá no decorrer de toda a estrutura da revista: capa, índice e páginas internas. Por vezes, títulos e subtítulos sofrem desalinhamentos e pequenas sobreposições.

As leituras até aqui permitem observar essa linguagem como uma decisão que sustenta o discurso desconstrutivo do pós-moderno. Evidenciar o grid é quebrar a ilusão da linha invisível da diagramação, da presença imperceptível da escolha humana na organização da página. Cria-se uma dimensão discursiva que possibilita reflexões acerca do ato de diagramar.

FIGURA 16
Diagramação evidenciada (volume 21, p. 09). Fonte: os autores.

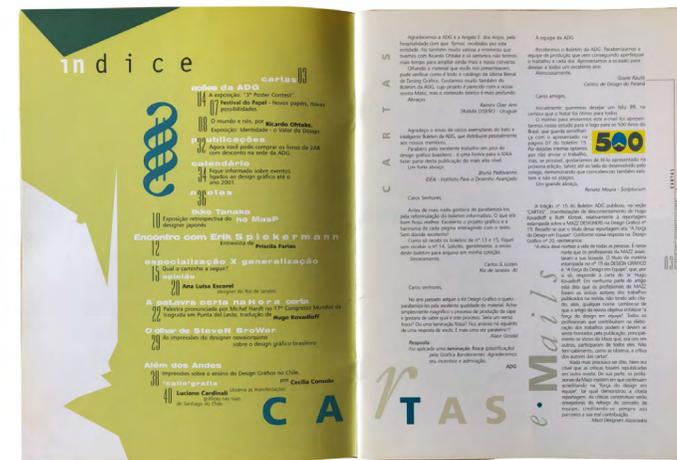


ÍNDICE

Os índices receberam atenção especial por suas singularidades gráficas, como será descrito adiante. É também uma parte vital de qualquer revista, uma vez que faz parte das primeiras informações com a qual o leitor entra em contato e garante rápido referenciamento às seções do impresso.

Com exceção do volume 16, o índice das edições opõe-se totalmente à orientação tradicionalmente vertical, assumindo sentido horizontal. Nele, as seções da revista são identificadas por seus títulos e número da página, mas não estão alinhadas entre si.

FIGURAS 17 E 18
Da esquerda para a direita, páginas de índice dos volumes 16 e 18. Fonte: os autores.





FIGURAS 19 E 20

Da esquerda para a direita, páginas de índice dos volumes 19 e 21. Fonte: os autores.

Linhas verticais rasgam a mancha visual do índice e dividem as seções de maneira sensorialmente arbitrária. É possível especular que, com essas escolhas, a legibilidade não é priorizada para que o leitor seja forçado a operar sua atenção de maneira mais dedicada e minuciosa.

É feita aqui uma ressalva: as escolhas para o índice ameaçam se tornar desinteressantes sob a perspectiva de populações de leitores com visões distintas, como daltonismo ou baixa visão, algo passível de ser testado e averiguado.

PAPÉIS E ACABAMENTOS

Nos volumes analisados há a predominância de papéis convencionais como o couché brilhoso para o miolo. Essa escolha muito provavelmente visa garantir qualidade de imagem e praticidade de produção. Acabamentos são encontrados nas capas, garantindo identidade e diferenciação de um volume para outro e gerando interesse visual.

As ADGs contam principalmente com papel couché para seu miolo, com a ocasional presença de papéis finos de texturas distintas. Durante a análise, destacou-se a matéria “design é arte?” de Agnaldo Farias no volume 18, que trata de uma discussão de longa data que, ao mesmo tempo, une e separa os dois campos. O papel utilizado para a matéria tem certa translucidez, permitindo vislumbre parcial do verso da folha. Assim, as características materiais do papel por si só possibilitam uma dimensão de significado que dialoga com o conteúdo do texto: a noção de uma separação parcial e ainda incerta entre Arte e Design. O texto

é diagramado para que os conteúdos das páginas não entrem em grandes conflitos, com destaque para a escolha do espaço de entrelinhas.

Há também ocorrências de técnicas de acabamento gráfico, como hot stamping, impressão em relevo e aplicação localizada de vernizes. Contudo, essas escolhas não necessariamente estão alinhadas com discursos experimentais.

O enfoque das revistas, como dito anteriormente, é promover a reflexão e a valorização do campo e da profissão do Design Gráfico. Seu ritmo editorial, a diagramação das colunas de seus textos, escolhas tipográficas, a mancha visual de suas páginas e o próprio formato das revistas ainda se mantêm em grande medida sóbrios e convencionais. A gama exuberante de recursos gráficos inevitavelmente assume a função de demonstrar as capacidades produtivas da associação à época, fruto de sua articulação profissional e comercial com grandes fornecedores ligados ao campo.

CONCLUSÕES E DESDOBRAMENTOS

As revistas ADG analisadas são fiéis à missão da instituição de engendrar discussões e proporcionar debates ricos sobre o Design Gráfico, contando para tal com a participação de profissionais expoentes do campo. Sua fidelidade acaba por torná-la graficamente e editorialmente semelhante à sua Associação: permanece em grande parte ligada à faceta modernista do Design que é, afinal de contas, a raiz do campo e de seus profissionais no país.

A análise qualitativa dos volumes buscou avaliar os aspectos formais e de conteúdo que definem uma revista. Foi possível encontrar correspondência entre as descrições da literatura sobre experimentalismo e design pós-moderno e as escolhas gráficas e editoriais nos volumes das ADGs.

É seguro afirmar que, nas revistas analisadas, se faz presente a linguagem experimental. Com ela criaram-se dimensões discursivas e de significado

que extrapolam o texto corrido. É um trabalho notável que enriquece as discussões e ideias promovidas em suas páginas, mas que claramente tem papel coadjuvante na totalidade da revista. Em síntese, há a presença de experimentalismo mas não é uma revista dedicada ao experimental.

A pesquisa também gerou perspectivas para novas investigações acerca das revistas experimentais de produção nacional e os desdobramentos do design gráfico e editorial desde a virada do milênio - afinal, em 20 anos mudanças expressivas ocorreram na cultura, tecnologia e no mundo de maneira geral.

As revistas analisadas são de grande importância para o Design nacional, assim como é sua associação. O impresso permanece sendo um relevante produto do Design Gráfico brasileiro e uma fonte de inspiração e embasamento, tanto em suas formas como conteúdos, para novas gerações de profissionais.

AGRADECIMENTOS:

Este artigo resulta de pesquisa financiada pelo CNPq (PIBIC) e usa o arquivo de artefatos editoriais do LabDesign e Inky Design, laboratórios do Departamento de Design da Unesp de Bauru. Agradecemos às duas instituições.

REFERÊNCIAS

A REVISTA no Brasil. Editora Abril. 1ª ed. São Paulo: Editora Abril, 2000.

ALMEIDA, F.S.; FUCHS, I.M.; KAMINSKY, R. A tropicália de Rogério Duarte em "Caetano Veloso" e "Gilberto Gil" (1968). Revista Projetica v.9, n1, 2018. DOI:[10.5433/2236-2207.2018v9n1p69](https://doi.org/10.5433/2236-2207.2018v9n1p69) Acesso em: 2024-11-10

CALDWELL, Cath. ZAPPATERRA, Yolanda. Design Editorial: Jornais e Revistas / Mídias Impressas e Digitais. 1ª Ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

CONSOLO, Cecília. Anatomia do design. São Paulo: Editora Blucher, 2009. E-book. p.328. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521217664/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

COSTA, Carlos Roberto da. A revista no Brasil, o século XIX. 2007. Tese (Doutorado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

doi:10.11606/T.27.2007.tde-24042009-152705. Acesso em: 2023-08-31

DOMICIANO, Cassia Leticia Carrara. Design gráfico contemporâneo. Estudo de caso: produção discente da UNESP. In Ensaio em Design: práticas interdisciplinares. p. 240-268. 2014.

MELO, Chico Homem de. RAMOS, Elaine. Linha do tempo do design gráfico no Brasil. São Paulo: Cosac & Naify. 2012.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

POYNOR, Rick. Abaixo as Regras: Design Gráfico e Pós Modernismo. 1ª Ed. Porto Alegre: Bookman Companhia Editora, 2010.

SANTAELLA, L. Por que as comunicações e as artes estão convergindo? 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007.

SILVA, César Agenor Fernandes da. O Correio Braziliense e seu projeto de civilização (1808-1822). 2006. 132 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de História, Direito e Serviço Social, 2006. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/93267>>. Acesso em 2023-10-31.

SILVA, Leonardo Gonçalves (2022). As Variedades ou Ensaio de Literatura: uma revista literária?. Via Atlântica, 1(42), 406-437.

STEFFEN, Dagmar. Characteristics and Interferences of Experiments in Science, the Arts and in Design Research. Artifact. v.3, n.1, p. 1-1-1.16. 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/276306171_Characteristics_and_Interferences_of_Experiments_in_Science_the_Arts_and_in_Design_Research> Acesso em 2023-10-31.



RAFAEL NASCIMENTO ZANOTTO DE JESUS

Rafael é graduado no curso de Bacharelado em Design pela UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Bauru, 2023), com projeto de conclusão de curso voltado para identidade visual. Foi bolsista CNPq-PIBIC entre 2022 e 2023, desenvolvendo pesquisa de Iniciação Científica na área de Design Gráfico e Editorial Experimental. Atualmente, é mestrando no Programa de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da UNESP de Bauru, com pesquisa voltada para abordagens contemporâneas de Design.

EMAIL: rafael.zanotto@unesp.br



CASSIA LETICIA CARRARA DOMICIANO

Professora e designer gráfica, é Livre Docente em Design Gráfico e Editorial pela Unesp - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2020), tendo doutorado em Comunicação Visual e Expressão Plástica pela Universidade do Minho, Portugal (2008). É bacharel e mestre em Desenho Industrial, também pela UNESP, onde dá aulas e orienta alunos nos cursos de graduação e pós-graduação em Design. Tem experiência na área de Design Gráfico, atuando principalmente com identidade visual, design editorial impresso e digital, livros infantis e pré-livros, além de design gráfico inclusivo. Coordena desde 2001 o laboratório de design gráfico (pesquisa e extensão) Inky Design e é co-lider do grupo de pesquisa "Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem".

EMAIL: cassia.carrara@unesp.br



MEMÓRIA GRÁFICA: O USO DE ARTEFATOS GRÁFICOS NOS ESTUDOS DE HISTÓRIA DO DESIGN

JADE SAMARA PIAIA · FABIO MARIANO CRUZ PEREIRA · PAULO EDUARDO MORETTO

DOI 10.52050/9788579176753.14



Os três ensaios que dão corpo a este capítulo destacam a relação da memória gráfica com aspectos da cultura material, uma vez que analisam antigos conjuntos de artefatos impressos, considerando os aspectos da história gráfica ao buscar compreender a produção desses artefatos e suas relações socioculturais, em contextos que, em alguns casos, antecedem à consolidação do campo do design no Brasil. A conformação da memória gráfica tem sido pautada por um conjunto de pesquisas que envolvem primordialmente a investigação e a reflexão sobre artefatos gráficos do passado. Tais pesquisas, predominantemente conduzidas por designers, estão intrinsecamente vinculadas às preocupações inerentes ao design (concepção e produção) desses artefatos.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Foto: Fabio Pereira, 2021.

Parte delas foi compilada na forma de ensaios em uma importante publicação organizada pelos professores e designers Priscila Lena Farias e Marcos da Costa Braga (2018). Para os autores, a memória gráfica ainda não pode ser considerada um campo autônomo de investigação, mas, sim, uma vertente das pesquisas em história do design gráfico, dividindo interesses e métodos com outros campos de estudo, como a cultura visual, a cultura da impressão, a cultura material, a memória coletiva e a própria história do design gráfico.

INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta a perspectiva de três pesquisas de doutorado realizadas a partir do interesse em artefatos gráficos do passado e que, portanto, se inserem na vertente das investigações ligadas à memória gráfica. Fornecem, assim, subsídios para uma melhor compreensão a respeito das origens e do desenvolvimento do design gráfico a partir do exame sistemático de impressos de outras épocas. Seus autores integram

o grupo “Design: memória gráfica, história e projeto” sediado no Departamento de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design –FAAC– da Unesp.

O ensaio que abre o capítulo é um breve relato de pesquisa sobre a identificação gráfica de oficinas tipográficas que atuaram na cidade de São Paulo entre 1900 e 1930, período importante para a constituição do setor industrial da capital paulista. As oficinas tipográficas exerceram um papel preponderante nesse contexto, estabelecendo estratégias de identificação ainda incipientes mas já similares ao que hoje se entende por identidade visual. Elas repetiam determinados elementos gráficos nas composições de seus nomes para garantir que fossem lembradas e reconhecidas a partir desses elementos. A pesquisa envolveu o exame de um conjunto grande de artefatos gráficos e fotografias de fachadas de oficinas tipográficas a fim de reconhecer padrões de repetição.

O segundo ensaio tem como foco a identidade visual do museu de arte mais antigo de São Paulo, a Pinacoteca do Estado, por meio de uma investigação de artefatos que carregam a memória gráfica institucional do museu. Partindo de um extenso acervo preservado pelo Centro de Documentação e Memória da Pinacoteca do Estado de São Paulo –Cedoc– foram investigados artefatos gráficos datados de 1912 a 2012, com ênfase na assinatura gráfica da instituição e suas transformações. Tais itens, como catálogos de obras de arte, documentos oficiais em papéis timbrados e materiais de divulgação de exposições, revelaram processos gráficos, profissionais e empresas atuantes na cidade de São Paulo em diferentes períodos –incluindo oficinas tipográficas e designers gráficos que colaboraram na construção de uma identidade ao longo de mais de cem anos de impressos históricos.

Por fim, o terceiro ensaio apresenta um estudo que teve o propósito de observar a linguagem visual e identificar características recorrentes nas capas de disco do rock brasileiro dos anos 1980,

buscando compreender a relação entre esses aspectos e a cultura visual da década. Para tanto, procedeu-se à formação de um acervo dessas capas, que resultou em um *corpus* com 155 itens, e ao desenvolvimento de um método pautado nas três dimensões da semiótica (sintática, semântica e pragmática) para a análise visual de grandes conjuntos de artefatos gráficos. A identificação de características recorrentes na composição visual das peças estudadas possibilitou a compreensão da linguagem visual do conjunto. Para aprofundar as análises semânticas foram exploradas fontes adicionais de dados, como filmes, almanaques e livros relacionados ao contexto histórico e musical dos anos 1980. Essas fontes complementares foram fundamentais para contextualizar historicamente as características identificadas, fornecendo indícios valiosos sobre a visualidade e o ambiente cultural da época, especialmente no universo do rock, da cultura jovem e do pós-modernismo.

As três pesquisas destacam a relevância dos estudos sobre artefatos de memória gráfica para a ampliação do conhecimento da história do design

gráfico brasileiro. Essa abordagem não se limita apenas à cidade ou ao estado de São Paulo, e tem sido utilizada em outras regiões do país e da América Latina. A história do design no Brasil ainda é um campo de estudo em formação (Cardoso, 2005; Braga, Villas-Boas, 2013) e contribuições mais recentes, como as que apresentamos aqui, podem ajudar a reduzir as diversas lacunas existentes.

<https://www.youtube.com/shorts/nx7ov2xLeQ0>.

VÍDEO 1

Consulta de artefato gráfico histórico em acervo arquivístico. Produção: Fabio Pereira, 2021.

1. OS ARTEFATOS GRÁFICOS QUE IDENTIFICAVAM AS OFICINAS TIPOGRÁFICAS DE SÃO PAULO

As três primeiras décadas do século XX foram fundamentais para a consolidação do setor industrial da cidade de São Paulo. Diversas melhorias urbanas foram implementadas e novas tecnologias introduzidas. Um exemplo é a energia elétrica que substituiu a energia a vapor, garantindo um aumento significativo das atividades fabris.

A economia do estado de São Paulo passou a se dividir entre o cultivo do café no interior e o crescimento das fábricas na capital (Saes, 2004, p. 226-230). As oficinas tipográficas tiveram um papel essencial nesse contexto, tendo que atender tanto à forte demanda por impressos de clientes diversos quanto à criação de artefatos que pudessem identificar e divulgar seus serviços.

A pesquisa de doutorado que deu origem ao ensaio apresentado neste tópico buscou examinar artefatos gráficos que foram criados por (e para) oficinas tipográficas paulistanas que, em algum momento, estiveram ativas entre 1900 e 1930 e desejavam se identificar visualmente (Pereira, 2024)¹. Foram selecionados quatro grupos de artefatos gráficos comuns ao período: anúncios de oficinas tipográficas publicados em revistas e jornais (figura 1), papéis timbrados contendo acordos de prestação de serviços tipográficos (figura 2) e etiquetas de livro em branco² produzidos por oficinas tipográficas que também atuavam como encadernadoras (figura 3).

1. Os dados dessa pesquisa foram tratados, organizados e disponibilizados em uma plataforma online disponível em: <http://is.gd/brazilprintoffices>. Acesso em 26 jan 2024.

2. Os livros em branco eram “cadernos de capa dura com páginas pautadas ou tabelas em branco personalizadas, normalmente usados para registros contábeis e administrativos” (Pereira; Farias, 2020, p. 171-172).

FIGURA 1

Página de anúncio do jornal de O Lyrico, n. 3, p. 2, 13/9/1903.
Fonte: Arquivo Público do Estado de São Paulo.

O Lyrico

Agencia Geral das Loterias da Capital Federal

Depois de amanhã **15.000\$000** Depois de amanhã
Carvalho & Guimarães
N. 27 f — Rua 15 de Novembro — N. 27 f

Dr. Eduardo Magalhães, da Academia de Medicina, espe-
cialista em moléstias do estomago, e nervosas, do consultório á rua Quatre de Novembro, 33 (das 12 as
3 horas). *Aplicações da electricidade. Massagem. Lavagem do estomago.*
Moléstias das crianças e clinica medica. — chamados e consultas
das 10 as 11, em sua morada, á rua Visconde Rio Branco, 62, esquina da
rua Victoria. Tratamento especial das doenças gastro-intestinaes, do fígado e pulmões (atimia-bronchites e tuberculose), da *diypopsia e neu-
rasthenia.*

PARA FINADOS
EXPOSIÇÃO PERMANENTE DE
Jumulos • Estatuas
Anjos, Vasos, Pedras de Sepultura
e outros Trabalhos congeneres, na
Marmoraria Italo-Brazileira
de
M. Tavoraro & Comp.
SÃO PAULO
Rua Barão de Itapetininga N. 9 proximo ao Viaducto

Dr. Carlos Penna, especialista das moléstias dos olhos; approvado
com distincção nos exames de clinica pela Faculdade de Medicina do Rio
de Janeiro; ex-professor de clinica ophthalmologica, por concurso na Uni-
versidade de Imitrovski e na Academia do Rio; qualifica de varios hospi-
taes; com 25 annos de pratica da especialidade. Consultorio e residencia:
Rua Direita n. 10-A. — Telephono n. 42. — Consultas di 1 as 4.

Pharmacia Assis
C. de Assis Ribeiro
Rua 15 de Novembro N. 2

Abre-se á qualquer hora da noite
Fabrica do prodigioso **Peitoral de Caraguatã**
Soberano nas Tosses.

Dr. Azurem Furtado — medico do Hospital da Misericordia, Clinica
medica, especialmente moléstias do cora-
ção, dos pulmões e syphilis. Residencia Rua da Liberdade, 100. — Teleph. 20.

Clinica Especial: Moléstias dos organos genito-urinaes,
pelle e syphilis. — **Dr. Viriato Brandão**,
Dr. DIGNO L. CARVALHO — Consultas di 1 as 3, á Rua da Boa-Vista, 41
Residencia: Largo da Liberdade, 90.

Salão Umberto
Montado com luxo * Perfumaria especial
Ladeira do São João • N. 6

ULTIMA MODA
ATELIER DE COSTURA
M.ª Maria Battelli
Alameda Barão de Limeira N. 126
Elegancia, Esmero, Pontualidade

Theatro Sant'Anna
Temporada de Setembro de 1903

Grande Companhia Lyrica Italiana
Direção GIOVANNI SANSONE
Hoje 15 de Setembro de 1903
2.ª Récita Extraordinaria
Ultima representação do drama lyrico em 3
actos, do Maestro GIORDANO

FEDORA
PERSONAGENS
PRINCESSA FEDORA ROMANZOW — Sr. E. Cavallieri
CONTESSA D'OGA SAKAREFF — Sr. A. Vidua
CONTE LORES IPANOV — Sr. E. Castellano
DE SIBIRIE, DIPLOMATICO — Sr. S. Vitti
DIMITRI — Sr. E. Mazzi
DEBIE, CAMEIERE — Sr. Mancez
BARONE BONVEL — Sr. Mancez
CIBULU, COCHIERE — Sr. Bartolomasi
BAROV, MEDICO — Sr. Bartolomasi
GRECH, UFFICIALE DE POLIZIA — Sr. Bartolomasi
LARECH, CHIRURGO — Sr. Bartolomasi
NICOLA — Sr. Lombardi
SERGIO — Sr. Barthelemy
MICHELE, PORTINAIO — Sr. Barthelemy
BALESIAO LAZENSKI — Sr. Barthelemy
DOTTOR MILLER — Sr. Barthelemy
MARTA, CAMEIERA — Sr. Guerra
FANTASMA — Sr. Guerra
ALTRO AGENTE DI POLIZIA — Sr. Guerra
UN PICCOLO SAVOJARDO — Sr. Mazzi

Epoca presente
O 1 acto passa-se em São Petersburgo — O 2 em Paris — O 3 na Suissa

Chronicas de arte.
A premiere da "Fedora."

Hontem representou-se o tanto emocionante drama
lyrico *Fedora* do illustre maestro Umberto Giordano.
Mais um successo que a critica registou.
Salientaram-se grandemente os provecos artistas:
Srnas. Cavallieri e Mazzi e os Srs. Castellano e Vitti.
A tyrania de Chago não nos permitiu dar aos nos-
sos leitores uma chronica do spectaculo o qual fare-
mos no proximo numero.

IMPORTANTE
O LYRICO publicará todos os dias que haverá
espectaculo LYRICO.
O LYRICO será distribuido em todos os
dias nos cafes, restaurants confeitarias chops etc.
e a noite á porta do theatro Sant'Anna.
O LYRICO publicará além do resumo da opera
que se representa, chronicas de arte e noticias
theatraes.
O LYRICO é o unico jornal theatral de São
Paulo.
O LYRICO é lido por todos os habituaes da
temporada lyrica. Por isso a *reclame* d' O LYRICO
é a mais efficaz.
Para informações e annuncios dirigirse á Li-
vrraria Italiana Rua Florencia de Abreu N.º 4.
Toda a correspondencia será dirigida a Caixa
do Correio 319.

Zytophraphia Adolpho
A TRACÇÃO ELECTRICA
Adolpho Uhle Encadernação
Preparador do Heliostereotipo
aluno "des Hildebrandt"
Rua Brigadeiro Tobias 33 Encadernação
Caixa do Correio N. 72 Livros em Branco
Pautação Estereotypia

Recommenda-se para todos os trabalhos commerciaes, bem como para a
imprensa de folhetos, brochuras, pamphletos etc. Garante-se promptidão
e nitidez na execução dos trabalhos por preços razoaveis.

Pelle syphilis, organos genitais e urinaes. — Especialista:
Dr. Vieira de Mello. Consultorio: Rua Direita 35; residencia: Alameda
Olette, 101; telephono, 540.

Fabrica de Chapéus
de Pelle de Lebre, Lontra e Castor
Andrea Parodi & C.ª
APROMPTAM-SE ENCOMENDAS COM BREVIDADE
Rua General Jardim, 59-S. PAULO

Massagista: Antonio Molinari, ex-professor da Escola de Mas-
sagen, de Paris. Rua dos Guayanas, 3, 34.

UNICA QUE DÁ DUAS SORTES
Loteria de São Paulo
PREMIO MAIOR
10:000\$000
Por \$500
Extracção, Segunda-feira, 14 de Setembro de 1903
AS 3 HORAS DA TARDE
Estas loterias recommendam-se ao publico.
Pelo escrupulo e boa fiscalizacao que preside as suas extracções.
Por beneficiarem exclusivamente estabelecimentos de caridade e instrução
do Estado.
Por serem livres de sellos adhesivos.
Por não estarem seus premios sujeitos a desconto algum.
Os pedidos de loterias devem ser dirigidos á thesauraria, ao
Dr. AMAZONAS PINTO, no

Dolivaes Nunes & Comp.
Rua Direita, 10 - SÃO PAULO
Aviso — Em 8 de Outubro, extracção da Grande
Loteria de São Paulo, sendo o prem
maior de 40 contos, por 68000.

Cirurgião Dentista: Estabulido de Camargo Sabra, pela
Faculdade de Medicina do Rio — Lago
da St. 7. Rua Itaja, 11 as 4. Atendimento e consultas.

FIGURA 2

Papel timbrado com nota de
venda da Duprat & C., 1905.
Fonte: Arquivo Público do Estado
de São Paulo.

PAUTAÇÃO
ENCADERNAÇÃO
DOURADO

DUPRAT & COMP.

ZINCOGRAPHIA, AUTOTYPYIA, STEREOTYPYIA
E CARIMBOS DE BORRACHA
FABRICA DE LIVROS EM BRANCO
ARTIGOS PARA ESCRITORIO E PHANTASIA
CARTEIRAS E CADERNOS ESCOLARES

Fornecedores das Estradas de Ferro, Bancos, Repartições Publicas e para o Commercio em geral

TELEPHONE, 78 CAIXA DO CORREIO, 52 RUA DIREITA, 14

Officinas e Deposito: RUA 25 DE MARÇO, 40
Importação Directa das principais Fabricas da Europa e America do Norte

A Repartição de Estatística e Archivo do Estado Compro
S. Paulo

A DINHEIRO *S. Paulo, 31 de Março de 1905*

LIQUIDAVEL MENSALMENTE	1	3	Interiores de Bibliothecas	2500	7500
	2	1	2.ª de agulhas		1500
	6	24	4.ª de canetas borrão		4800
		6	Livros de pasta Stephens		27000
		2	Resmas papel 1D		11000
		2	" " fume. sup.		28000
		1	2.ª lapis e borracha		8000
	17	48	Canetas barb. grosso	400	19200
		40	" " fino	400	16000
		200	4.ª papel inglez	120	24000
28	2	6.ª canetas Ballat		4200	
	1	Litro creolina		3500	
	2	Paus sepolis		2000	
				150700	

Visto
Piza-Director

FIGURA 3

Etiqueta de livro em branco da M. L. Bühnaeds & C., sd. Fonte: Arquivo Público do Estado de São Paulo.



FIGURA 4

Vista da Rua do Seminário em direção à Rua Formosa, onde se vê a fachada do estabelecimento gráfico Sapia Noce & Cia., 1915, Aurélio Becherini. Fonte: Museu da Cidade de São Paulo.



Além desses itens, foi analisado também um conjunto de letreiros fixados nas fachadas desses estabelecimentos. Esses letreiros foram identificados a partir do exame de antigas fotografias da cidade (figura 4). Os nomes das oficinas que aparecem nesses quatro grupos de fontes primárias foram examinados, constatando-se que, em alguns casos, foram estabelecidas recorrências de certos elementos gráficos ao longo do tempo e em diferentes leiautes.

A investigação envolveu uma série de visitas aos acervos da cidade de São Paulo, públicos e privados, onde os artefatos mencionados foram selecionados, consultados e digitalizados. Posteriormente, as imagens digitalizadas desses artefatos foram submetidas a análises gráficas (Pereira; Farias 2020) e então comparadas entre si. O exame desse material teve como principal fundamentação teórica os três elementos da linguagem gráfica propostos pelo designer e professor inglês Michael Twyman (1979): elementos verbais (letras, sinais e algarismos), elementos pictóricos (representações figurativas)³

3. No universo da tipografia, como aquela vigente durante o período em que os artefatos analisados foram produzidos, é comum referir-se a imagens reproduzidas por meio de clichês tipográficos.

4. Elementos esquemáticos, dentro do contexto da tipografia com tipos móveis, refere-se, em grande parte, ao uso de fios, bigodes, molduras, ornamentos abstratos, cantoneiras, em geral disponíveis no repertório tipográfico das oficinas.

FIGURA 5
Exemplos dos três elementos da linguagem gráfica propostos por Twyman (1979). Anúncio da Tipografia d'A Concordia veiculado no jornal A Concordia, n. 75, 1906. Fonte: Arquivo Público do Estado de São Paulo.

e elementos esquemáticos (atinentes a formas abstratas quase sempre empregadas para organizar informações, ou simplesmente tudo aquilo que não pode ser entendido como elemento verbal ou elemento pictórico)⁴ (figura 5).



Alguns exemplos relevantes dos resultados obtidos são os casos das oficinas: Argus, com adoção de estilo tipográfico que se repetia em diferentes contextos (figura 6); Casa Garraux, com emprego de uma marca gráfica aplicada

em papéis timbrados com diferentes leiautes (figura 7); Cardozo, Filho & Motta, com repetição de uma mesma fonte tipográfica escolhida para compor seu nome em diferentes papéis timbrados (figura 8); e Casa Espindola, com adoção de um logotipo que era recorrentemente aplicado em diferentes leiautes (figura 9).



FIGURA 6
Anúncio (1909) e página de jornal (1908). Fonte: Arquivo Público do Estado de São Paulo; Foto com vista em direção à Ladeira de São Francisco e fachada da Tipografia Argus (c. 1900-1910). Fonte: Museu da Cidade de São Paulo.

A perspectiva histórica da pesquisa salienta uma importante contribuição ao campo do design: a de que já no começo do século XX as oficinas tipográficas da cidade de São Paulo optaram por manter certos elementos gráficos na composição de seus nomes, de modo que tal recorrência pode ser considerada um dos fundamentos de uma das principais especialidades do design gráfico atual,

que é o design de marcas ou de identidades visuais. Essas reincidências foram pensadas quando ainda não estava estabelecido o conceito de design enquanto atividade projetual responsável pela criação e implementação de sistemas de comunicação visual – para usar uma definição próxima à de Villas-Boas (2001, p. 27).

FIGURA 7

Papel timbrado, 1916. Fonte: Arquivo Histórico da Escola Politécnica de São Paulo; Etiqueta de livro em branco, 1917. Fonte: Arquivo Histórico Municipal de São Paulo.



Para concluir, ressalta-se a importância da pesquisa documental para a história do design, uma vez que os artefatos produzidos por designers



FIGURA 8

Papéis timbrados da Cardozo, Filho & Motta, sucessora de Pauperio & C., em diferentes layouts gráficos, preservando a mesma fonte adotada para compor a firma societária da oficina. Os três papéis timbrados são de 1902. Fonte: Arquivo Público do Estado de São Paulo.

dependem de uma interface material que possibilite o seu uso. Os resultados também demonstram novos direcionamentos para as pesquisas sobre o design de marcas no Brasil, com estratégias que, mesmo em pequena escala, já apontavam para um início de pensamento sistêmico de identificação gráfica durante a primeira metade do século XX em São Paulo.

FIGURA 9

Papéis timbrados da Casa Garraux, com destaque para o uso de marca gráfica que permitia atualizar o nome dos sócios, 1906 e 1929. Fonte: Arquivo Histórico da Escola Politécnica de São Paulo.



2. MEMÓRIA GRÁFICA E IDENTIDADE VISUAL DA PINACOTECA DO ESTADO DE SÃO PAULO

5. Fundado em 1895, na época como Museu de História Natural (Museu Paulista, s. d.).

São Paulo concentra uma grande diversidade de museus, incluindo o mais antigo deles dedicado às artes, a Pinacoteca do Estado de São Paulo. Fundada em 1905 a partir de uma doação de obras vindas do Museu Paulista⁵, a Pinacoteca funcionava inicialmente em duas salas do Liceu de Artes e Ofícios. Apenas em 1947 surgiria outro museu dedicado às artes na cidade, o Museu de Arte de São Paulo (Masp), na sequência o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM), em 1948, e então o Museu de Arte Contemporânea (MAC), em 1963.

Em 2013, a Pinacoteca expôs uma grande quantidade de peças gráficas em comemoração ao centenário de seu primeiro catálogo de obras, publicado em 1912. A exposição “100 anos de edição gráfica da Pinacoteca do Estado: 1912-2012” destacou parte da

memória gráfica da instituição que estava preservada em seu próprio acervo, o que inspirou questões que, posteriormente, deram origem a uma pesquisa de doutorado (Piaia, 2017).

A constatação de que houve uma mudança na forma como os museus de arte se comunicam com o público, e ainda uma mudança na função do design junto a estes equipamentos culturais nas últimas décadas –envolvendo ações de marketing (McLean, 2003), branding (Mendes, 2012) e experiência de marca (Klingmann, 2007)–, foram fatores que impulsionaram a realização de uma análise dos artefatos que carregam a memória gráfica institucional da Pinacoteca.

Um estudo de memória gráfica envolve, consequentemente, além das relações materiais, uma observação da sociedade na qual estão inseridos esses artefatos, isto inclui, por exemplo, as instituições similares e o campo gráfico. As histórias do Masp e do MAM foram recuperadas para compor o contexto artístico museológico paulista, ressaltando a identidade visual dessas instituições

por meio de análises de artefatos de memória gráfica como etapa preliminar ao estudo de caso dedicado à Pinacoteca (Piaia; Pfützenreuter, 2019).

A partir de fontes primárias, obtidas no Centro de Documentação e Memória da Pinacoteca do Estado de São Paulo (Cedoc), foram selecionados os catálogos de obras de arte e os documentos institucionais, desde os mais antigos, datados de 1912, até exemplares mais recentes, com recorte temporal até 2012. Além da análise desses itens, foram realizadas entrevistas com os designers envolvidos com mudanças importantes na identidade visual institucional, Rogério Lira e Carlos Perrone.

Devido ao recorte de longa duração adotado na pesquisa e às mudanças tecnológicas pelas quais o campo gráfico passou, foi adotada a terminologia "assinatura gráfica" para se referir de modo mais amplo, tanto a exemplos de assinaturas compostas por processos analógicos (tipográficos), quanto para se referir a projetos

contemporâneos, realizados por designers gráficos, desde que se tratasse de artefatos impressos (Piaia; Pfützenreuter, 2018a).

Os primeiros materiais gráficos produzidos pela Pinacoteca foram catálogos de obras de arte⁶. Ao todo, seis catálogos foram impressos entre 1912 e 1938 pelas seguintes oficinas tipográficas: Tipografia Siqueira Nagel, Tipografia Augusto Siqueira, Casa Vanorden, Cia. Paulista de Papéis e Artes Gráficas, e após 1930 pela Imprensa Oficial (figura 10). Para compreender as características gráficas adotadas nessas publicações foi necessário pesquisar e consultar outros impressos produzidos pelas mesmas empresas, ampliando a compreensão acerca das tendências visuais da primeira metade do século XX.

6. Análises detalhadas desses primeiros catálogos deram origem a três artigos: Piaia; Pfützenreuter, 2015; Piaia; Pfützenreuter, 2016; Piaia; Pfützenreuter, 2018b.

FIGURA 10

Capas dos primeiros catálogos de obras de arte da Pinacoteca do Estado, datados de 1912, 1921 e 1938. Fonte: Cedoc / Pinacoteca do Estado de São Paulo



As composições seguem, inicialmente, o estilo Art Nouveau curvilíneo, comum durante o início do século XX (catálogo de 1912) principalmente por molduras, ornamentos e presença de fontes tipográficas com características orgânicas. Nos catálogos seguintes, há uma padronização visual na estrutura da composição, cuja variação de

elementos tende à geometrização. Na década de 1930 se nota um despojamento da ornamentação, deixando para trás o uso de molduras e ornamentos em uma composição exclusivamente tipográfica de característica modernista. A simplificação dos elementos estéticos formais, dos componentes verbais

e esquemáticos (Twyman, 1979) pode ser percebida em outros impressos da Imprensa Oficial, que assina o catálogo de 1938.

A partir da década de 1940, a Pinacoteca amplia seu acervo e se consolida como museu (Camaragos; Moraes, 2005), mas passa a ser, sucessivamente, subordinada a diferentes órgãos públicos e secretarias de governo. A assinatura gráfica institucional, que antes figurava em destaque no topo das capas dos catálogos, passa a dividir espaço com o brasão das Armas Nacionais e, a partir da década de 1950, com o brasão das Armas do Estado de São Paulo (figura 11). Neste período, os impressos eram assinados pelas empresas Gráfica Paulista de João Bentivegna, Escolas Profissionais Salesianas, Gráfica Canton e Imprensa Oficial do Estado de São Paulo. A mesma ordem de subordinação ao governo era explícita nos documentos timbrados da instituição até a década de 1980.



Em meio à subordinação à Secretaria de Estado dos Negócios do Governo e ao Serviço de Fiscalização Artística –órgão criado através do Decreto nº 35.475, em 9 de setembro de 1959, pelo governador Carvalho Pinto, que funcionava em uma sala no edifício da Pinacoteca–, a segunda metade da década de 1960 parece inaugurar um período de maior autonomia da instituição em relação às suas publicações. Os catálogos de 1965 e 1988 trazem capas relacionadas visualmente com o universo artístico e o nome da instituição volta a ser o destaque entre as informações verbais.

FIGURA 11

Capas dos catálogos de obras da Pinacoteca do Estado de 1940, 1950 e 1965. Fonte: Cedoc / Pinacoteca do Estado de São Paulo [1940]. Acervo pessoal de Jade Piaia [1950 e 1965].

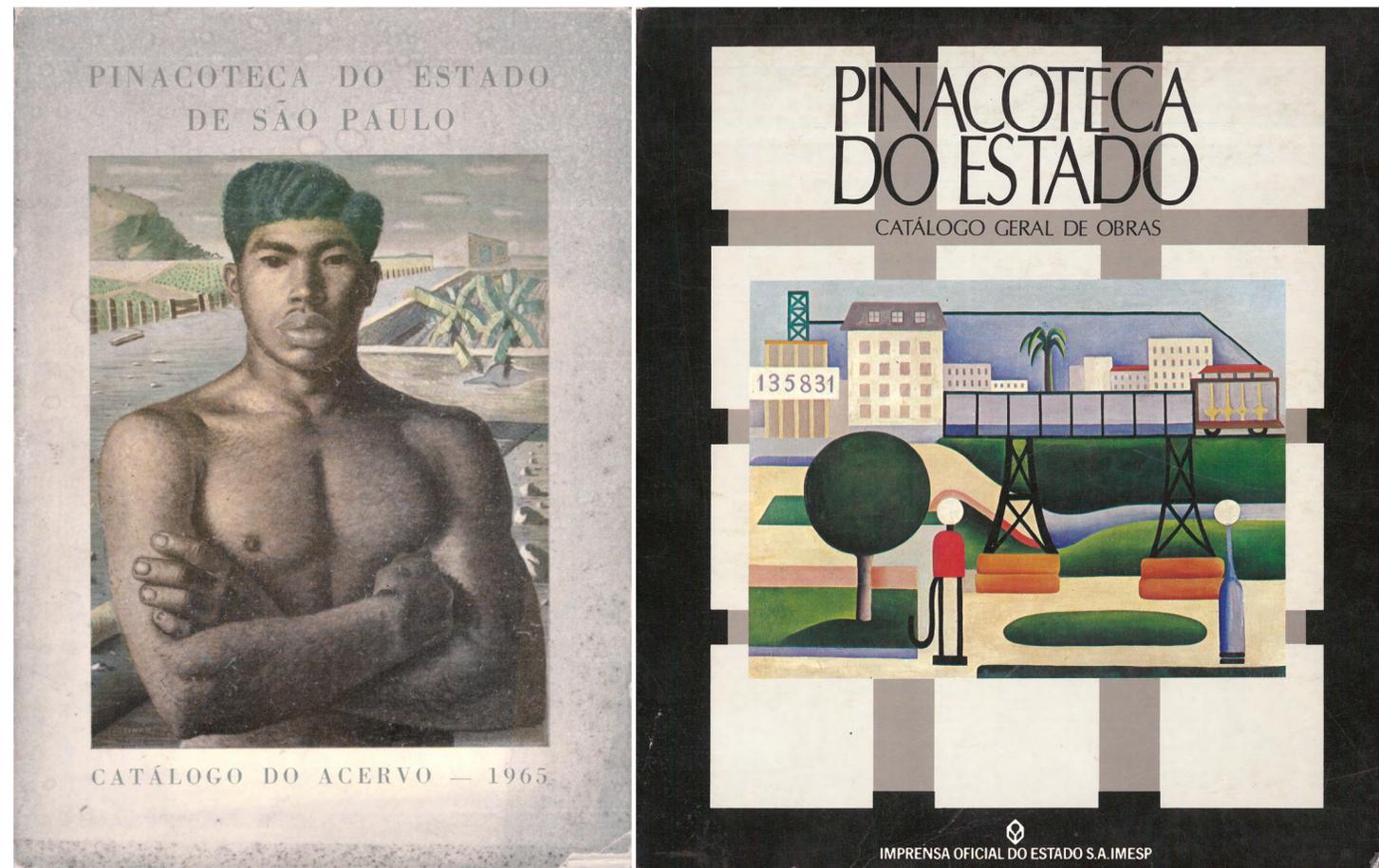


FIGURA 12
Capas dos catálogos de obras da Pinacoteca do Estado de 1965 e 1988. Fonte: acervo pessoal de Jade Piaia.



Fruto de uma maior popularização das impressões em *offset* (Gordinho, 1991), as capas coloridas exibiam obras de Cândido Portinari e Tarsila do Amaral (figura 12), transferindo as informações de vínculo com o Governo do Estado para a folha de rosto. As obras de pintores modernistas demonstravam a renovação do acervo do museu, que tentava deixar para trás a fama de abrigar obras estritamente acadêmicas.

No que diz respeito à década de 1990, o escopo de artefatos de memória gráfica analisados na pesquisa foi ampliado, incluindo materiais de divulgação de exposições e de sinalização do edifício, bem como entrevistas com designers envolvidos em projetos mais recentes da Pinacoteca. Com o tombamento do edifício no início da década de 1980 e a posterior a ocupação total do espaço pelo museu ao longo da década, a referência arquitetônica passou a fazer parte da assinatura visual criada pelo designer Rogério Lira (Piaia; Pfützenreuter, 2023) (figura 13).

FIGURA 13
Detalhe da assinatura gráfica da Pinacoteca a partir do cartaz da exposição “Benedito Calixto - Memória Paulista”, 1990, Rogério Lira. Fonte: Cedoc / Pinacoteca do Estado de São Paulo

Esta versão de assinatura gráfica envolvendo a imagem do edifício e o nome do museu, desenhada por Lira em 1990, deixa transparecer traços do processo de composição analógico, como a simplificação do desenho a nanquim, visando a estilização da fachada em alto contraste, e recursos de distorção tipográfica aplicados à fonte Garamond, típicos dos processos de fotocomposição, conforme declarou o designer (Piaia, 2017, p. 153-160).

Ainda na década de 1990, na gestão de Emanuel Araújo, com a icônica reforma do edifício liderada por Paulo Mendes da Rocha e Eduardo Colonelli –que moderniza o edifício e abre espaço para receber grandes exposições internacionais–, a assinatura visual foi redesenhada pelo designer Carlos Perrone (figura 14).

FIGURA 14

Assinatura gráfica projetada por Carlos Perrone em 1998 para a Pinacoteca. Fonte: acervo pessoal de Carlos Eduardo Perrone.



Perrone manteve o uso da fachada a partir de um desenho manual confeccionado pelo escritório do arquiteto Ramos de Azevedo. O designer almejou a geometrização em um desenho vetorial que permitisse a reprodução gráfica com qualidade, redução e recortes em vinil para uso na sinalização. O nome passou a ser grafado na fonte Futura em vermelho escuro, segundo Perrone “exatamente por ser a mais antiga das modernas” (2014 *apud* Piaia, 2017, p.163), com o desenho em azul marinho, embora alguns documentos impressos sob demanda (em impressoras a laser e jato de tinta) apresentassem versões em preto e vermelho ou somente preto.

Além da assinatura gráfica, Perrone projetou também a sinalização e as letras-caixas para a nova entrada do museu (figura 15). Com característica escultórica e tridimensional, as letras-caixas foram inclinadas para baixo, devido a altura da fachada e a falta de recuo para sua visualização.

A identidade visual mais duradoura da Pinacoteca permaneceu em uso até 2012. Apesar de mudanças profundas após este período, a relação entre a identidade da instituição e a arquitetura do museu se manteve, bem como as letras-caixas projetadas por Perrone permaneceram no frontão de entrada como representantes de sua memória gráfica.

Observou-se através deste estudo sobre a memória gráfica da Pinacoteca que as mudanças de identidade refletem, além de transformações no campo gráfico, a dinâmica da instituição, em momentos políticos e históricos distintos, transmitindo uma alteração de postura do museu nas últimas décadas analisadas. O que inicialmente era apenas uma sala de quadros instalada no Liceu, adquire *status* de museu de arte que se abre para além das artes acadêmicas, passando a expor arte moderna, pós-moderna, contemporânea e recebendo renomadas exposições internacionais. Tal como a instituição, sua assinatura gráfica e identidade estão em constante transformação.



FIGURA 15

Detalhe da entrada da Pinacoteca com as letras tridimensionais projetadas por Carlos Perrone em 1998. Fonte: acervo pessoal de Jade Piaia, 2015.

3. MEMÓRIA GRÁFICA: CAPAS DE DISCO, ROCK E PÓS-MODERNISMO

Na década de 1980, eventos políticos e econômicos de grande impacto contribuíram para transformações significativas nas sociedades ocidentais e em suas culturas. Essas mudanças culminaram na reconfiguração da ordem geopolítica, simbolizada pela queda do Muro de Berlim em 1989 e, posteriormente, pelo fim da Guerra Fria em 1991. No cenário brasileiro, testemunhou-se o declínio da ditadura militar e o lento processo de redemocratização do país, sob a sombra de uma persistente crise econômica, sobretudo nos primeiros anos da década. A contestação de paradigmas socioculturais conferiu aos jovens um papel inédito como protagonistas nesse contexto, impulsionando transformações que se refletiram de maneira notável na produção artística. Movimentos como o punk, o pós-punk e a new wave floresceram nos grandes

centros urbanos, tornando as capas de discos de rock elementos fundamentais do imaginário coletivo dessa geração.

A pesquisa de doutorado que deu origem ao ensaio apresentado neste tópico teve como propósito estudar a linguagem visual das capas de discos do rock brasileiro, ou BRock⁷, produzidos na década de 1980 e identificar padrões visuais recorrentes nessas peças. Além disso, buscou descrever esses padrões sob perspectivas históricas, culturais e estéticas, explorando a intrínseca relação entre a linguagem visual e a cultura da época (Moretto, 2024). Essa abordagem foi fundamentada tanto na história e teoria do design gráfico quanto na observação direta do conjunto de capas, através de análises que contemplaram sua semântica, sintaxe, materialidade e aspectos relacionados à sua produção.

Esta investigação encontrou dois obstáculos comuns a muitas outras nessa área. O primeiro refere-se à dificuldade de se localizar acervos de artefatos gráficos de acesso universal para

⁷ BRock, segundo o jornalista Arthur Dapieve, foi um novo jeito de fazer rock no Brasil dos anos 1980 com forte influência do punk anglo-americano. Cantada em português, era uma música que falava aos jovens de uma geração sobre coisas comuns e cotidianas, como sexo, amor, amadurecimento, política e ética, sem as pretensões de virtuosismo da MPB. Segundo Tárík de Souza, na contra capa do livro do jornalista (Dapieve, 1995), o termo teria sido cunhado por este quando trabalhava na imprensa musical.

os pesquisadores. O segundo diz respeito à ausência de um método específico de análise visual capaz de compreender plenamente conjuntos extensos de peças gráficas e suas linguagens visuais e de relacioná-los aos contextos históricos em que foram produzidos. A necessidade de criar ou de reorganizar acervos tem sido recorrente nas pesquisas no campo da memória gráfica (Farias; Braga, 2018, p. 23), especialmente em países onde as preocupações com essas questões foram historicamente negligenciadas pelo Estado e pela sociedade.

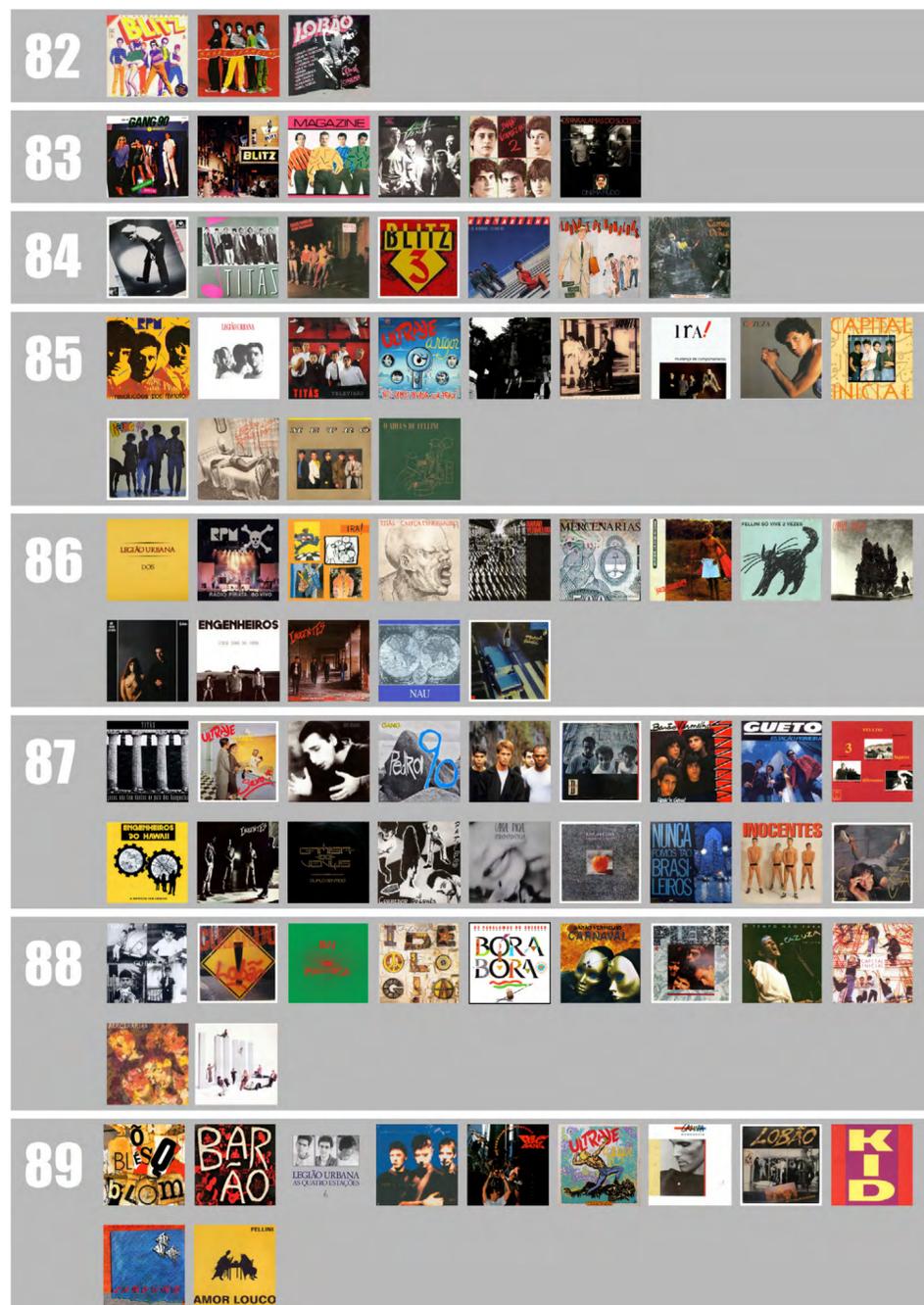
Além disso, o desenvolvimento de um método de análise visual e a definição de critérios para avaliar esse ferramental tornam-se cada vez mais cruciais na pesquisa e na prática do design gráfico. Essa necessidade reflete a demanda por abordagens sólidas que permitam uma compreensão aprofundada e significativa da linguagem visual das peças gráficas, contribuindo para o enriquecimento do campo do design e para uma apreciação mais meticulosa do seu papel histórico e cultural.

Depois de uma longa e inócua procura por um acervo público para formar o *corpus* da pesquisa, adotou-se uma abordagem alternativa que, através de buscas sobre a história musical da década de 1980 em almanaques, revistas e internet, identificou bandas relevantes e imagens de capas de discos lançados durante o período. O resultado desse levantamento foi uma seleção preliminar de capas que permitiu observações iniciais e a elaboração de algumas abordagens para a análise visual das peças gráficas (Moretto; Farias, 2020), apesar das limitações devido à resolução e ao tamanho das imagens localizadas. No quadro 1, pode-se observar o conjunto dessas capas organizadas em ordem cronológica.

Decidiu-se, assim, pela formação de uma coleção particular através da busca em sebos e feiras especializadas em discos de vinil. Após mais de quatro anos, foi compilado um acervo composto por 155 discos de rock brasileiro produzidos entre 1979 e 1994, abrangendo 60 bandas. Embora essa segunda estratégia tenha demandado mais tempo e recursos, ela proporcionou acesso

QUADRO 1

Conjunto preliminar de capas de discos do BRock classificadas cronologicamente (1982 - 1989). Fonte: Elaborado por Paulo Moretto com base em levantamento realizado.



constante aos artefatos gráficos, permitindo análises mais detalhadas. Ambos os acervos, digital e físico, se complementaram: o primeiro agilizou o início dos estudos, enquanto o segundo possibilitou observações minuciosas e análises mais detalhadas das características visuais e morfológicas das peças gráficas.

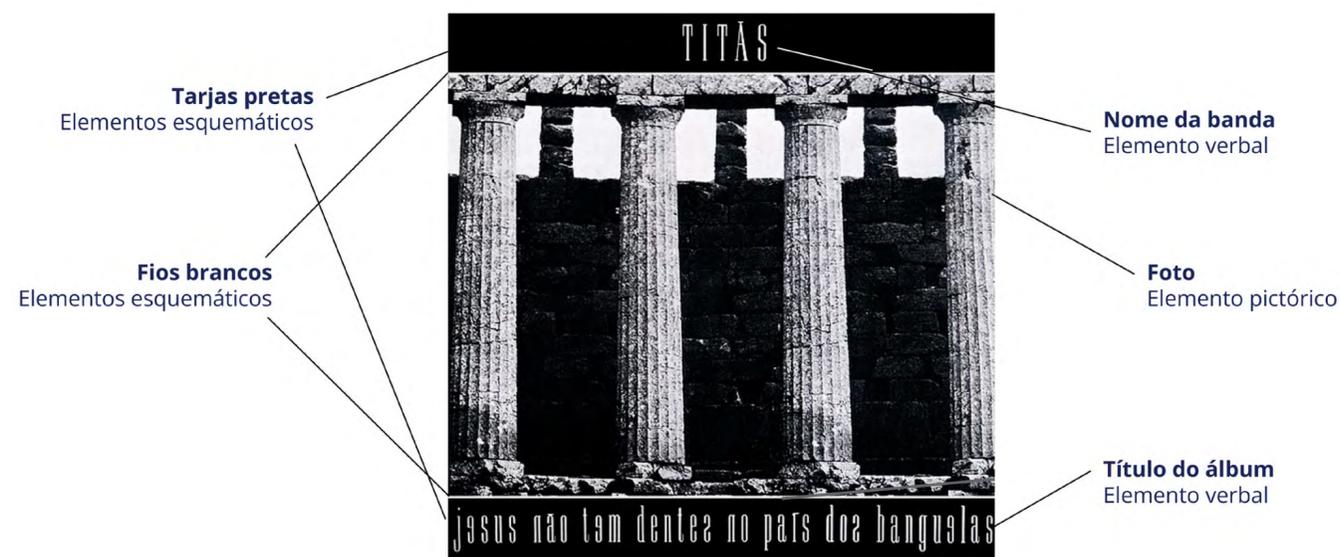
Para estudar o *corpus* e desenvolver um modelo de análise visual, recorreu-se a textos sobre design gráfico e linguagem visual que apresentam princípios fundamentais e utilizam um léxico comum para a reflexão sobre o design, como “Novos Fundamentos do Design” (Lupton; Phillips, 2008). Outra referência importante para as análises desta pesquisa foi o estudo de Isabella Aragão (2011) sobre os rótulos de cachaça de Pernambuco. Nesse trabalho, Aragão propõe os conceitos de plural e singular, utilizando como base os princípios da linguagem gráfica descritos pelo teórico britânico Michael Twyman (1979), que dividiu os elementos visuais entre pictóricos, verbais e esquemáticos. A autora postula que elementos visuais plurais são os frequentemente empregados na criação

de peças gráficas em um determinado local e período, enquanto elementos singulares são únicos e conferem individualidade a essas peças. Na figura 16, observa-se o exemplo de uma capa de disco e seus elementos visuais constituintes.

Após estudos iniciais, identificaram-se quatro níveis para a análise das capas de discos. O primeiro aborda os elementos pictóricos, verbais e esquemáticos, considerados separadamente. No segundo nível, explora-se a composição visual, ou seja, a combinação ou arranjo dos elementos identificados anteriormente.

FIGURA 16

Estrutura visual de uma capa de disco do rock brasileiro dos anos 1980 e seus elementos constituintes: *Jesus não tem dentes no país dos banguelas* / Titãs (design: Sérgio Britto, 1987). Fonte: elaborado por Paulo Moretto.

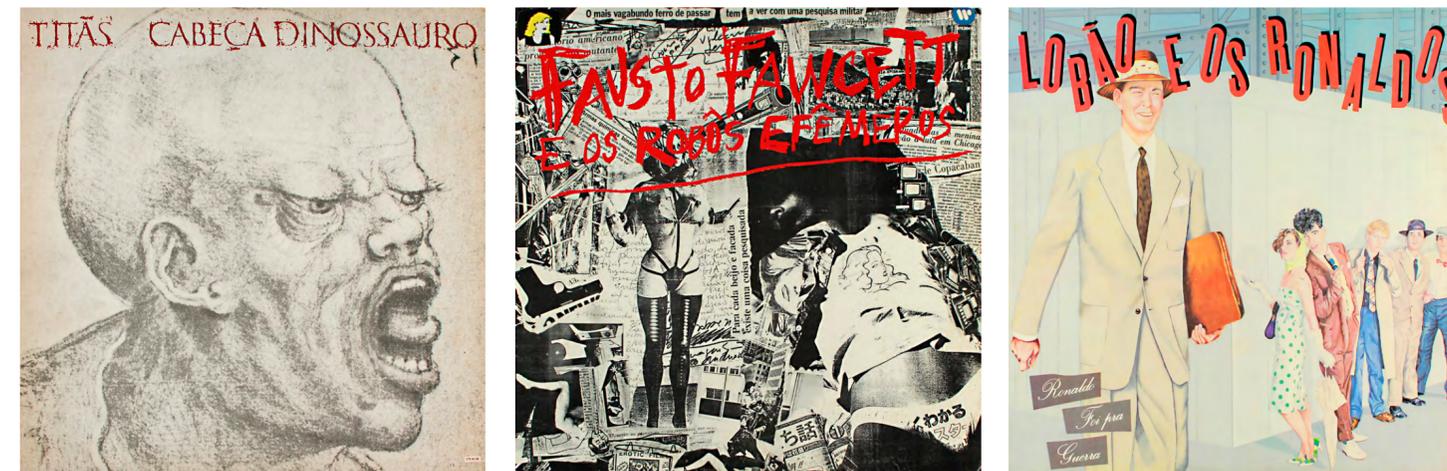


O terceiro nível considera as capas como embalagens integrais, incluindo a capa principal, contracapa, encarte e selo do disco de vinil. No quarto nível, as capas são estudadas como partes de um conjunto, buscando identificar aspectos recorrentes que contribuem para uma linguagem visual característica do conjunto de artefatos gráficos analisados (Moretto; Farias, 2021a).

Dentre as características encontradas a partir da análise das capas de discos do rock brasileiro dos anos 1980, podem ser destacadas: o uso de colagens com a fragmentação do campo gráfico, a apropriação de estilos e linguagens visuais do passado (notadamente o revival dos anos 1950) e a liberdade na composição tipográfica. Tais características evidenciam certa afinidade dos designers gráficos brasileiros com o pós-modernismo, alinhando-se às mudanças de paradigmas e questionamentos dos cânones modernistas, que já ocorriam desde o final dos anos 1960 nos Estados Unidos e na Europa (Moretto; Farias; Braga, 2023). Essa influência não se restringe apenas às capas de bandas brasileiras; ela pode ser verificada

também nas capas de grupos de rock argentinos, mexicanos e espanhóis da mesma época, como evidenciado em um estudo derivado desta pesquisa (Moretto; Farias, 2021b).

Na figura 17, pode-se observar três das capas do rock brasileiro que exemplificam as características mencionadas. Na primeira delas, *Cabeça dinossauro*, dos Titãs, observa-se o uso de um desenho criado na Renascença por Leonardo da Vinci, intitulado *A expressão de um homem urrando*, de 1513. Já em *Fausto Fawcett e os Robôs Efêmeros*, capa de disco da banda homônima, exemplifica-se o uso de colagens, neste caso com forte influência da estética de fanzines da cena punk dos anos 1970. Finalmente, em *Ronaldo foi pra guerra*, de Lobão e os Ronaldos, nota-se como a estética dos anos 1950 serviu de referência para se retratar a banda, com seus integrantes usando roupas típicas da época incluindo, em primeiro plano, um homem mais velho que parece ter saído de um anúncio de moda masculina da década referenciada.



Acredita-se, assim, que as contribuições desta pesquisa, tais como as estratégias para a formação do acervo, o método de análise proposto e a identificação de aspectos plurais na linguagem visual das capas de disco do rock brasileiro nos anos 1980, possam contribuir para o avanço dos estudos no campo do design gráfico brasileiro. Espera-se também que tais contribuições ajudem a promover o desenvolvimento e o aprofundamento em pesquisas sobre memória gráfica e linguagem visual de artefatos gráficos em geral.

FIGURA 17

Capas de disco do rock brasileiro dos anos 1980 que exemplificam características plurais encontradas no corpus da pesquisa: *Cabeça Dinossauro* / Titãs (design: Sérgio Britto, 1986), *Fausto Fawcett e os Robôs Efêmeros* / Fausto Fawcett e os Robôs Efêmeros (design: Jorge Barrão e Luiz Zerbini, 1987) e *Ronaldo foi pra guerra* / Lobão e os Ronaldos (design: Jair de Souza e Valéria Naslausky, 1984). Fonte: acervo pessoal de Paulo Moretto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora tenham como ponto de partida objetos de estudo distintos, pertencentes a diferentes períodos históricos –anteriores ou posteriores à formação do campo profissional do design gráfico no Brasil–, as pesquisas que originaram este ensaio compartilham parte de suas referências metodológicas. Os procedimentos de coleta, seleção, organização, fichamento e análise dos dados dos artefatos, entendidos como fontes primárias, costumam ser comuns aos estudos de memória gráfica, normalmente envolvendo o cruzamento com dados de seus contextos históricos, sociais e culturais advindos de outras fontes, orais, manuscritos ou bibliográficas, para citar alguns exemplos.

Pesquisas como essas possibilitam expandir as reflexões sobre as mudanças do campo gráfico, abrangendo as concepções das artes gráficas, do design gráfico e de suas linguagens visuais. Além disso, exploram as transformações dos processos

técnicos e tecnológicos, as tendências gráficas e, por vezes, revelam personagens do campo gráfico ainda pouco conhecidos.

Espera-se, ainda, que esses estudos possibilitem uma maior conscientização de nossa sociedade acerca da importância dos artefatos da cultura material, incluindo os artefatos gráficos, incitando a criação de acervos dedicados à preservação, guarda e pesquisa na área, viabilizando, deste modo, uma compreensão mais aprofundada da história do design gráfico brasileiro e do desenvolvimento da linguagem visual ao longo do tempo. Por fim, anseia-se que esses estudos sobre artefatos gráficos presentes no cotidiano inspirem a entrada de estudantes no universo da pesquisa científica.

AGRADECIMENTO

Ao apoio Capes (Jade Samara Piaia). Ao apoio Capes / Demanda Social e Fapesp (processos DR 2018/03383-1 e BEPE 2021/10314-9) (Fabio Mariano Cruz Pereira). Ao apoio Capes / Demanda Social (Paulo Eduardo Moretto).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAGÃO, Isabella. O plural e o singular nas composições visuais dos rótulos de bebida. In: CAMPELLO, Silvio; ARAGÃO, Isabella (eds.). **Imagens comerciais de Pernambuco:** ensaios sobre os efêmeros da Guaianases. Recife: Néctar, 2011, p. 93-113.

BRAGA, Marcos da Costa; VILLAS-BOAS, André. O objeto como norte: origens e periodização na historiografia do design gráfico. In: Almeida, Marcelina das Graças; Rezende, Edson José Carpintero; Safar, Giselle Hissa; Mendonça, Roxane Sidney Resende (Orgs.) **Caderno a tempo:** histórias em arte e design. Barbacena: EdUEMG, 2013, p. 25-45.

CARDOSO, Rafael (Org.). **O design brasileiro antes do design:** aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CAMARGOS, Marcia; MORAES, Maria Luiza. Pinacoteca do Estado de São Paulo, 1885-2005, Cronologia. In: **100 Anos da Pinacoteca:** A formação de um acervo. São Paulo: Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2005.

DAPIEVE, Arthur. **BRock:** o rock brasileiro dos anos 80. São Paulo: 34, 1995.

FARIAS, Priscila Lena; BRAGA, Marcos da Costa. O que é memória gráfica. In: FARIAS, Priscila; BRAGA, Marcos da Costa (orgs.). **Dez ensaios sobre memória gráfica.** São Paulo: Blücher, 2018.

GORDINHO, Margarida Cintra. Gráfica: **Arte e Indústria no Brasil:** 180 anos de história. São Paulo: Bandeirante Editora, 1991.

KLINGMANN, Anna. **Brandscapes:** Architecture in the Experience Economy. Cambridge: MIT Press, 2007.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design.** São Paulo: Cosac Naify, 2008.

McLEAN, Fiona. **Marketing the Museum.** London: Routledge, 2003.

MENDES, Luis Marcelo (Org.). **Reprograme:** comunicação, marca e cultura numa nova era de museus. Rio de Janeiro: Ímã Editorial, 2012.

MORETTO, Paulo Eduardo. **Capas de disco do rock brasileiro dos anos 1980:** uma análise visual, cultural e histórica. Tese de doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2024. DOI: <https://doi.org/10.11606/T.16.2023.tde-12122023-111907>

MORETTO, Paulo Eduardo; FARIAS, Priscila Lena. 1980's Brazilian rock album covers: a visual analysis. In: **ICDHS 12th. Zagreb. Lessons to Learn? Past Design Experiences and Contemporary Design Practices.** Conference proceedings book. Zagreb: Institute for the Research of the Avant-Garde Zagreb. p. 217-219, 2020.

_____. Capas de discos de rock brasileiro dos anos 1980: proposta de modelo de análise visual de conjuntos de artefatos gráficos. In: **Anais do 10º CIDI | Congresso Internacional de Design da Informação, edição 2021 e do 10º CONGIC | Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação.** São Paulo: Blucher, 2021a, p. 1516-1527. DOI: <https://doi.org/10.5151/cidicongic-2021-114-355723-CIDI-Teoria.pdf>

_____. Ibero-American 1980s rock album cover design: a comparative study. In: **AI/Design journal**, v. 8, p. 200-216, 2021b.

MORETTO, Paulo Eduardo; FARIAS, Priscila Lena; BRAGA, Marcos da Costa. Capas de disco do rock brasileiro dos anos 1980 e o pós-modernismo. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 31, n. 1, p. 93-105, 2023. DOI: <https://doi.org/10.35522/eed.v31i1.1579>

MUSEU PAULISTA da Universidade de São Paulo. **História do Museu Paulista.** Sem data. Disponível em: <<http://www.mp.usp.br/o-museu/historia-do-museu-paulista>>. Acesso em: 16 out. 2016.

PIAIA, Jade Samara. **Memória gráfica em museus de arte:** Pinacoteca do Estado de São Paulo. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes. Campinas, 281p. 2017. DOI: <https://doi.org/10.47749/T/UNICAMP.2017.1064120>

PIAIA, Jade Samara; PFÜTZENREUTER, Edson do Prado. The architectural reference and changes in the graphic signature of Pinacoteca de São Paulo from the 1990s. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 497-514, jul./2023. DOI: <https://doi.org/10.12957/arcosdesign.2023.76463>

_____. Identidade Visual de Museus de Arte: um contexto da cidade de São Paulo. In: **Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design** (2018). São Paulo: Blucher, 2019. p. 3396-3412. DOI: https://doi.org/10.5151/ped2018-4.2_aco_37

_____. A assinatura gráfica da Pinacoteca do Estado de São Paulo a partir de documentos institucionais impressos entre 1912 e 2012. In: FARIAS, Priscila; BRAGA, Marcos da Costa (Org.). **Dez ensaios sobre memória gráfica**. 1ed. São Paulo: Blucher, 2018a, v. 1, p. 153-176.

_____. O Brasão das Armas do Estado de São Paulo na identidade visual da Pinacoteca. In: **Anais do 8º Congresso Internacional de Design da Informação/8º Congresso Nacional de Iniciação Científica em design da informação** (2017). São Paulo: Blucher, 2018b, vol. 4 num. 5, p. 1306-1315. DOI: <https://doi.org/10.5151/cidi2017-124>

_____. O uso do Brasão das Armas Nacionais nos catálogos da Pinacoteca na década de 1940. In: **Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design** [Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2]. São Paulo: Blucher, 2016. p. 356-368. DOI: <https://doi.org/10.5151/despro-ped2016-0031>

_____. Identidade visual dos primeiros catálogos da Pinacoteca: relações históricas. In: C. G. Spinillo; L. M. Fadel; V. T. Souto; T. B. P. Silva & R. J. Camara (Eds). **Anais do 7º Congresso Internacional de Design da Informação/Proceedings of the 7th Information**

Design International Conference | CIDI 2015 [Blucher Design Proceedings, num.2, vol.2]. São Paulo: Blucher, 2015. p. 893-906. DOI: https://doi.org/10.5151/designpro-cidi2015-cidi_59

PEREIRA, Fabio Mariano Cruz. **A identificação gráfica das oficinas tipográficas paulistanas: 1900-1930**. Tese de doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2024.

PEREIRA, Fabio M. C.; FARIAS, Priscila L. Information, typography and persuasion in Brazilian late 19th and early 20th century ephemera. **Information Design Journal**, vol.25, n.2, 2020, p. 171-191.

_____. An analysis of the visual identification of early São Paulo city letterpress printing shops: contributions for Brazilian design history. In: ICDHS 12th. Zagreb. Lessons to Learn? Past **Design Experiences and Contemporary Design Practices**. Conference proceedings book. Zagreb: Institute for the Research of the Avant-Garde Zagreb. p. 623-632, 2020.

SAES, Flávio. São Paulo republicana: vida econômica. In: PORTA, Paula (Org.). **História da cidade de São Paulo, vol. 3: a cidade na primeira metade do século XX**. São Paulo: Paz e Terra. p. 215-257, 2004.

TWYMAN, Michael. A schema for the study of graphic language.
In: KOLERS, Paul; WROLSTAD, Merald & BOUMA, Herman (Eds.).
Processing of visible language. New York: Plenum, v.1, p. 117-150,
1979.

VILLAS-BOAS, André. O **que é [e o que nunca foi] design gráfico.**
Rio de Janeiro: 2AB, 2001.



**JADE SAMARA
PIAIA**

Jade Samara Piaia é professora vinculada ao Departamento de Design e ao Programa de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, FAAC, da Universidade Estadual Paulista, UNESP, campus de Bauru. Coordena o grupo de pesquisa do CNPq Design: memória gráfica, história e projeto (FAAC Unesp). Colabora com o comitê editorial da InfoDesign, é membro da Red Latinoamericana de cultura gráfica, RED-CG, e da Sociedade Brasileira de Design da Informação, SBDI.

<http://lattes.cnpq.br/3875761760830296>

<https://orcid.org/0000-0003-0191-5141>

EMAIL: jade.piaia@unesp.br



**FABIO MARIANO
CRUZ PEREIRA**

Fabio Mariano Cruz Pereira é doutor pela Universidade de São Paulo e pela Università IUAV di Venezia. Mestre em design pelo Centro Universitário Senac e bacharel em design pela Universidade Salvador (Unifacs). Atualmente é pesquisador do Museu Paulista da USP, membro dos grupos História, Teoria e Linguagens do Design (FAU USP), Design: Memória Gráfica, História e Projeto (FAAC Unesp), e Grafica: sistemi, strumenti e forme del design della comunicazione (IUAV, Venezia). Integra a Rede Latino-americana de Cultura Gráfica.

<http://lattes.cnpq.br/6379117193624957>

<http://orcid.org/0000-0003-0757-072X>

EMAIL: fabiomariano@usp.br



**PAULO EDUARDO
MORETTO**

Paulo Moretto é arquiteto, mestre e doutor em design pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Seu mestrado versou sobre o design de cartazes no Brasil na segunda metade do século XX, e resultou na curadoria da exposição “A Cultura do Cartaz”, no Instituto Tomie Ohtake (2008). Para o seu doutorado, pesquisou as capas de disco de rock brasileiro dos anos 1980. Foi idealizador e curador do projeto “Um cartaz para São Paulo” (2008 - 2016) e do fotolivro “Nossa São Paulo” (2021). É pesquisador membro dos grupos História, Teoria e Linguagens do Design (FAU USP) e Design: Memória Gráfica, História e Projeto (FAAC Unesp).

<http://lattes.cnpq.br/9595290510004452>

<https://orcid.org/0000-0001-8393-6514>

EMAIL: pmoretto@gmail.com

Apoio



Este livro digital foi composto com as famílias tipográficas Work Sans e Barlow Condensed. Seu formato tem a proporção de 16:1, mais cômoda para leitura em telas de computadores pessoais. Todos os hiperlinks, botões e recursos de interatividade dos menus foram criados nativamente no software Adobe Indesign 19.4.

ENSAIOS EM DESIGN

diálogos e experiências