

# **InPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---



# Febasp Associação Civil Entidade Mantenedora do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo

## Estrutura Administrativa

Reitor:	Paulo A. Gomes Cardim
Chanceler:	Vicente Di Grado ( <i>in memoriam</i> )
Diretora-Administrativa:	Maria Lúcia de Oliveira Gomes Cardim
Pró-Reitor Acadêmico:	Sérgio Augusto Malacrida

## Central de Orientação à Pesquisa

Coordenação:	Maria Augusta Justi Pisani
Secretaria:	Wanessa Cheli

## Pós-Graduação

Coordenação:	Mônica Bueno Leme
Secretaria:	Angela do Patrocínio Nunes Giunta Wellington Resende Porto



# **INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

São Paulo  
setembro de 2005



---

---

Congresso de Iniciação Científica e I Mostra de  
Pós-Graduação (4. : 2005 : São Paulo)

Anais do IV Congresso de Iniciação Científica e I Mostra de Pós-Graduação do Centro  
Universitário Belas Artes de São Paulo / Coordenação de Maria Augusta Justi Pisani.

São Paulo : Belas Artes, 2005.

280p. : 30cm

ISBN: 85-87985-07-8

Capa: Adriano Frachetta

Diagramação: Marcelo Andaló Onishi / Wanessa Cheli

1. Iniciação Científica. 2. Pós-Graduação. 3. Pesquisa. I Centro Universitário Belas Artes  
de São Paulo. II Pisani, Maria Augusta Justi.

---

---



# Índice

Pesquisas Científicas Acadêmicas	11
Pesquisa Institucional	15
Iniciação Científica	
Administração	23
Arquitetura e Urbanismo	29
Bacharelado em Artes Visuais	59
Comunicação Social	73
Desenho Industrial	83
Design de Interiores	105
Design de Moda	113
Formação de Professores	125
Licenciatura em Artes Visuais	135
Relações Internacionais	149
Turismo	165
Pós-Graduação	
Arquitetura e Cidade	175
Design de Ambientes	181
Design de Produto	201
Design Gráfico / Comunicação, Arte e Tecnologia	217
Espaço e Paisagem	267
Autores	273
Títulos	277



## Pesquisas Científicas Acadêmicas

É com grande orgulho que o Centro Universitário Belas Artes de São Paulo recebe toda a comunidade científica e acadêmica em um Congresso que reúne a graduação e a pós-graduação pela primeira vez em sua longa e ininterrupta trajetória que completa 80 anos neste setembro de 2005.

O IV Congresso de Iniciação Científica demonstra a solidez desse programa de pesquisa e apresenta 36 trabalhos concluídos nas áreas de Administração, Arquitetura e Urbanismo, Bacharelado e Licenciatura em Artes Visuais, Comunicação Social, Desenho Industrial, Design de Interiores, Design de Moda, Formação de Professores, Relações Internacionais e Turismo. O gráfico 01 apresenta a produção no período de 2001 a 2005, distribuída pelos cursos oferecidos.

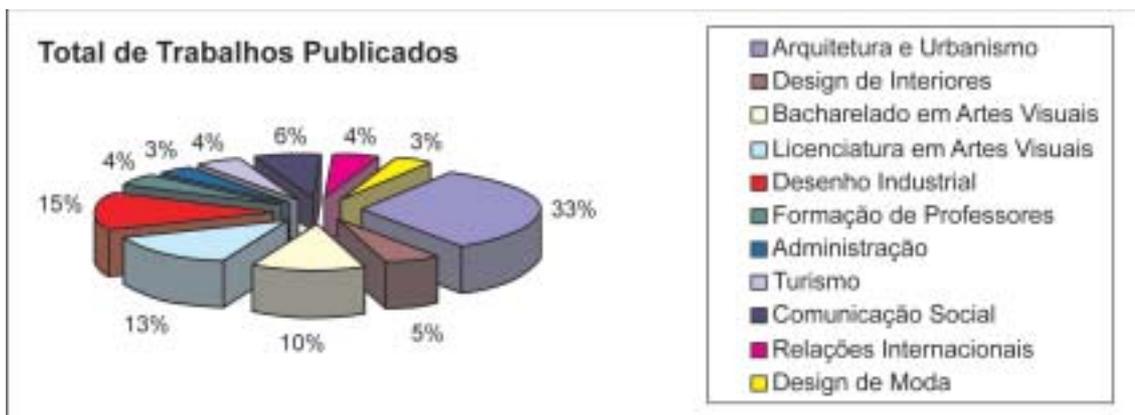


Gráfico 01 – Trabalhos de Iniciação Científica do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo do período de 2001 a 2005, por curso e em porcentagem.

A tabela 01, abaixo, discrimina o número de trabalhos publicados, no período de 2001 a 2005, por curso e separados por vínculo. Os bolsistas são os alunos selecionados pelos Professores Orientadores e receberam apoio financeiro da Instituição durante o período de doze meses para a elaboração do trabalho. Os alunos foram escolhidos em razão do mérito escolar e seleção de projetos de pesquisa.

<b>Cursos</b>	<b>Trabalhos Publicados</b>	<b>Alunos Bolsistas</b>	<b>Alunos Colaboradores</b>
Arquitetura e Urbanismo	38	63	10
Design de Interiores	06	08	01
Bacharelado em Artes Visuais	12	12	00
Licenciatura em Artes Visuais	15	19	00
Desenho Industrial	17	20	03
Formação de Professores	05	04	01
Administração	04	05	01
Turismo	05	07	02
Comunicação Social	07	08	00
Relações Internacionais	05	06	00
Design de Moda	04	04	01
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>164</b>	<b>12</b>

Tabela 01 – Trabalhos de Iniciação Científica publicados e indicação de alunos envolvidos, por vínculo, de 2001 a 2005.

Os objetivos da Iniciação Científica foram plenamente atingidos, pois as relações entre os conteúdos da graduação, pesquisa e pós-graduação têm sido sistematicamente discutidas, complementadas e redesenhadas em função da busca sistemática por novos saberes. A participação de professores e educandos tem aumentado quantitativa e qualitativamente após a divulgação dos resultados positivos de quatro anos de trabalho, o que permite o aprimoramento constante do processo sistêmico: pesquisa – ensino – aprendizagem e divulgação.

A partir deste ano, os cursos farão um balanço nas repercussões dos trabalhos concluídos para que as linhas de pesquisa possam ser avaliadas e revistas. Com esta reflexão as investigações que se iniciam em setembro de 2005 poderão atender plenamente os objetivos e anseios da comunidade em que se inserem.

O curso de Pós-graduação teve início no ano de 1998, nas áreas de Arquitetura e Cidade, Design de Ambientes, Design Gráfico, Design do Produto, Arte e Tecnologia e nesse período formou 166 profissionais, contando com a coordenação da Professora Doutora Mônica Bueno Leme.

A I Mostra de Pós-graduação apresenta apenas uma amostra deste universo, com 26 trabalhos, nas diversas áreas de: Arquitetura e Cidade, Arte e Tecnologia, Design de Ambientes, Design do Produto, Design Gráfico, Comunicação, Arte e Tecnologia e Espaço e Paisagem.

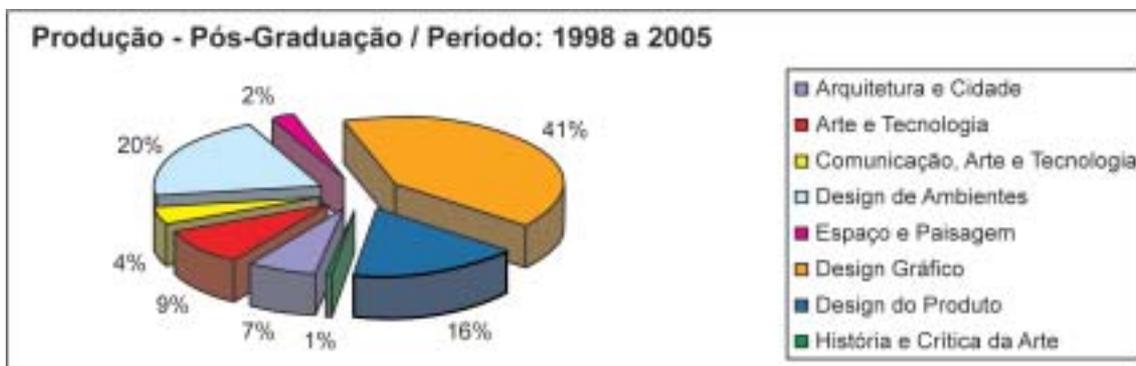


Gráfico 02 – Trabalhos de pós-graduação concluídos no período de 2000 a 2004, separados por área.

<b>Cursos</b>	<b>Trabalhos Publicados</b>
Arquitetura e Cidade	11
Arte e Tecnologia	15
Comunicação, Arte e Tecnologia	07
Design de Ambientes	34
Design de Produto	27
Design Gráfico	68
Espaço e Paisagem	03
História e Crítica da Arte	01

Tabela 02 – Trabalhos de pós-graduação concluídos no período de 1998 a 2004, separados por área.

Com o IV Congresso de Iniciação Científica e I Mostra de Pós-graduação, acreditamos que o Centro Universitário Belas Artes de São Paulo cumpre a incumbência de apoiar e divulgar as recentes preocupações científicas nas suas áreas de ensino, responsabilidade esta que pertence às Instituições que se preocupam com o desenvolvimento do ensino e pesquisa brasileiros.

Os trabalhos são apresentados em forma de resumos e as pesquisas completas encontram-se na Biblioteca Luciano Octávio Ferreira Gomes Cardim, setor próprio da Instituição.

Resta-nos agradecer à mantenedora, à Reitoria, à Pró-Reitoria, às coordenações, aos professores pesquisadores e especialmente ao corpo discente e funcionários que fizeram deste projeto uma realidade.

São Paulo, setembro de 2005.

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Augusta Justi Pisani

**Coordenadora da Central de Orientação à Pesquisa**

**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**PESQUISA  
INSTITUCIONAL**



# **PEDRO AUGUSTO GOMES CARDIM**

## **O SONHO E O TRABALHO**

**Prof. Arqº Dr. Célio Pimenta, do Centro Universitário Belas Artes**

### **INTRODUÇÃO**

A pesquisa investiga a presença de *Pedro Augusto Gomes Cardim* na cultura brasileira. Personalidade marcante, Pedro Augusto notabilizou-se à sua época como figura importante como homem público, pois trabalhou no Poder Executivo municipal, tendo sido também Vereador. A cidade de São Paulo até hoje apresenta marcas de suas ações. Aqui viveu da década de 80 do século XIX até a década de 30 do século XX. No plano da educação certamente sua mais significativa realização, entre tantas, tenha sido a criação da Academia de Belas Artes, origem do primeiro curso de Arquitetura em São Paulo.

### **OBJETIVOS**

Documentar e sistematizar as informações referentes a *Pedro Augusto Gomes Cardim*, idealizador do Teatro Municipal de São Paulo e fundador da Academia de Belas Artes de São Paulo. Caracterizar as marcas cardinianas nessas realizações.

### **METODOLOGIA**

Identificação, levantamento e análise minuciosa das fontes primárias referentes a *Pedro Augusto Gomes Cardim* e suas realizações. Agrupamento dessas informações sob o critério da importância cultural delas. Interpretação dos resultados à luz das conseqüências da presença de Pedro Augusto no cenário brasileiro.

## **BIBLIOGRAFIA**

CARDIM, P.A. Gomes. *Discurso pronunciado em sessão preparatória da reorganização da Academia Paulista de Letras*. S. Paulo: Academia Paulista de Letras, [1929].

NAZO, Nicolau, org. Um realizador: Dr. P.A.Gomes Cardim. S. Paulo: Typ, 1929

POLYANTHÉA em homenagem ao Dr. *Pedro Augusto Gomes Cardim*. S.Paulo: s.ed. 1915

# **INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

Os resumos são de inteira  
responsabilidade dos autores



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**INICIAÇÃO  
CIENTÍFICA**



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**ADMINISTRAÇÃO**



# RESPONSABILIDADE SOCIAL: AÇÕES SOCIAIS E RESULTADOS PARA AS EMPRESAS

Felipe Antunes de Oliveira

Prof. Dr. Geraldo Aparecido Borin (orientador)

## INTRODUÇÃO

A filosofia neo-liberal prega a diminuição do estado, afirmando que o próprio mercado criará mecanismos para sua auto-sustentação, fazendo com que o poder público transfira parte das responsabilidades do “Estado do Bem Estar” para a sociedade civil.

Com esta crescente redução da presença do Estado em ações sociais, cresce nas sociedades contemporâneas a tendência das empresas passarem a assumir o papel que antes era de exclusividade do Estado.

Os investimentos que as empresas vêm fazendo em projetos sociais têm crescido de forma acelerada no Brasil nos últimos anos. Estudo feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA -, nas Regiões Sul, Sudeste e Nordeste mostra que 59% das empresas pesquisadas nessas regiões fazem algum tipo de investimento social junto a comunidade.

Segundo aponta relatório de outubro de 2004 do instituto GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas), foram investidos não menos que R\$ 735 milhões por 60 empresas consideradas referência em responsabilidade social no Brasil, para projetos de interesse público. Os investimentos no Terceiro Setor, segundo estudo feito pela Johns Hopkins University, incluindo Governo, setor privado e ONGs, representaram, no Brasil, 1,5% do PIB, já em 1995, enquanto que nos EUA esses investimentos chegaram a 6,9% e, na Bélgica, a 9,5% dos seus respectivos produtos internos brutos.

Para as organizações que praticam algum tipo de ação social é cada vez mais perceptível a preocupação em demonstrar esses resultados para seus consumidores; com o intuito de criar a

imagem de uma organização socialmente responsável, fato este se transforma em alavanca institucional para seus produtos. “Se a sociedade continuar se degradando, o mercado diminui. Não vamos ter mais para quem vender”, diz Wilberto Luiz Lima Júnior, diretor de Assuntos Corporativos da White Martins, do Rio, maior fabricante de gases industriais do País, e subsidiária da norte-americana Praxair Inc., conforme artigo “Crescem os investimentos privados no Social”.<sup>1</sup>

O presente trabalho contém os resultados da pesquisa bibliográfica sobre o tema e um estudo de caso do Pão de Açúcar, buscando os resultados econômicos encontrados pela organização frente às suas ações sociais empreendidas.

## **OBJETIVOS**

### **Geral**

Pesquisar os resultados das ações de responsabilidade social e sua contribuição para os resultados das empresas.

### **Específicos**

1. Realizar uma revisão bibliográfica para estudo da conceituação de Responsabilidade Social;
2. Através de uma pesquisa de campo, fazer levantamento de ações concretas de Responsabilidade Social junto à empresa Pão de Açúcar;
3. Mediante as informações acima, avaliar quais são os efetivos resultados alcançados pela Pão de Açúcar com suas ações de Responsabilidade Social.

## **METODOLOGIA**

Este trabalho é realizado através de uma pesquisa exploratória e descritiva, utilizando para seu referencial teórico os conceitos relacionados com a Responsabilidade Social, a serem levantados em uma revisão bibliográfica adequada a esta conceituação, seguida de um estudo de caso, a saber, do Pão de Açúcar, utilizando-se de dados secundários disponíveis e, para a obtenção dos dados primários adequados aos objetivos propostos, pela utilização de questionários, entrevistas pessoais com colaboradores do Pão de Açúcar e visitas feitas a locais onde se

realizam as ações sociais dessa empresa.

## **CONCLUSÃO**

A evolução da ideologia neo-liberal contribuiu para o enxugamento do Estado e da redução de suas atribuições, transferindo para a sociedade, especificamente para o Terceiro Setor, parte de suas responsabilidades sociais. As empresas crescentemente têm se engajado em ações sociais internas e externas, buscando atender parte desta nova demanda por atendimento social da comunidade.

Existe efetivamente um crescimento de ações sociais por parte das empresas, seja por decorrência de seus valores éticos, seja pela percepção de que esta preocupação com as questões sociais elas conseguem uma imagem positiva junto ao seu mercado-alvo e à sociedade de forma geral o que acaba contribuindo para a melhoria de seus resultados comerciais, fidelizando seus clientes atuais e ampliando o número deles.

O Pão de Açúcar, percebendo estas novas tendências de uma redistribuição da responsabilidade social para novos atores presentes na sociedade , se adiantou em algumas ações puramente sociais e até mesmo para o patrocínio e subsídio de eventos culturais.

Sua imagem junto ao mercado foi positivamente afetada por estas iniciativas o que traz, como decorrência, melhoria nas suas vendas e, conseqüentemente, crescimento de sua rentabilidade.

## **NOTAS**

<sup>1</sup> jornal "Gazeta Mercantil" - 15/04/02, publicado em julho de 2005 pelo site <http://www2.uol.com.br/aprendiz/guideempregos/terceiro/noticias/ge160402.htm#>,



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**ARQUITETURA E  
URBANISMO**



# **INVENTÁRIO DA ARQUITETURA MODERNA NA VILA MARIANA**

**Denivaldo Pereira Leite**

**Fernando Laucevicius**

**Patrizia de Carvalho Cirrincione**

**Paulo Rodolpho Junior**

**Sergio Augusto A. de Souza**

**Prof. Dr. Ademir Pereira dos Santos (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

O inventário é o ponto de partida para o processo de proteção, preservação e, principalmente, valorização de uma edificação como Patrimônio Cultural. A partir da documentação gerada por um inventário pode-se avaliar a pertinência de sua preservação, propor intervenções e até mesmo sua exploração turística. A necessidade de um inventário da Arquitetura Moderna decorre do vertiginoso processo de transformação da cidade e, conseqüentemente, da deterioração ou até desaparecimento de muitos dos testemunhos de sua história recente. Trata-se, portanto, de uma contribuição para documentar, valorizar e preservar as obras modernistas da região. Outra contribuição é suprir a lacuna representada pela inexistência de informações sobre obras modernas sistematizadas por bairros em São Paulo.

## **OBJETIVOS**

A pesquisa tem como meta a produção de um inventário sistemático da Arquitetura Moderna no bairro Vila Mariana. O inventário deverá ser organizado a partir de fichas de identificação, aplicadas individualmente às obras selecionadas. Tais fichas têm como referências a metodologia adotada pelo Docomomo, disponível em <http://www.docomomo.com>. O docomomo é uma ONG internacional e atua em cerca de 45 países reunindo pesquisadores, profissionais e interessados na preservação e valorização cultural do patrimônio moderno. Atua especialmente junto à Unesco, indicando obras modernas para integrar programas de proteção como a lista do Patrimônio Mundial da Humanidade, onde por sinal, figura a cidade de Brasília.

Garante-se assim que o inventário local seja compatível metodologicamente com o inventário desenvolvido pelo Docomomo Brasil, no restante do país. Busca-se com tais estudos valorizar a arquitetura como dimensão cultural da memória do bairro da Vila Mariana, base para desenvolvimento posterior de propostas de preservação, de roteiros e guias turísticos.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa foi organizada em três etapas e a partir dos seguintes materiais e fontes:

### **Etapa 1**

- Delimitação de subáreas para a seleção das obras realizadas em trabalho de campo, a partir do perímetro da Vila Mariana estabelecido pela Prefeitura Municipal no mapa político-administrativo da cidade de São Paulo.
- As fichas de identificação do Docomomo Internacional foram traduzidas e adaptadas para o registro. As fichas se encontram subdivididas em duas modalidades: a Ficha Mínima (adotada para obras de importância regional e nacional) e a Ficha Completa (adotada para obras de importância internacional). As obras de importância contextual serão listadas em planilhas e registradas por meio de fotografias.
- Documentação fotográfica das obras com características modernas por meio de levantamento *in loco*, realizado rua por rua no perímetro e subáreas delimitadas.

### **Etapa 2**

- Identificação e levantamento das obras registradas em periódicos de arquitetura e na bibliografia sobre o assunto.
- Reunião e triagem das obras levantadas *in loco* para aplicação da Ficha Mínima ou Completa.
- Locação em mapa das obras levantadas *in loco*.
- Documentação fotográfica do estado atual e digitalização de imagens históricas.
- Levantamento do projeto original e de documentação (fontes primárias) nos órgãos públicos e proprietários das obras registradas.

### **Etapa 3**

- Redesenho da planta, cortes e vistas em CAD das obras selecionadas para Ficha Completa e Ficha Mínima.
- Elaboração de listagens e instrumentos de busca nas planilhas que permitam a localização das obras por indicadores geográficos, cronológicos e por autores (Banco de Dados).
- Elaboração de um mapa final onde serão identificadas as obras selecionadas.
- Produção de texto final refletindo os resultados do levantamento de campo e bibliográficos e em periódicos.

### **CONCLUSÕES**

Os levantamentos apurados até o momento nos dão conta de que a Vila Mariana possui um acervo muito representativo no âmbito da modernidade paulistana, tanto em termos tipológicos como cronológicos. É significativa a relação de arquitetos importantes no cenário paulista e brasileiro que têm obras na região. Outra revelação é o considerável número de obras representativas em nível internacional, nacional e estadual.

Por tipologia arquitetônica entende-se uma relação entre o uso (o programa, a função) da obra e a solução formal encontrada pelo arquiteto. As habitações, por exemplo, podem ser horizontais, unifamiliares, isoladas (térreas ou em pisos), agrupadas no sentido horizontal (vilas) ou vertical, edifícios, que por sua vez podem ser isolados ou agrupados formando condomínios. A riqueza tipológica de um acervo é uma evidência da versatilidade de uma região. Indica que há potenciais diferenciados e bem explorados. Na Vila Mariana encontra-se, por exemplo, obras muito especiais, raras em termos tipológicos e uma abundância de variações das tipologias usuais verificadas noutras regiões paulistanas.

Em termos cronológicos o acervo da Vila Mariana é formidável. Começa, simplesmente, com a primeira edificação modernista filiada à tradição racionalista no Brasil, a casa da rua Santa Cruz construída por Gregori Warchavchik em 1927, atualmente, Parque Modernista. Palco da expansão metropolitana a partir da década de 1930, quando se intensificou ainda mais a industrialização, a região da Vila Mariana foi vetor de ampliação em direção ao ABC e à Baixada Santista. Passou, desde então, a sediar os mais variados empreendimentos modernizadores, diferenciados esteticamente tal como as tendências do Movimento Moderno em São Paulo. Encontramos

aqui, bairros projetados (Jardim Ana Rosa), edifícios públicos marcantes, obras militares, corporativas, de associações religiosas e até obras comemorativas como o complexo administrativo, esportivo e de lazer, construído em torno do Parque Ibirapuera a partir 1954, quando se comemoraram os quatrocentos anos da cidade de São Paulo. Enfim, é expressivo o número de obras que testemunham os diferentes momentos da história urbanística e arquitetônica da cidade.

Considerável é também o número de arquitetos importantes no cenário paulista e brasileiro que têm obras na região. Dos pioneiros Warchavchik, Eduardo Kneese de Mello, Oscar Niemeyer, Salvador Candia, Roberto Tibau, Eduardo Corona, Ernest Mange e Vilanova Artigas às gerações posteriores como Walter Toscano, Ruy Ohtake e Abrahão Sanowicz e estrangeiros como Plínio Croce, Giancarlo Gasperini e Hans Broos.

Outra revelação é o considerável número de obras representativas em nível internacional, nacional e estadual. A Vila Mariana reúne obras de importância histórica internacional e para o País (Parque Ibirapuera, casa da rua Santa Cruz, Senai Anchieta etc.), assim como para o Estado e para a cidade de São Paulo (Instituto Biológico, o Detran e a Assembléia Legislativa).

No que diz respeito às obras de importância local, aquelas que não constam nos livros de história da arquitetura, percebeu-se grande variedade tipológica e cronológica, formando um volume considerável de obras contextuais. São testemunhos de experimentações, modismos e buscas que atestam o caráter exploratório da arquitetura do Movimento Moderno em São Paulo, seja na intenção plástica (volumetria e composição) ou nas opções técnicas (estrutura, técnicas construtivas e materiais).

# **EDIFÍCIO ESTHER E MORADIA ESTUDANTIL DA UNICAMP**

**Eduardo Adalberto Jaccoud Júnior**

**Érika dos Santos Fuzinelli**

**Gustavo Henrique Ceccato Pavan**

**Prof. Ms. Carlos Costa Amaral Júnior (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

O objeto desta pesquisa é o desenho como técnica de ideação e operação da arquitetura, considerando a história como princípio do agir humano. Deseja-se investigar em si o edifício e o modo de construir no seu conjunto.

Entende-se que projeto não pode ser tão simplesmente um exame dos dados objetivos e um cálculo das resistências dos materiais ou do preço dos materiais em relação à disponibilidade financeira, mas um fator de intervenção ativa na realidade para resolver as contradições existentes. Enfim, não se pode conceber o projeto sem uma finalidade, sem uma concepção teleológica da existência.

## **OBJETIVOS**

Iniciamos a pesquisar, estudar e analisar detidamente o modo de desenho de dois arquitetos, Álvaro Vital Brazil e Joan Villà por meio da análise dos edifícios selecionados.

Utiliza-se como teoria entre outros elementos os seis axiomas definidos por Alberti em seu monumental tratado *De re aedificatoria*.

É objetivo deste trabalho buscar trazer luz a alguns pontos do mistério que é ato de projetar. Algumas operações concretas que, ao término das quais, surge um corpo de conhecimento rigoroso propiciando solução para a geometria habitada emergida do programa de necessidades,

análise da região, análise da área, estrutura, vedo, abertura e cobertura.

## **METODOLOGIA**

O estudo utilizará as obras como suporte da investigação da taxionomia do desenho de edificações, buscando identificar elementos que constituíram seus caminhos, para extrairmos possíveis lições ou ainda caminhos a evitar, reflexão.

O foco desta pesquisa será uma recolha de elementos sutis que compõem as vicissitudes do fenômeno através do qual a coisa desenho é materializada. Melhor dito, o processo de trabalho do arquiteto: os riscos que documentam os estudos, suspensos diante do desejo durante o tempo possível, o cultivo da dúvida, o escrúpulo e os arrependimentos, a tal ponto que uma obra sempre retomada e refeita adquira aos poucos a importância secreta de um trabalho de reforma de si mesma; as notícias de fontes literárias, depoimentos do arquiteto [Joan Villà], os escritos, as cartas, desenhos próprios, visitas às edificações, enfim dados do episódio.

As obras serão analisadas utilizando a teoria conforme as categorias apresentadas em *De re aedificatoria*. Conforme Argan (1992):

“(...) a *res aedificatoria* consta de seis partes, que são outras tantas categorias: *regio*, *area*, *partitio*, *tectum*, *apertio*. *Regio*, que o mais recente tradutor verte por ambiente, é uma extensão territorial definida pelo sistema de relações que constitui a vida da comunidade. Não tem medidas determinadas; nos termos da urbanística moderna é o *território*, a zona que de qualquer forma interessa a uma comunidade. *Area* é a porção da *regio* delimitada por obras murais, a superfície propriamente urbana. Em outras palavras, *regio* é o hábitat, a *area*, o lugar habitado. *Partitio* é a subdivisão da área em relação aos usos. *Parietes*, as paredes, correspondem à exigência de fechar, de isolar. *Apertio* é a categoria que corresponde à exigência oposta, de comunicar. *Tectum* é a cobertura. As categorias não são incommunicantes. *Area* é tudo o que se encontra no interior de um recinto murado: superfície da cidade, mas também edifício, dos diversos ambientes do edifício; uma colunata é *paries* porque funciona como uma parede, mas também é *apertio* porque coloca em comunicação, *tectum* é todo tipo de cobertura; *apertio* é qualquer abertura: porta, janela, vão de escada. (...)”

A arquitetura no seu conjunto se compõe, entre outras coisas, principalmente do desenho e da construção. Os termos, desenho e construção são utilizados, conforme as definições realizadas por Alberti. O desenho para o autor é a forma mental que se projeta no objeto formado, mas que

existe independente disso. Construção no sentido de tudo aquilo em que a arquitetura pede a presença da matéria. A afirmação, entendemos no senso mais restrito, como celebração do caráter intelectual da invenção arquitetônica e enquadrada no espírito da polêmica sobre arte liberal e mecânica, no século XV.

“(...) todo o seu objeto e o seu método consistem em encontrar um modo exato e satisfatório para ajustar e unir linhas e ângulos, por meio dos quais o aspecto do edifício resulta inteiramente definido. A função do desenho é, portanto, atribuir aos edifícios e às partes que o compõe uma posição apropriada, uma exata proporção, uma disposição conveniente e uma ordenação harmoniosa, de modo que toda a forma da construção repouse inteiramente no próprio desenho. Nem o desenho contém em si nada que dependa do material; mas algo que possa ser reconhecido como invariável (em vários edifícios), nos quais se verifica imutável, uma única forma, isto é, as partes que os constituem, a colocação e o ordenamento de cada uma delas correspondem exatamente entre si, na totalidade dos ângulos e das linhas. Poderão ser projetadas mentalmente tais formas por inteiro abstraindo totalmente dos materiais: bastará desenhar ângulos e linhas definindo com exatidão a orientação e as relações. Dito isto, o desenho será um traçado, preciso e uniforme, concebido na mente, traçado por meio de linhas e ângulos e levado a termo por pessoa dotada de aptidão natural e cultura.(...)”. (Alberti, 1452)

Serão definidas escalas adequadas para representar graficamente as plantas, cortes, elevações, perspectivas e detalhes para facilitar a leitura dos projetos analisados. Também recolhemos quando possível, riscos que documentam os estudos, as pesquisas, as fases do projeto e da obra, como também modelos de estudos, notícias de fontes literárias, escritos e depoimentos do arquiteto. Outro critério da pesquisa será a visita às edificações.

Selecionamos os seguintes edifícios para análise: Edifício Esther, Álvaro Vital Brazil e Adhemar Marinho e Moradia de estudantes da Unicamp, Joan Villà.

## **CONCLUSÃO**

Através do estudo e análise das obras em questão foi possível a extração de importantes lições acerca da atividade projetual. Os elementos básicos que compõem a edificação — estrutura, vedo, abertura e cobertura — iluminam a compreensão física do edifício. Toda a intenção artística e filosófica torna-se clara à medida que se compreende o objetivo que cada elemento compõe na edificação.

A análise dos elementos básicos não nos direciona a acreditar que essa seja a única forma de analisar um edifício, mas tal análise nos permite compreender melhor a idéia do autor sobre o projeto.

Daí confirma-se a lição apreendida de Guedes, o constante discurso relembrando a importância da metodologia, consciência histórica, instantaneamente interroga — onde? — por quê? — para quem? — para quê? — qual dimensão? — como fazer? — quais materiais?

# **MODERNIDADE E CONTEMPORANEIDADE NO CENTRO DE SÃO PAULO**

**Lia Raquel Nardin**

**Luciano Gomide Giglio**

**Prof. Ms. Celso Lomonte Minozzi (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

Tomando como tema desta pesquisa o Modernismo e a Contemporaneidade no centro de São Paulo, este estudo pretendeu analisar as transformações que ocorreram entre estes dois momentos na arquitetura paulistana.

Vale ressaltar que este trabalho busca mostrar no que diferem estes pensamentos. O Movimento Moderno em São Paulo iniciou com a atuação de arquitetos estrangeiros e brasileiros que estudaram na Europa e enfrentou imensos obstáculos como indiferença e hostilidade da opinião pública. A Modernidade veio para romper com o passado, e um apego ao mesmo tempo sentimental e racional a esse passado. O Modernismo defendia a flexibilidade funcional e a simplicidade da forma com linhas retas. As obras modernistas estão espalhadas por toda a cidade e com grande concentração no centro histórico da cidade de São Paulo.

Já no fim do século XX, década de 90, a arquitetura contemporânea se ensaia na cidade de São Paulo. Apoiada nos investimentos corporativos, a nova arquitetura pós-industrial que se instala principalmente em pontos concentrados, como na região das Avenidas Paulista, Berrini e Faria Lima. A Contemporaneidade traz consigo uma complexidade quanto à exploração de novos sentidos da arquitetura, a multiplicidade e desfragmentação estética, entre conceitos que negam a posição esquerdista moderna antes exacerbada. Assume, portanto, a cara do capitalismo contemporâneo e da situação atual enfrentada pela sociedade metropolitana.

## **OBJETIVOS**

O objetivo central deste trabalho científico baseou-se na identificação de diferentes linhas da tipologia arquitetônica Moderna e Contemporânea na região central da cidade de São Paulo, dando enfoque sobre a origem, o conceito, o objetivo e as influências do Modernismo, procurando relacionar sua tipologia, forma e elementos arquitetônicos com seus ideais. Elementos subjetivos da Arquitetura Moderna que traduzem esses pensamentos e necessidades da época de sua origem (Revolução Industrial).

Utilizando-se da mesma metodologia e enfoque objetivo, as relações da Arquitetura Contemporânea com os tempos atuais também foram abordados e analisados, identificando seus elementos físicos e subjetivos que compõem seu design. O que esta arquitetura procura explorar e quais seus artifícios figurativos e formalistas.

## **METODOLOGIA**

Este projeto ocupa-se de um estudo sobre a origem do Modernismo, como ele foi implantado no centro da cidade de São Paulo, os principais conceitos e tipologias utilizadas e como a arquitetura vem se caracterizando na Contemporaneidade neste lugar.

Esta pesquisa desenvolveu como base um estudo da História da Arquitetura, levantando os fatos históricos que envolvem o Modernismo e a Contemporaneidade, tendo como foco principal os edifícios mais relevantes do centro de São Paulo. Posteriormente foi realizada uma seleção dos principais edifícios da região central, podendo assim analisar as mudanças de conceito e tipologia do Modernismo com a Contemporaneidade.

## **CONCLUSÃO**

O Movimento Moderno se iniciou em São Paulo e no Brasil com a Semana de Arte Moderna de 1922. Porém, não se pode dizer que no bojo do movimento de 22 houvesse uma proposta que incluísse reformas necessárias na arquitetura brasileira.

Depois em 1927, Gregori Warchavchik inicia seus primeiros ensaios de arquitetura moderna em São Paulo. No centro da cidade, as construções modernistas tiveram impulso com a construção do Edifício Martinelli, um marco na arquitetura paulistana. Refletindo a nova fase da cidade, o

edifício impulsionou a verticalização do espaço urbano, a exploração de novas técnicas construtivas, e inovação funcional. Efeitos que, com a necessidade da construção de novos edifícios públicos (devido ao rápido crescimento econômico e físico da cidade), foi explorado pelo governo da época, principal investidor da arquitetura moderna paulistana. A flexibilidade no uso dos edifícios, as novas técnicas construtivas, a estética inovadora, tudo era favorável ao investimento no modernismo.

Os arquitetos modernistas da época baseavam-se num grupo muito restrito, contendo nomes como Eduardo Kneese de Mello, Flávio de Carvalho, Rino Levi, Jayme da Silva Telles, entre outros.

Após a década de 1980, um movimento crítico ao modernismo se constituiu. Procurando um cuidado maior com o entorno no qual o edifício seria inserido, questionando certos conceitos modernistas, entre outros fatores, o modernismo começou a mostrar levemente um declínio quanto à relação Movimento Moderno e cidade. Esses pontos deram posteriormente espaço ao crescimento tímido de um movimento derivado do modernismo, o Pós-Modernismo.

O Pós-Modernismo tem uma conotação dualista, denunciadora da confusa situação que a arquitetura se encontrava naquele momento. A arquitetura pós-moderna vem para negar a continuação do Movimento Moderno.

A forma neste momento deixa de seguir a função e passa a seguir o gosto, a memória, a nostalgia e a moda. O pós-modernismo é essencialmente romântico, ao contrário do Movimento Moderno, que é clássico.

Flavio de Carvalho foi, provavelmente, o primeiro pós-modernista brasileiro com uma casa construída na década de 20 em São Paulo, mas já demolida. No centro de São Paulo encontramos o edifício do Banespa, de Oswaldo Bratke, na praça da República que representa bem o pós-modernismo paulistano. Bratke procurou tirar partido do destaque necessário à agência na base do edifício escalonando sua cobertura de forma a obter jardins superiores ou nos “degraus”. Por uma questão compositiva, a mesma solução foi repetida no coroamento em balanço da edificação.

Por fim, a Arquitetura Contemporânea não é encontrada facilmente no centro da cidade de São Paulo, ela se concentra em outros pólos, na região das Avenidas Paulista, Berrini e Faria Lima.

A Arquitetura Contemporânea tem seus resultados em circunstâncias específicas para cada edifício. O gosto e a moda, obviamente, comandam a aparência da arquitetura e têm um significado profundo já que não existe nenhum estilo dominando a Arquitetura Contemporânea.

# **ESTUDO CRÍTICO E HISTÓRICO DA ARQUITETURA MODERNA NO BAIRRO DE HIGIENÓPOLIS**

**Giselle Moura Mazutti**

**Mayara Lima Pizzini**

**Prof. Ms. Flávio Luiz Marcondes Bueno de Moraes (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

O trabalho a seguir constitui-se no estudo histórico e crítico das principais expressões de arquitetura características do período moderno da história da arquitetura, especificamente ao longo dos anos 50 e 60 do século passado, limitadas ao espaço do bairro de Higienópolis, em São Paulo.

Desse modo, o trabalho configura-se como uma tentativa de compreensão, em primeiro lugar, da concepção e dos desdobramentos do movimento modernista da história da arquitetura em São Paulo e, em segundo lugar, da forma pela qual o discurso arquitetônico revelou-se fiel aos postulados enunciados pelos seus principais formuladores, ou seja, os arquitetos mais representativos, nos edifícios por eles projetados e construídos no bairro em questão.

Para alcançar esses objetivos, a metodologia da pesquisa envolveu, antes de tudo, a seleção de uma bibliografia inicial sobre o tema existente, para possibilitar a necessária aproximação com as mais distintas visões dos diversos pesquisadores que já se debruçaram sobre o assunto.

E, ainda, como parte integrante da estratégia adotada, realizou-se extenso levantamento de dados referentes ao universo dessa arquitetura, especialmente gráficos e fotográficos, em diversas fontes, para o entendimento das tipologias arquitetônicas selecionadas como base de reflexão do trabalho, sobre a produção do período.

Finalmente, elaborou-se um novo levantamento no campo dessas expressões, por meio de fichas de inventário e fotografias, com o fundamental objetivo de atualizar os dados existentes e

assim possibilitar outros parâmetros de abordagem assim como constituir um acervo atualizado para futuras pesquisas.

## **JUSTIFICATIVA**

Após havermos feito uma listagem com sugestões de títulos que fosse capaz de revelar, sinteticamente, a natureza e o propósito de nosso objeto de estudo, aquele que nos pareceu mais adequado foi: “**ESTUDO HISTÓRICO E CRÍTICO DA ARQUITETURA MODERNA NO BAIRRO DE HIGIENÓPOLIS**”, por reunir informações básicas sobre nosso trabalho.

**ESTUDO HISTÓRICO** é o procedimento pelo qual se buscam as formas do pensamento e as maneiras como se representaram as idéias expressas nos conceitos que fizeram parte da essência do movimento, ao longo do período objeto do estudo, e **CRÍTICO**, é a maneira pela qual processamos as diversas representações da arquitetura do período condicionada pela fidelidade do alcance dessas representações frente às idéias pressupostas que lhe deram origem.

**ARQUITETURA MODERNA** designa o tema geral da tese, a área central e mais abrangente que se pretendeu explorar ao longo de nosso estudo.

Nesse contexto, dois elementos básicos sobressaem: a compreensão do que foi o movimento da arquitetura moderna em geral e a edificação em si, como resultado das formas de expressão desse movimento.

O **BAIRRO DE HIGIENÓPOLIS** é o espaço escolhido na cidade de São Paulo, como forma de estabelecer um lugar para a reflexão dos estudos propostos, assim como comprovar a metodologia adotada.

## **OBJETIVOS**

### a. Objetivos Gerais

Nosso objetivo geral é a elaboração de um inventário das principais tipologias da produção da arquitetura moderna no bairro de Higienópolis, na cidade de São Paulo. Com isso, acreditamos que seu resultado nos levará a compreensão do pensamento conceitual que vigorou durante o

chamado movimento da arquitetura moderna, de uma forma geral, e das principais expressões arquiteturais que resultaram deste momento peculiar da história da arquitetura.

#### b. Objetivos Específicos

Nessa particular questão, pretende-se, em primeiro lugar, conhecer esse universo da arquitetura moderna produzida no bairro de Higienópolis. A partir daí, pensar os possíveis arcos de abrangência dessa produção arquitetônica com os demais setores da cultura da época que possibilitou o aparecimento e o desenvolvimento do chamado modernismo. Suas ações mais práticas, seus conceitos transformadores da cultura e da arte, suas propostas tecnológicas, enfim, todas aquelas atitudes e conseqüências no tempo e no espaço que possibilitaram uma nova maneira de pensar e organizar a sociedade. Pretende-se também, contribuir para a formatação de uma documentação específica sobre o assunto com o objetivo de facilitar futuras pesquisas que tenham o interesse em conhecer esse particular universo.

### **METODOLOGIA**

A efetivação do trabalho se dará essencialmente por meio da produção de textos e registros gráficos a partir dos dados levantados em campo; isto é, na análise dos edifícios e no estudo da bibliografia aplicada.

Assim, a metodologia a ser adotada prevê as seguintes etapas de trabalho:

- Levantamento bibliográfico existente sobre o assunto, primeiramente na própria Biblioteca do Centro Universitário Belas Artes e na Biblioteca da FAUUSP e em outras Bibliotecas da cidade;
- Levantamento iconográfico dos imóveis a serem levantados;
- Confecção de fichas padrão para levantamento de campo;
- Mapeamento e levantamento dos imóveis do bairro;
- Levantamento gráfico da arquitetura dos imóveis;
- Formatação dos levantamentos efetuados;

- Levantamento fotográfico dos imóveis a serem levantados em campo;
- Formatação da legislação pertinente ao tema;
- Mapeamento final e organização do fichamento realizado;
- Redação de relatórios;
- Redação do texto final.

## **CONCLUSÃO**

Com a pesquisa realizada conclui-se que a arquitetura moderna feita no Brasil possui peculiaridades inerentes à nossa cultura, o que a torna singular dentro do Movimento Moderno. A rejeição feita à história e aos elementos do classicismo, no Brasil possui um caráter de reinterpretação. Com Lucio Costa, o estilo colonial, genuinamente brasileiro, incorpora-se ao modernismo, com a presença das varandas e mucharabis, que agora possuem uma nova configuração.

A arquitetura moderna brasileira possui variações conforme a região em que está inserida. No caso da arquitetura moderna carioca, há maior leveza e liberdade, e é onde os preceitos corbusianos são mais eloqüentes. Já no caso da arquitetura moderna produzida em São Paulo, há um certo brutalismo, o que dá uma identidade própria aos arquitetos paulistanos. Essa atitude, peculiar a São Paulo, é constatada nos mais variados exemplos construídos em Higienópolis, em particular, os edifícios selecionados e apresentados no trabalho.

# ARBORIZAÇÃO URBANA: O BAIRRO DA VILA MARIANA

**Larissa Longatto Fonseca**

**Mila Santos Oliveira**

**Prof<sup>a</sup>. Ms. Iracy Sguillaro Abranches Leme (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

Este trabalho procura estudar a arborização urbana e tem como estudo de caso o bairro da Vila Mariana, em São Paulo, Capital. A presença de vegetação nas cidades é fundamental já que as mesmas oferecem melhor qualidade ambiental e de vida aos seus habitantes. As árvores são as maiores espécies entre todas as plantas e as que têm vida mais longa. Os desempenhos de suas funções principais no meio urbano são de fornecer sombra, aumentar a umidade do ar, absorver poeira em suspensão no ar, amenizar a poluição sonora, diminuir a temperatura, reduzir o brilho solar, entre outras tantas vantagens.

O crescimento da cidade de São Paulo causou ao longo dos anos grande diminuição das áreas verdes resumindo-se hoje em pequenas quantidades de jardins públicos e particulares, algumas praças e parques. Frequentemente encontram-se árvores situadas ao longo das ruas e avenidas, e muitas delas são exóticas e inadequadas, quer por sua grande copa que concorre com a fiação aérea, quer por seu sistema radicular superficial que destrói os passeios públicos, sem contar nos prejuízos causados na infra-estrutura urbana que se encontra no subsolo. Os descasos são inúmeros e maiores problemas ocorrem quando sua estrutura comprometida com pragas e doenças torna incontroláveis as quedas parciais ou totais.

A Vila Mariana tem sua formação datada de 1782, quando Lázaro Menezes recebeu uma sesmaria do Governador do Estado Francisco da Cunha Menezes localizada entre o riacho do Ipiranga e a estrada do Cursino. Sua posição era estratégica, cortada e circundada por caminhos e estradas importantes para a época, tais como o que levava para Santos, Santo Amaro, Itu e outros.

Em 1808, os primeiros moradores originaram o “Rancho dos Tropeiros”, pois o lugar abrigava as tropas de burros e cargueiros faziam suas paradas. Em 1820, várias famílias começaram a se instalar na região, em fazendas.

O Matadouro de São Paulo foi transferido para o bairro da Vila Mariana, o que ocasionou a necessidade de um meio de transporte eficiente que ligasse o bairro ao centro da cidade. Foi então construída uma linha de trem a vapor sobre o antigo caminho para Santo Amaro. A linha e o Matadouro foram inaugurados em 1896, e, a partir de então se deu o progresso do bairro.

A região cresceu como bairro de classe média e hoje está entre as regiões de melhor qualidade de vida da cidade. Encontra-se em fase de transformação, pois o uso e ocupação do solo têm-se alterado sensivelmente na última década, principalmente em função das instituições que estão surgindo pouco a pouco e atraindo um grande número de moradores. Além disso, possui o mais avançado meio de transporte coletivo, o Metrô, vias arteriais que cortam o sítio como um todo, um centro comercial diversificado, shoppings, cinemas, teatros, hospitais, entre outros, classificando o bairro como ponto importante na cidade de São Paulo.

## **OBJETIVO**

Pretende-se investigar e realizar a leitura da arborização num trecho do bairro da Vila Mariana segundo as características morfológicas do vegetal. O inventário deverá contemplar o mapeamento com as localizações das espécies vegetais arbóreas, identificá-las, medir as interferências no meio urbano, suas funções principais, entre outros itens. A pesquisa visa contribuir para a qualidade ambiental e de vida do ser humano, ainda que este estudo esteja limitado a um recorte da paisagem urbana.

## **METODOLOGIA**

- Levantamento bibliográfico geral e específico;
- Fichamentos de livros relacionados aos assuntos do trabalho;
- Investigação do bairro da Vila Mariana e escolha do recorte de estudo;
- Mapeamento e catalogação da vegetação arbórea significativa num segmento do bairro da Vila Mariana;

- Pesquisar a predominância de espécies e se estas são nativas ou exóticas;
- Verificar interferências do meio urbano em relação à arborização, principalmente quando situada no sistema viário;
- Estabelecer critérios para recomendações para melhorar ou mitigar problemas já existentes, planejar o remanejamento e plantio de novas espécies mais adequadas.

## **CONCLUSÃO**

O inexistente planejamento das áreas verdes urbanas gera a descaracterização de grande número das espécies vegetais, em especial as arbóreas, quer pelas sucessivas podas drásticas de suas copas ou mesmo os cortes feitos em raízes superficiais, em consequência de novas instalações, e/ou manutenção da infra-estrutura urbana, danificando os aspectos formais como um todo, sua beleza geral, piorando as condições de favorecimento das qualidades ambientais que elas proporcionam, principalmente quando se encontram em áreas urbanas, quase sempre desprovidas de solos permeáveis e qualidade do ar comprometido.

A descaracterização interfere também na floração, o que prejudica como consequência a frutificação, afastando os pequenos animais que dela se alimentam. Por outro lado, a escolha inadequada e inconseqüente da vegetação arbórea no meio urbano poderá atrair uma imensa quantidade de pequenos animais, incluindo os insetos e aves, podendo implicar na qualidade de vida da população, pois certamente atrairá pragas e possivelmente doenças.

Ao se tratar do passeio público, devem-se considerar as especificidades das espécies arbóreas, pois isto pode ser o fator determinante do tamanho de suas bases, largura das calçadas, sua disposição e distâncias de plantio. Por muitas vezes, as árvores sofrem apropriações indébitas pela população, que desconhecendo os cuidados especiais para com as mesmas acabam colocando em risco a garantia de seu desenvolvimento e sobrevivência.

O estudo de caso está voltado a um recorte do bairro da Vila Mariana, visando a verificação de fatos reais e aplicação de recomendações para melhorar ou até mesmo mitigar problemas já existentes em certos lugares e planejar o remanejamento e plantio de novas espécies mais adequadas neste caso ou outros semelhantes.

# ILUMINAÇÃO ZENITAL

**André Barbato**

**Ernesto Cruz**

**Prof. Ms. Joan Villà Martinez (orientador)**

## INTRODUÇÃO

A pesquisa começa com um levantamento de alguns edifícios com características arquitetônicas que nos traziam certos interesses peculiares distintos uns dos outros, mas com uma coisa em comum: a Iluminação zenital, sendo zênite, um ponto em que a vertical de um lugar qualquer encontra a esfera celeste.

Como o foco do trabalho são as zenitais, as pesquisas se limitam nos detalhes arquitetônicos destas, os levantamentos foram feitos a partir de plantas originais concedidas pelos próprios arquitetos ou por responsáveis.

Toda a expressão gráfica que demonstra tudo o que acontece no edifício é feita a partir de desenhos simples, mas bem solucionados de forma que pode-se absorver com clareza tudo o que está sendo passado. Os desenhos são constituídos de plantas, cortes longitudinais ou transversais que mostram onde se situa a zenital; um detalhe em corte mostra a mecânica estrutural onde se possa ver com clareza como a zenital funciona e por fim, desenhos isométricos que trabalham junto com imagens fotográficas.

## OBJETIVOS

A pesquisa terá como meta a elaboração de fichas sobre iluminação zenital com a finalidade de estudos da captação de luz em diferentes edifícios que se caracterizam com esta.

## **JUSTIFICATIVA**

Os estudantes de Arquitetura e Urbanismo necessitam de um material claro e de busca facilitada para a compreensão de alguns aspectos arquitetônicos como fachadas, coberturas e técnicas construtivas. Percebendo isto, iremos criar estas fichas com informações básicas dos projetos com Iluminação zenital selecionados. Apresentaremos informações e fotos das fachadas, localização das construções (apresentadas com mapas do GEGRAM), ficha técnica, fotos internas (quando necessário) e perspectivas de detalhamento.

## **METODOLOGIA**

Plano de trabalho:

- Início da elaboração do projeto de pesquisa;
- Leitura de Las claraboyas de Ignacio paricio;
- Seleção e discussão das obras analisadas;
- Elaboração das fichas suporte das obras a serem estudadas;
- Levantamentos das soluções de zenitais dos diversos projetos;
- Elaboração dos desenhos de detalhe (planta, corte) e das isométricas.

Materiais e Equipamentos necessários

- Fotografias: dos edifícios e/ou dos componentes estudados (fachadas e coberturas);
- Plantas e Cortes principais do edifício e/ou dos componentes estudados;
- Isométricas dos detalhes construtivos;
- Planta do GEGRAM;
- Ficha técnica da obra.

## **CONCLUSÕES**

O objetivo central das zenitais é a captação de luz, e é evidente que constitui uma ferramenta muito adequada para satisfazer este propósito. Comparada com a iluminação lateral, que proporciona os caixilhos, a luz zenital pode ser controlada com muito mais liberdade e ser dirigida com maior precisão. A luz pode ser distribuída uniformemente por todo o local ou ser concentrada em um objeto situado em um ângulo, pode ser potencializada com reflexões especulares ou ser conduzida até os pisos inferiores, banhar uma parede de luz até o solo.

# ARTE MURAL E ARQUITETURA NO PERÍODO MODERNO DO BAIRRO DE HIGIENÓPOLIS

Douglas Priolli Pardini  
Stephanie Christine Nagy  
Prof<sup>a</sup>. Ms. Liliane Simi Amaral (orientadora)

## INTRODUÇÃO

O Ser Humano sempre buscou uma maneira de se comunicar entre si. Foi através de desenhos, cores, formas e de relatos de seu dia-a-dia nestes desenhos, utilizando-se das grandes superfícies, que surgiu esta comunicação desde o período Paleolítico.

Desde então o homem evoluiu, aumentando sua capacidade de comunicação e aprimorando cada dia mais seus desenhos e os tipos de materiais utilizados.

O estudo feito sobre a evolução da arte nos diversos períodos históricos mostrou claramente que da metade do século XVIII até o final do XIX o homem sempre buscou referências em épocas anteriores objetivando sempre aprimorá-las.

As formas antigas não eram copiadas servilmente. Por mais livre que tivesse sido interpretado, o conhecimento arquitetônico do passado mostrou-se, a longo prazo, inadequado para as necessidades do presente.

A autoridade das formas históricas tinha que ser rompida se a era industrial quisesse produzir um estilo verdadeiramente contemporâneo. Era necessário redefinir os conceitos tradicionais acerca de forma e função, assim como o papel mais amplo da arquitetura na sociedade.

O surgimento da arquitetura moderna brasileira, não diferente de outros países do novo mundo, chegou a nós graças à migração, à visita de europeus, ao retorno de brasileiros que estudaram na Europa e, principalmente, ao entusiasmo pelo novo estilo por parte das gerações mais jovens

de arquitetos.

O estilo de arquitetura moderna, sem ornamentações e sem a preocupação de aprimorar estilos de outras épocas, chegou com uma atitude totalmente inovadora. Linhas e formas retas, claras, simples e simétricas foram algumas das grandes características deste movimento.

Por ser a arquitetura moderna uma arquitetura “limpa”, sentiu-se uma grande necessidade em destacá-la de alguma forma, mas sem desvencilhar-se de seu estilo. Foi então que a arte em murais surgiu na arquitetura moderna, como uma das grandes características desta arquitetura.

Hoje podemos encontrar na maioria dos edifícios modernos grandes superfícies murais, em pinturas, mosaicos, azulejos pintados, enfim, destacando o hall de entrada, grandes salões, etc.

Poderíamos dar vários exemplos de artes murais em edifícios modernos, mas neste caso, especificaremos o bairro de Higienópolis, um bairro que apresenta uma grande quantidade deste tipo de arquitetura e arte mural.

## **JUSTIFICATIVA**

O tema escolhido procurou resgatar desde a pré-história da arte das grandes superfícies implantadas pelo homem e, através da evolução, mostrar como esta arte está implantada nos dias de hoje na arquitetura moderna, mais especificamente no bairro de Higienópolis.

A proposta foi demonstrar através de fotografias a arte das grandes superfícies, geralmente inserida no hall de entrada dos edifícios, com características modernistas no bairro de Higienópolis.

Este trabalho teve como finalidade entender a evolução da pintura em murais na arquitetura moderna e evidenciar a evolução da arte de grandes superfícies na arquitetura moderna do referido bairro.

O homem se expressa em grandes superfícies, desde a pré-história, tentando se comunicar através de desenhos, cores e formas, relatando assim seu dia-a-dia. A história se repete na arquitetura moderna, pois ainda há a mesma necessidade que os homens das cavernas sentiam de se expressar.

## **OBJETIVOS**

O trabalho científico pretendeu abordar, utilizando a fotografia como um instrumento, intervenções realizadas no Hall ou entrada principal dos edifícios com características modernistas no bairro de Higienópolis, desenvolvidas nos períodos dos anos 50 e 60, podendo ser de azulejos, pastilhas ou até mesmo tintas.

E, através da história e da ciência, correlacionar toda a evolução das “pinturas em murais” e demais técnicas construtivas, chegando ao modernismo no bairro de Higienópolis, dos anos 50 e 60, com as principais obras de destaque e seus edifícios.

## **METODOLOGIA**

O desenvolvimento do projeto de pesquisa baseou-se nas etapas abaixo relacionadas, culminando em uma conclusão geral:

- Coleta;
- Estudo;
- Mapeamento;
- Registro;
- Análise.

Estes cinco grandes grupos abrigam fatores indispensáveis para o decorrer da pesquisa. Serão, a seguir, justificados individualmente, expondo a importância de cada um:

1. Levantamento Bibliográfico - Pesquisa das principais obras de referência, para uma melhor compreensão do tema, como conhecimentos introdutórios e informações para embasamento do trabalho.

2. Levantamento histórico das intervenções em grandes superfícies – Estudo das principais obras de destaque, desde o período histórico em que se encontra, analisando os materiais utilizados, as técnicas de representação gráfica adotadas, mostrando sua evolução.

3. Definição da arquitetura modernista em São Paulo – Estudo do modernismo na cidade de São Paulo, mais especificamente no bairro de Higienópolis, com suas influências arquitetônicas e artísticas.

4. Mapeamento da área a ser trabalhada – Trabalho de campo e realização do mapeamento da área anteriormente analisada, onde se pode encontrar os murais, afrescos, mosaicos, etc.

5. Localização das edificações levantadas – Localização, através do mapeamento, das principais obras de destaque, com as mais diferentes formas de intervenções no hall de entrada das edificações.

6. Registro fotográfico – Após a etapa anterior, realização de registro fotográfico de cada intervenção, relacionando o movimento histórico e artístico que a fotografia analisada demonstra.

7. Análise estrutural e compositiva da intervenção – Estudo cultural do local onde a obra se insere e de seus arredores, quanto à sua dimensão, material e temática.

## **CONCLUSÃO**

O produto da necessidade dos homens de expressarem suas idéias, emoções e crenças em grandes superfícies é a decoração de seus ambientes.

A pintura mural diz tanto da pintura executada diretamente sobre uma parede quanto daquela realizada sobre um outro suporte, mas aderida de maneira permanente a uma parede.

Originalmente, as técnicas empregadas eram fresco, têmpera, encáustica, mosaico, esgrafito, porém, a partir do século XIX, a aparição de tintas industriais tem ensejado a decoração de grandes superfícies sobre cimento com efeitos aproximados aos do fresco.

No decorrer do trabalho, observou-se que o bairro de Higienópolis foi um dos pioneiros no incentivo à intervenção em grandes superfícies, ocorrido nas décadas de 50 e 60, durante a Arquitetura Moderna.

# ARQUITETURA COMO CENOGRAFIA NO CINEMA

**Larissa Berdu Llevadot**

**Suzana Moraes da Silva**

**Prof. Ms. Takashi Fukushima (orientador)**

## INTRODUÇÃO

As mudanças ocorridas, principalmente ligadas à visão plástica da arquitetura, são fontes de informação tão diversas quanto instigantes do ponto de vista da vida, dos costumes, do tempo através da arquitetura, que são investigadas na pesquisa para determinar características de seus contornos, suas construções, fazendo conexões com seus habitantes e suas peculiaridades nas aproximações entre o cenário construído e a escolha de locações conforme as indicações do roteiro cinematográfico.

## OBJETIVOS

Baseado em uma amostra diversa e aleatória, estabeleceram-se conexões entre, o tema, arquitetura, cenografia e cinema; de modo a definir demarcações para futuros estudos. Assim não foram idealizados projetos cinematográficos, mas sim uma busca de idéias e comparações em diferentes filmes para estabelecer um parâmetro. Através de uma leitura de filmes com temas variados, pode-se dividi-los em dois grupos. O primeiro sendo de Época, Históricos e Modernos e um segundo grupo, o dos Contemporâneos. Esta divisão em grupos serve para situar estilos. Também há uma divisão no sentido projectual, isto é, se o cenário é construído ou locado, filmado em locações históricas ou com paisagens monumentais que poderiam ser definidas como arquitetura natural.

## METODOLOGIA

Análise de filmes DVD e VHS, fotografias, processamento de fotos, levantamentos históricos, literatura relativa, cinemateca, arquivos de locadoras e acervo privado, processamento das imagens em fotos, desenhos e computação gráfica.

## **CONCLUSÃO**

Através da análise do material observado, filmes de varias épocas, isto é, filmados em diferentes anos, pode-se verificar diferentes técnicas de utilização do cenário, atualmente com os avanços tecnológicos, com computação gráfica pode-se inserir cenários, locações, objetos, atrás dos personagens que atuam sobre 'cormaqi' (fundo azul). Porém a autenticidade do cenário fica mais evidente em filmes com locações reais, produções mais caras, às vezes, mas que causam um efeito secundário, como propaganda turística no caso de locações que enaltecem uma paisagem.

**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**BACHARELADO  
EM  
ARTES VISUAIS**



# GRAVURAS E MATERIAIS

**Cleide Aparecida Vieira**

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Helena Escobar da Silva Freddi (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

Este trabalho propõe a edição e adequação de métodos de gravuras atóxicos, tanto no processo de gravação quanto da limpeza e conservação de matrizes e ateliê.

Desenvolvido a partir de uma nova consciência quanto aos danos à saúde do gravador e ao meio ambiente, a pesquisa buscou fundamentar-se em bibliografia direcionada aos procedimentos usados em ateliês tanto nacionais quanto internacionais e posterior testes práticos com novos métodos e utilizando os já existentes, com ajustes de manuseio dos produtos químicos atóxicos.

## OBJETIVOS

Estudar e desenvolver um processo de gravura diferenciado do tradicional que utiliza simultaneamente substâncias químicas nocivas à saúde, desde os processos de limpeza dos ateliês, ao processo químico empregado na produção das gravuras.

## METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa está sendo utilizada bibliografia nacional e estrangeira e testes em ateliê de produtos atóxicos existentes no mercado brasileiro que possam substituir os tradicionais agentes utilizados para gravação e limpeza das matrizes e outros materiais usados pela técnica calcográfica.

## **CONCLUSÕES**

No Brasil, a bibliografia consultada trata de pesquisas realizadas buscando novas técnicas que permitam maior qualidade da obra concluída e desenvolvimento poético e metodológico do artista. Nada é comentado sobre a perniciosidade dos materiais e métodos utilizados.

Embora as técnicas da gravura em metal tenham alcançado a maturidade, pouco se fez relacionado ao grau de toxidade do seu processo de construção.

Através dos experimentos realizados em ateliê, constatou-se que o processo de gravura em metal pode ser atóxico com poucas alterações. Para que seja utilizado é necessário que o artista esteja disposto a romper os limites da tradição, inventar, adaptar e criar novas maneiras de realizar a calcogravura.

# COLAGEM

**Felipe Rocha Bittencourt**

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Helena Escobar da Silva Freddi (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

A colagem, abrangendo realizações plásticas diversas, envolve a procura material como uma prática de importante reflexão enquanto inovações e exercícios críticos em procedimentos artísticos desde as vanguardas do século XX até os dias atuais. O ato criador, submetido às várias tendências experimentais, encontra na colagem um meio de exploração e reflexão sobre as matérias e suas concepções e utilizações.

A colagem começa a aparecer de forma mais afirmativa no início do século XX com o Cubismo, servindo como um procedimento técnico para a reflexão sobre a pintura, a superfície e a relação entre as mesmas. Serviu também para estabelecer o início de um hibridismo entre as linguagens escultóricas e pictóricas. Ao agregar elementos materiais do cotidiano na superfície de uma pintura, esta se aproximou cada vez mais de uma construção tridimensional, saindo da superfície e abarcando, de fato, o espaço. Os materiais colados, por sua vez, passaram por combinações cada vez mais heterogêneas fazendo surgir as assemblages, objetos e instalações.

Apesar dos desdobramentos contemporâneos pelos quais passou a colagem não abandona a bidimensionalidade no decorrer dos anos ao fundir-se com outras linguagens. Trabalhando com a pesquisa sobre a materialidade, o deslocamento de significados, a espacialidade entre outros fatores, a colagem aparece como uma colocação não somente material e concreta, mas também conceitual. Colar implica unificar. Um elemento agregado a outro, conseqüentemente, originará um único novo elemento. A articulação deste pensamento e da atitude de agregar mostra-se em uma infinidade de possibilidades nas produções de artistas que trabalham e exploram as relações matérico-conceituais.

## **OBJETIVOS**

Diante da produção artística do pesquisador, surgiu a necessidade de aprofundar o conhecimento e de pesquisar o campo trabalhado: a colagem. Com o intuito de desenvolver uma melhor compreensão do próprio fazer artístico, esta pesquisa pretende formalizar um pensamento crítico sobre a colagem e seus desdobramentos poéticos na contemporaneidade; construir e refletir sobre as obras do próprio pesquisador com a finalidade de desenvolver um entendimento ampliado do contexto artístico contemporâneo, como também possibilitar uma produção poética significativa enquanto pensamento e prática.

## **METODOLOGIA**

A organização dos estudos de procedimentos artísticos relacionados à colagem deu-se através de pesquisa bibliográfica paralelamente ao desenvolvimento de propostas de pesquisa poética, por meio de trabalhos práticos experimentais. Assim, elaboramos as análises comparativas entre o próprio trabalho poético do pesquisador e os procedimentos já estudados.

## **CONCLUSÕES**

O estudo bibliográfico aprofundado de certos procedimentos de colagem forneceu dados importantes para a realização de exercícios e propostas plásticas significativas enquanto material poético do pesquisador, apresentando-se como procedimentos técnicos e conceituais em resposta aos objetivos da própria pesquisa: a colagem na contemporaneidade.

# **GRAFISMOS URBANOS: INQUIETAÇÕES SOBRE O PANORAMA NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**Beatriz Siqueira Bittencourt**

**Prof. Dr. Carlos Tadeu Siepierski (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

O espaço urbano tem sido usado muito freqüentemente como suporte para os mais variados tipos de manifestações. Dentre essas manifestações, os grafismos urbanos alcançaram grande visibilidade e provocaram muita polêmica nas mais diferentes áreas. Esteticamente, é possível associá-los a movimentos chamados de “antiarte”. Esse termo apareceu pela primeira vez no dadaísmo, movimento artístico internacional fundado em 1915 em Zurique, na Suíça, mas se efetivou em Berlim, na Alemanha, em uma reação anárquica, irônica, cínica e niilista à Primeira Guerra Mundial. E é a partir deste momento que houve um desdobramento de vanguardas ou movimentos subversivos. A tradição segue através do Livre Espírito do Letrismo, via Surrealismo, continuando através de vários movimentos situacionistas, Fluxus, Mail Art, Punk Rock, Neoísmo e cultos anarquistas contemporâneos.

Assim, podemos dizer que os grafismos urbanos exercem certo grau de parentesco com movimentos cruciais de guerrilha estética dentro da arte moderna e contemporânea; continuam com o mesmo teor contestatório e as mesmas intenções, no entanto, diferindo no tipo de ação e, mesmo esta, vem se tornando cada vez mais banalizada.

Atualmente, uma significativa parcela dos praticantes desse tipo de manifestação ainda defende o grafite, a pichação e os cartazes ou stickers como exclusivamente uma forma de crítica social. No entanto, muitos outros, tanto praticantes quanto expectadores, reconhecem que é possível usar e aplicar esta manifestação para fins outros que não somente a crítica social. Mas, formas contemporâneas de arte, principalmente as mais subversivas, tendem a criar divergências e confrontos de pensamentos e opiniões.

Muito embora uma parte dos praticantes ainda continue vendo os grafismos como apenas um meio de crítica social, essa forma de manifestação tem se tornado mais comum e muitos desses trabalhos estão sendo valorizados e requisitados por galerias e espaços expositivos.

## **OBJETIVOS**

Desenvolver um questionamento sobre essas duas vertentes e analisar o que move esses diferentes tipos de interventores, concentrando-nos especificamente no caso da cidade de São Paulo.

## **METODOLOGIA**

Nossa investigação seguiu dois caminhos complementares. Por um lado, a pesquisa bibliográfica, examinando autores e obras que tratam do tema, entre eles, Célia Maria Ramos, com seu livro “Grafite, Pichação e Cia” e Armando Silva, com “Imaginários Urbanos”. Também examinamos autores da área de semiótica, como Umberto Eco, autor de “Tratado Geral da Semiótica”, e Julio Plaza, com seu livro “Análise Intersemiótica”. Recorremos também a autores que se valem da Gestalt para suas análises, como Nelson Arnheim, no livro “Arte e Percepção Visual”, e até mesmo fizemos uma incursão pela sociologia e antropologia com Marc Augé, autor de “Não-Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade”.

Por outro lado, a pesquisa de campo, com andanças pela cidade, observações, entrevistas e registros fotográficos. Aqui, é importante frisar nossa familiaridade com esse tipo de manifestação devido à convivência prévia com essa prática, o que possibilitou o acesso a um material que de outra forma seria impossível.

## **CONCLUSÕES**

A partir de movimentos do pré-guerra do século XX, examinando suas características de integração não só da arte com a vida, mas de todas as atividades humanas, as quais criticam a separação social e acreditam no conceito de totalidade, comum aos movimentos urbanos nas metrópoles, percebemos que eles geram uma modalidade de arte autodidata e instigam a independência criativa.

Assim, existe uma parcela grande de interventores artistas engajados em um trabalho evolutivo que tomou, ou vem tomando, um rumo bastante desenvolvido e existe uma outra parcela de não-artistas que se autodenominam contraventores, que vêm em seus atos, manifestações de revolta e protesto. O que percebemos é que muitos desses últimos citados, com o passar do tempo, acabam por reconhecer uma legitimidade artística nessa forma de manifestação e desenvolvimento de uma poética pessoal.

Na maioria dos casos das manifestações, as quais tratamos, ponderamos dois extremos que são a estética e a subversão. Em muitos deles, o processo criativo é totalmente intuitivo, é aí que a atitude torna-se mais importante que a estética. Essa atitude intuitiva envolve as idéias, os conceitos, a encenação, a precariedade, o anonimato, a tipografia e os desenhos. Unem-se mídias e processos artísticos em uma vertente só, possibilitando trabalhos coletivos com resultados muito ricos, onde o meio urbano é o melhor suporte, atingindo passantes despercebidamente.

A grande importância das manifestações, e o que as têm tornado cada vez mais popular, é sua acessibilidade comum no meio urbano. A rua é pública, o fluxo é contínuo, assim, a percepção torna-se não só agressiva, mas sobretudo ampla.

# **TERRA DE NINGUÉM – 26.<sup>a</sup> BIENAL INTERNACIONAL DE ARTES DE SÃO PAULO SOB O FOCO DA MÍDIA IMPRESSA**

**Lilian Cardoso Bado**

**Prof. Dr. Carlos Tadeu Siepierski (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

A arte contemporânea é alvo de crítica, de admiração e de espetacularização. Ela vem causando dúvidas, criando discussões, ocupando espaços nos meios de comunicação e batendo recordes de visitação como na última Bienal Internacional de Artes de São Paulo, em 2004.

No entanto, a visibilidade alcançada pela 26.<sup>a</sup> Bienal Internacional de Artes de São Paulo apresenta algumas questões. Por um lado, a Bienal não é uma simples exposição de obras artísticas. Um evento como esse aciona todo um universo complexo, que vai desde os interesses das instituições envolvidas, passa pelos propósitos dos curadores, e abrange até finalidades políticas e econômicas, se constituindo num verdadeiro sistema, o sistema da arte. Por outro lado, se essa visibilidade se deve a vários fatores, certamente podemos incluir entre eles a divulgação feita pela mídia.

Ora, se um evento como a Bienal aciona um sistema, o sistema da arte, em que os mais diferentes interesses estão representados, será que os meios de comunicação trataram o tema Bienal com a imparcialidade e profundidade necessárias para a informação dos seus públicos sobre a arte contemporânea exposta no evento? Se os meios de comunicação também têm seus próprios interesses, como eles trataram a divulgação desse evento?

## **OBJETIVO**

Identificar a organização do sistema da arte contemporânea e observar a influência que o artista

recebe de áreas que não as puramente estéticas ou técnicas são os pontos de partida desta pesquisa, que pretende obter uma reflexão sobre a arte contemporânea por meio da análise de como os meios de comunicação, particularmente a imprensa escrita, retrataram a 26<sup>a</sup> Bienal de Artes de São Paulo, contrapondo esse material com os objetivos da Fundação Bienal tais como expresso em seu discurso oficial.

Assim, com as matérias jornalísticas e com a pesquisa bibliográfica foi possível produzir uma investigação que estabelecesse uma ponte entre o saber acadêmico, que tem pouca difusão na sociedade, e a visão sobre artes visuais presentes na mídia impressa. Desta forma pôde-se compor um quadro geral das mais visíveis compatibilidades entre esses dois discursos e investigar os níveis de profundidade que as artes visuais são tratadas nas reportagens e críticas jornalísticas.

## **METODOLOGIA**

O procedimento metodológico consistiu em analisar matérias publicadas em 2004 e estudar a bibliografia referente ao tema. Sobre as matérias publicadas, privilegiou-se sobretudo os cadernos de cultura, Ilustrada e Caderno 2, dos jornais Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo, respectivamente, e matérias pontuais publicadas das revistas Época, Veja São Paulo, Bravo e Bien'Arte.

Para fundamentar a análise desse material foram estudados autores de áreas tais como teoria da comunicação, sociologia da arte e crítica de arte. Entre os autores utilizados, se encontram Marshall McLuhan, que na sua obra "Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem" aponta para o fator fictício ou falso inerente a um determinado meio de comunicação, ou seja, um leitor, por exemplo, sente-se participante na construção da informação devido ao formato de mosaico do jornal. Já sobre a questão da contemporaneidade, David Harvey, em "A Condição Pós-Moderna", atribui ao fim do modernismo o abandono da espiritualidade e da moral em nome do progresso. Ele indica a interdisciplinaridade, o pluralismo, o caos e a descrença numa verdade única como fortes características da nossa época, afirmando ainda que "o artista é a vanguarda que transporta as idéias para a vida", sendo essa uma de suas funções. No entanto, Clifford Geertz, em "O Saber Local" chama a atenção para o fato de que as artes já estiveram mais próximas da participação e da compreensão popular pois o código era compartilhado de forma mais ampla que atualmente. E é para minimizar a distância entre público e arte que Giulio Carlo Argan propõe a figura do crítico.

Anne Cauquelin, em "Arte Contemporânea", discorre sobre o sistema de arte apresentado um

esquema: o produtor (artista) trabalha conforme a necessidade mercadológica ditadas pelos colecionadores; os distribuidores (críticos e expositores) oficializam o objeto como artístico, apresentam as obras e informam aos artistas quais as novas tendências; e os consumidores divididos em colecionadores e grande público, esse último sem participação ativa no sistema. Foi a partir desses autores e de suas elaborações que fizemos um enfrentamento no sentido de analisar as matérias coletadas.

## **CONCLUSÕES**

As matérias jornalísticas voltadas para crítica de arte tentam aproximar o público da arte contemporânea sem repetir o óbvio, sem se aprofundar em questões técnicas e expondo o que é pertinente a um jornal. Por isso freqüentemente nas matérias a arte relaciona-se com política internacional, comportamento social, filosofias recentes, denúncia, acontecimentos cotidianos, fatos que caracterizam a sociedade atual.

Essa forma de ver a arte como acontecimento social e o cotidiano como inspiração para as obras, ocorre principalmente nos jornais. Observamos que a imprensa valoriza a mensagem da obra e o quanto ela se relaciona com o mundo traduzindo seus fatos em linguagem. Enquanto que, nas revistas especializadas, são levados em conta o momento artístico, o desenvolvimento da história da arte, o percurso individual do artista e a proposta da arte contemporânea.

Há propósitos na 26<sup>a</sup> Bienal de Artes de São Paulo que não se entende apenas visitando-a e acompanhando-a pelos meios de comunicação. Necessita-se de conhecimento sobre a situação mundial e sobre história da arte e arte contemporânea. A crítica de arte que deveria preencher a lacuna entre a obra de arte e o público é incapaz de fazer tal mediação, devido a complexidade que se encontram as áreas de conhecimento.

Percebe-se que algumas matérias apontam como defeitos da obra traços defendidos como objetivo da arte conceitual, tipo de arte exposta na Bienal. Por vezes o que lemos é o que encontramos na reação do público leigo, como censurar a obra por não compreenderem a proposta, ou pela falta de sustentação da obra sem discurso verbal, no entanto, o que esperamos da crítica é que nos esclareça sobre os propósitos do artista.

Os objetivos da 26<sup>a</sup> Bienal de Artes de São Paulo, tal como a democratização da arte, foram bem divulgados, pois as entrevistas do curador expondo o discurso oficial apareceram em vários veículos. Foi informado, e explicado, o tema, a opção pelos novos artistas, a gratuidade e a não

realização do núcleo histórico. O discurso oficial foi eticamente criticado ou elogiado, mas nunca desmentido pela mídia.

O balanço final da pesquisa esbarra numa pergunta crucial: qual a função da arte? Comunicar, sensibilizar, explicar, ensinar, emocionar, educar? Independente de qual seja seu papel, ela continua sendo insubstituível, pois não há meio que a traduza sem que haja enormes perdas. Seu papel na construção de sensibilidades para formar cidadãos e seu caráter visionário de iniciar processos de mudança, testar os limites do possível e não permitir que o mundo e a humanidade se fechem em si mesmos, é imprescindível e único.



**InPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**COMUNICAÇÃO  
SOCIAL**



# LINGUAGEM PUBLICITÁRIA COMO LEITURA DO SOCIAL

**Rodolfo Cardoso Guerra**

**Prof<sup>a</sup>. Ms. Rosana Aparecida Martins Santos (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

A questão do pluralismo se torna crucial no momento de se pensar os desafios para a comunicação. A sociedade de consumo e a sociedade da informação não coincidem, mas entrelaçam-se uma na outra.

O desenvolvimento tecnológico, a produção em série e a criação de mercados em expansão, com o objetivo de satisfazer as expectativas crescentes dos cidadãos, levaram ao aparecimento de uma sociedade que parece apenas ocupada em produzir e consumir. Paralelamente observa-se fenômeno da massificação, que já Ortega tão pitorescamente descrevia.

No mundo de hoje qualquer atividade humana acaba por ser convertida em produto de consumo, e o êxito social mede-se pela capacidade de vender, não havendo sequer a preocupação do bem estar das pessoas.

Nesta sociedade de massa os próprios cidadãos tendem a diluir-se nela. A moda, por exemplo, exerce um poder homogeneizante irresistível, poucos se atrevem a usar uma gravata que não tenha a cor do momento. A massa é algo anônimo dentro do qual cada indivíduo humano perdeu a sua personalidade própria para se diluir no destino comum da própria massa e esse é o verdadeiro perigo que tende à sua alienação.

A característica da atual revolução cultural reside no seu âmbito e na sua escala global, no seu poderoso impacto, no seu caráter democrático e popular. Muitas atividades deslocam-se para ambientes virtuais onde as transformações se dão a uma velocidade que ultrapassa a escala humana.

## **OBJETIVOS**

Assim, propomos, com esse estudo, a leitura crítica através de alguma das categorias sociais (identidade, representação, consumo e cultura), de como elas são refletidas nos anúncios publicitários, exibidos em TV aberta, nos mais diversos horários, e que envolvam uma ampla fatia de segmentos de classe e faixa etária.

## **METODOLOGIA**

Sendo assim, a partir do estudo teórico das leituras de textos, previamente selecionados, será desenvolvido um relatório mensal constando uma reflexão crítica dos anúncios a partir dos textos.

Portanto o estudo será desenvolvido em três segmentos, sendo a seleção de filmes publicitários veiculados ao grande público em TV aberta em diversos horários do dia; a análise dos comerciais a partir das leituras, seminários e discussão de textos orientados no campo da Antropologia Cultural e o desenvolvimento de uma monografia com avaliação do tratamento dado até então ao tema, quanto às formas de recepção dos anúncios publicitários e a relevância que lhe foram atribuídas no complexo sistema denominado “sociedade de consumo” e “cultura globalizada”.

## **CONCLUSÕES**

As conclusões obtidas parcialmente podem ser apresentadas da seguinte forma:

As categorias estudadas sofreram e sofrem modificações por causa de fatos marcantes e pela própria evolução dessa sociedade conduzidas muitas vezes pelo processo de globalização na qual estamos todos presentes, que afetam todas as categorias que possamos estudar em uma sociedade.

A publicidade por sua vez passa a utilizar uma maneira de persuasão que está diretamente ligada como modo de pensar e agir dessa sociedade, independentemente da categoria na qual ela possa estar tentando atingir seu público.

Algumas sugestões para futuros projetos de pesquisa científica seria o desenvolvimento de estudos aprofundados nas outras identidades que formam uma sociedade e como a publicidade

poderá interagir da melhor forma possível, em futuro próximo, com uma sociedade na qual está cercada de informações no dia-a-dia.

# **DISCURSO: VEÍCULO COMUNICACIONAL QUE ORA FAVORECE ORA NÃO A INCLUSÃO SOCIAL**

**Luciane Torres Fernandes**

**Natália Fernandes**

**Prof<sup>a</sup>. Ms. Eliane Aparecida Andreoli (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

Nos dias atuais, a palavra inclusão social é abordada freqüentemente. O assunto está presente em discussões, debates e sem dúvida, nos meios de comunicação. Estes que são importantes influenciadores e formadores de opiniões.

Apesar da repercussão deste tema, ele apresenta uma contrariedade. Ou seja, ao mesmo tempo que a comunicação defende a inclusão social, esta mesma permite a veiculação de informações, campanhas e anunciantes com o discurso totalmente exclusivo a uma determinada minoria da população.

Portanto, esta iniciação tem o objetivo de estudar a publicidade como instrumento de inclusão e exclusão social.

## **JUSTIFICATIVA**

Em um mundo que o crescimento vem acontecendo muito rápido, a tecnologia toma conta das pessoas modificando as suas vidas. Seus valores são mudados, o que era visto de uma forma preconceituosa, hoje é algo normal.

Hoje há uma constante luta por uma sociedade igualitária, onde todos buscam seus direitos, estes de caráter social, político e econômico.

Apesar de todo esse avanço e essas lutas, ainda restam vestígios de preconceitos por alguns grupos. Por acreditar na existência de uma sociedade que possibilita igualdade e oportunidades para todas as pessoas, independente de sua cor, etnia e sexo, que por muitas vezes não acontece por questões como discriminação e preconceito.

Acreditamos que com essa pesquisa, poderemos demonstrar como os veículos de comunicação se perpetuam para que esses conceitos permaneçam até os dias de hoje, e como é possível reverter a situação em questão.

## **OBJETIVOS**

Pesquisar, estudar, reconhecer, analisar elementos lingüísticos, semânticos, artísticos, utilizados por peças publicitárias, em mídia impressa e televisiva;

Apontar por intermédio de comparação as peças publicitárias que favorecem e as que desfavorecem a inclusão.

## **METODOLOGIA**

O desenvolvimento metodológico consistiu em seis etapas. A seguir apresentamos como foram desenvolvidas.

Primeiramente iniciamos pelo levantamento bibliográfico, busca a livros, dissertações, sites e revistas especializados nos temas de deficiências e inclusão social, a fim de estabelecer conceitos e definir por quais parâmetros desenvolveríamos a pesquisa. Conceitos como: sociedade e cidadania; diversidade e pluralidade; discurso em diferentes abordagens; linguagem não verbal; deficiência e inclusão social.

No segundo momento foram realizadas as leituras, análises, discussões, a seleção de autores e de princípios conceituais que coadunassem com o foco de pesquisa. Assim, buscamos priorizar autores que compartilham com a idéia da inclusão reconhecendo-a como um processo atual, necessário e irreversível. Citando os autores **Romeu Kazumi Sasaki** em seu livro “**Construindo uma sociedade para todos**” e Claudia Werneck em “**Ninguém Mais Vai Ser Bonzinho na Sociedade Inclusiva**” e, “**Quem Cabe no Seu Todos?**”

A pesquisa pretende demonstrar a necessidade de reflexão do tema inclusão social, que ainda apresenta-se como um tabu, e isso gera uma controvérsia podendo-se perceber por intermédio dos seguintes exemplos:

A instituição especializada apresenta-se com um discurso que diz promover, preparar, habilitar a pessoa deficiente, mas, por vezes no anúncio de divulgação elabora um texto discursivo segregador ou que acentua a diferença por um aspecto negativo, sugerindo que as pessoas deficientes que lá estão necessitam da caridade, do assistencialismo das outras pessoas, contrapondo a idéia da filosofia da inclusão, do respeito à diversidade, dos direitos iguais a todos.

No anúncio publicitário, a instituição, a prestadora de serviços ou a empresa que vende produtos, escolhe como será a seleção gráfica (letras, composição de texto, cor selecionada) para demonstrar como preocupar-se com a comunicação visual, mas o seu texto, a sua mensagem, utilizam termos que implicam negação do tema de inclusão.

Na seqüência selecionamos material de mídia impressa (anúncios comerciais, folders) que pudessem exemplificar o tema desta pesquisa. Partindo de duas categorias propostas: O **bom**, anúncio que **inclui**; e o **mau**, anúncio que **exclui**.

Para verificar a veracidade das hipóteses levantados por nós, elaboramos um roteiro de perguntas para serem argüidas ao grupo selecionado para esta pesquisa formado por: publicitários; pessoas com deficiência; profissionais que prestam serviço às pessoas com deficiência. Três pessoas aleatórias de cada categoria escolhida, sem qualquer vínculo com o anúncio escolhido.

## **CONCLUSÕES**

Os meios de comunicação em grande parte de sua programação e propagandas exclui as minorias sociais, pois as pessoas destes grupos não se identificam com as mensagens que são veiculadas. No caso deste trabalho, foi estudado como os meios incluem os não deficientes por meio de imagens, principalmente pelo discurso.

Através das análises dos anúncios que foram veiculados por meios especializados ou não, foi verificado um grande número de anúncios que acabam excluindo os deficientes de uma maneira subliminar, mesmo naqueles que possuem temas como inclusão e preconceito.

Nos veículos especializados, foram estudadas as revistas Inclusão e Reabilitação. No momento em que esta pesquisa era realizada havia um maior número de anúncios exclusivos, algo contraditório com o que as revistas pregam, comparados com os que são veiculados atualmente. Porém, ainda há uma grande poluição tanto nos anúncios como na forma em que estes são distribuídos pela revista. Foi notado que as revistas não se importam na forma nem nos discursos que esses anúncios são veiculados.

Em comerciais de televisão aberta dificilmente encontramos imagens de deficientes relacionadas a algum produto. Isto faz com que estas pessoas não se identifiquem com os produtos que são vendidos, pois nunca é mostrado alguém do mesmo grupo que o use.

As pessoas comuns e os deficientes na maioria dos casos não se questionam sobre essas mensagens que são transmitidas, somente absorvem o preconceito que é passado de uma forma subliminar.

As entrevistas realizadas mostram que as pessoas comuns em um primeiro momento não percebem o preconceito que está por trás destes anúncios, isso já tornou algo freqüente e normal para eles. Somente após uma leitura mais crítica é que percebem que é algo exclusivo. Isso ocorre, porque não são atingidos diretamente por este tipo de mensagem.

Somente uma minoria dos deficientes que sentem e percebem essa exclusão, luta pelos direitos do grupo. Ao contrário desta minoria, a grande parte dos deficientes não percebe ou não se importa com essas mensagens. Por serem sempre excluídos isso já se tornou algo comum e imperceptível. Isso também ocorre com a maioria das pessoas que estão perto de um deficiente.



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**DESENHO  
INDUSTRIAL**



# JOGOS DE CONSTRUÇÕES DE IMAGENS NO CINEMA CONTEMPORÂNEO

**Aline Caroline Michielan Madureira**

**Prof<sup>a</sup>. Ms. Márcia Aparecida Ortegosa (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

Pensar as imagens cinematográficas contemporâneas significa tecer um paralelo entre as questões formais que cercam o universo da estética, aliadas a uma discussão de referenciais que predominam neste contexto atual. Os avanços na área digital favorecem a articulação de diversos jogos de representação na construção dessas imagens. Percebe-se, desse modo, uma expressiva hibridização da linguagem, onde procedimentos como a paródia, a citação, colagens, provocam constantemente rupturas, desvios e deslocamentos.

A percepção das imagens no Design perpassa, necessariamente, por questões estéticas e uma capacidade de gerar signos que nosso olhar tenta investigar e decodificar criando novos signos e novas imagens. Essa pesquisa visa, portanto, refletir sobre as possibilidades de jogos de construções no cinema contemporâneo. A análise de diversas variantes estéticas, em alguns filmes e vídeosclipes, contribui para perceber como os signos são constantemente atualizados, e buscam re-significar, através de referenciais muitas vezes do passado, que são revisitados e deslocados.

O jogo de construção nos filmes contemporâneos muitas vezes se forma através de reduplicações especulares, quando a linguagem se volta para ela própria, de forma metalingüística, ou, no caso das metáforas, quando cria semelhanças ou contrastes em suas formas e sentidos. A paródia é outro elemento estudado, que através de “sínteses contrastantes”<sup>1</sup>, ou seja, repetição com diferenciação de códigos já conhecidos, num contexto novo, explora também o processo de articulação das imagens fílmicas.

Num filme, por exemplo, deve-se usar a linguagem cinematográfica, tentando reger ângulos,

movimentos de câmera e planos, lembrando que as justaposições entre os planos, ou dentro do próprio plano, constroem plástica e rítmica, visando obter complexas associações que irão se relacionar com as categorias de tempo e espaço, geradoras de sentidos.

O universo digital através de inúmeros recursos, facilita e permite efetuar experimentações cada vez mais constantes, tornando a linguagem mais conceitual, auto-referente e repleta de hibridismo. Todos esse elementos provocam rupturas na linguagem e são incorporadas na produção do audiovisual contemporâneo. A sofisticação estética visa um design de imagens e sons na construção de suas múltiplas camadas, repleta de referências, num processo cada vez mais experimental.

## **OBJETIVOS E JUSTIFICATIVAS**

Analisar como se forma a elaboração do discurso visual de obras originais e parodiadas em filmes e vídeosclipes, assim como estudar os deslocamentos e desconstruções na linguagem fílmica, percebendo os diversos jogos que se articulam para produzir imagens em constante hibridização. Perceber as construções e desconstruções da imagem, tais como, sobreposições, sobreenquadramentos, janelas, texturas, choque entre planos, ruídos visuais e sonoros, enfim, uma multiplicidade de camadas que provocam rupturas e novas significações no universo fílmico.

Em virtude dos avanços dos sistemas digitais esse estudo irá tecer uma reflexão sobre as novas formas de experimentalismo que o Design Gráfico, em particular, pode incorporar em suas pesquisas no universo cinematográfico e audiovisual em geral.

Essa pesquisa se justifica pelo vasto campo que se abre para reflexão e produção das imagens contemporâneas, que através do aperfeiçoamento constante dos softwares propicia avanços tecnológicos no campo digital, e cria ferramentas necessárias para ampliar os jogos de articulações no terreno estético.

## **METODOLOGIA**

A metodologia aplicada consistiu em leitura de livros e pesquisas em *sites* relacionados à paródia, vídeoclipe e cinema. Especificamente foi feita visão e análise do filme *Manhattan Murder Mystery* (Woody Allen, 1993) para perceber seqüências que faz a paródia do filme *The Lady from Shanghai* (Orson Welles, 1942), mostrando os jogos de construção de imagens.

Visão do filme *Metropolis* (Fritz Lang, 1926) e do vídeoclipe *Radio Ga Ga* da Banda Queen, relacionando-os com o tema central e reflexão sobre paródia. Além disso foi analisado filmes secundários que se aproximavam do tema central dessa pesquisa, para tecer um contraponto. A cada etapa do trabalho foi feita apresentação em forma de relatórios.

## CONCLUSÕES

Essas reflexões tentaram pensar como o Design incorpora essa discussão em torno das imagens contemporâneas, diante das possibilidades técnicas da revolução digital, levantando indícios sobre os caminhos de experimentações que se pode percorrer, no trânsito entre linguagens. As formas expressivas da contemporaneidade no universo fílmico priorizam a multiplicidade em grande parte de sua produção.

“O mundo é visto e representado como uma trama de relações de uma complexidade inextricável, em que cada instante está marcado pela presença simultânea de elementos os mais heterogêneos e tudo isso ocorre num momento vertiginoso, que torna mutantes e escorregadios todos os eventos, todos os contextos, todas as operações”.<sup>2</sup>

Hoje as imagens passam por uma série de interferências e jogos de combinações, sejam de linguagens diferentes, mistura-se num audiovisual, imagens fotográficas, pictóricas, cinematográficas, videográficas, história em quadrinhos, aliadas ao uso de tipografias, textos, desenhos, enfim, todos esses elementos contribuem para tornar as imagens cada vez mais impuras, conceituais e por vezes, abstratas.

A tela no cinema tornou-se um espaço híbrido, evocando múltiplas imagens, textos, ruídos, tanto no eixo vertical, como no eixo horizontal. Todos esses elementos transitam, por vezes, simultaneamente, no espaço representacional. É o que Eisenstein denominava de “montagem polifônica”. Cabe ao Design uma desconstrução desses espaços através de uma leitura dos signos da percepção, entendidos também através do sensível, do sensorial e do sinestésico.

## NOTAS

<sup>1</sup>HUTCHEON, Linda. *Uma Teoria da Paródia*. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985. p. 81.

<sup>2</sup> MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas & Pós-cinemas*. Campinas, SP: Papyrus, 1997, 238.

# A IMPORTÂNCIA DA SINGULARIDADE DE UMA MARCA

**Gabriela Passos Alves dos Santos**

**Vanessa Tiemi Tsuji Doi**

**Prof. Ms. Nikolas Alexander Savio Chicrala (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

No desenvolvimento dessa pesquisa, partimos de uma problemática, que abrange a combinação da falta de ética, cópia da estética e a falta de originalidade de algumas empresas, em que utilizam-se de elementos parecidos de marcas líderes, em sua identidade visual, confundindo o consumidor desatento.

A pesquisa leva-nos a importantes reflexões, tendo como princípios demonstrar, que as marcas, no sentido mais atual, desempenham a função de identificar os produtos e assim, se diferenciar da concorrência, e o designer por meio de procedimentos éticos, exerce um importante papel nesse processo.

Através do profissional do design e do seu poder de criação, projeta-se a identidade visual, expressando a representatividade e o compromisso de uma empresa, por meio do significado que uma marca possa representar.

Considerando que a empresa deposita em sua marca, as suas principais características, para que essa possa refletir suas qualidades e que o futuro consumidor possa se identificar com essa imagem como seu referencial.

Nesse universo o designer gráfico exerce um papel fundamental, quando participa da elaboração da marca, depositando conhecimentos e experiências no seu desenvolvimento, preocupando-se, inclusive, com o seu registro e proteção, para que esta não sofra conseqüências quanto à apropriação e utilização do seu conceito e notoriedade no mercado.

Evidenciamos que, com a devida proteção legal das criações e do seu trabalho, e sua atuação dentro de uma postura profissional ética, o designer pode criar e desenvolver uma estética que favorecerá a criatividade como diferencial competitivo, contribuindo para o desenvolvimento cultural, industrial e econômico do país, colaborando para o crescimento e inovação, valorizando seu trabalho e sua profissão, bem como a projeção de marcas e das empresas no mercado, contribuindo e preservando a lealdade e o respeito devido para com os consumidores.

## **OBJETIVOS**

Esta pesquisa a partir do enfoque sobre a importância da marca, a valorização, o poder de sua originalidade, questões de autoria e apropriação, a ética como princípio, objetivou evidenciar a importância do Designer Gráfico nas etapas de desenvolvimento de um projeto de construção de uma marca, identificando os procedimentos éticos como diferenciais para o sucesso profissional, para as empresas e para com o devido respeito aos consumidores. Destina-se a analisar o poder da originalidade e da criatividade como potencial competitivo, estabelecendo a importância e o poder que uma marca possui, e o quanto ela pode nos influenciar no ato da compra.

## **METODOLOGIA**

A metodologia estabelecida consistiu em levantamentos teóricos, com base em referências Bibliográficas, como: livros, revistas especializadas, periódicos, monografias, publicações e Internet, bem como por meio de Pesquisa de Campo, entre outros.

Sendo que em cada etapa de desenvolvimento da pesquisa, foram sendo elaborados os respectivos relatórios.

## **CONCLUSÃO**

Esta pesquisa buscou evidenciar a singularidade de uma marca, através da análise do papel do Designer e da ética na sua formação.

Privamos pelos aspectos e procedimentos éticos como diferencial para o profissional do design, sendo possível apontar as soluções encontradas para conter a situação das consequências geradas com relação à reprodução e apropriação indevidas do conceito das marcas líderes, isto

para que as empresas e os consumidores não tenham seus direitos lesados e, também, servindo de referencial como estímulo ao processo criativo e conseqüentemente ao desenvolvimento econômico e social do país.

Esta pesquisa visa levar o conhecimento e conscientizar quanto à importância da ética para o sucesso profissional e empresarial, revelando que a apropriação dos conceitos de marcas líderes, põe em jogo o fruto do trabalho, a imagem das empresas e dos profissionais do design.

Tais abordagens devem ser uma constante, seja através do meio acadêmico, das entidades de classe, empresas, dos profissionais e pessoas envolvidas com o *branding*, aprofundando o debate e oferecendo alternativas que envolvam toda a sociedade num esforço conjunto, contribuindo para que a ética impere, e que a criatividade continue sendo o diferencial do desenvolvimento, conscientizando de que devem ser preservados e respeitados os direitos individuais e coletivos não só do mundo do Design, mas também de todos aqueles que podem ser prejudicados de alguma maneira.

# OS MEIOS ANALÓGICOS E DIGITAIS COMO MEDIADORES DA PERCEPÇÃO

**José Marcos Cavalcanti de Carvalho**  
**Prof. Dr. Carlos Tadeu Siepierski (orientador)**

## INTRODUÇÃO

As novas tecnologias de reprodução, principalmente as digitais, provocaram mais do que simples mudanças no modo como se organizam as informações. Elas alteraram de forma decisiva a maneira como percebemos e entendemos o mundo ao nosso redor.

Essas transformações possibilitaram ao homem contemporâneo transpor limites relacionados ao tempo e espaço nunca antes imaginados. Através das novas tecnologias de reprodução digitais que se articulam a partir de softwares, o homem pôde então vislumbrar novas possibilidades de interação entre as mais diferentes sociedades do globo. Pôde também estabelecer condições para uma profunda revolução tecnológica que produziu novas formas de comunicação e reprodução que intensificaram e aceleraram a troca de informações entre indivíduos e grupos sociais.

Essas novas formas de comunicação e reprodução, que promovem uma articulação mais dinâmica através dos processos digitais e são mediadas por ferramentas tais como o computador, possibilitam uma maior flexibilidade nas interações sociais. Esses processos permitem também uma virtualidade muito grande do conteúdo sógnico transcrito digitalmente, por possuir um grande potencial de atualização, ou seja, de sucessivos rearranjos das informações.

Uma das questões que se impõem, portanto, esta relacionada em como a sociedade assimila essas novas formas de percepção. Através dos meios tecnológicos digitais estamos cada vez mais nos familiarizando com a transcrição digital, que possibilita a mediação da informação pelo uso dos softwares. No entanto, será que temos clareza sobre o impacto dessas mudanças e vislumbramos o alcance dessas transformações?

## **OBJETIVOS**

Investigar como as novas tecnologias alteram as relações dos indivíduos na sociedade contemporânea, analisando as possibilidades das significações articuladas através das tecnologias digitais e atentando de forma especial para as suas conseqüências. Procuraremos também esclarecer certas terminologias, e discutir uma nova interpretação sobre os aspectos transformadores mediados por essas novas tecnologias, principalmente àquelas ligadas aos processos tecnológicos digitais.

Essa discussão está inserida na atual transformação dos referenciais e processos analógicos, motivada pela sua transcrição digital, que por ser mais rapidamente reproduzida e mais facilmente manipulada, cria novas maneiras de articulação das informações. A pesquisa aborda as novas formas de interação entre os indivíduos através dos meios tecnológicos digitais e as possibilidades de reorganização dos referenciais criados pela sociedade.

## **METODOLOGIA**

Para o enfrentamento das questões propostas selecionamos alguns autores que têm produzido uma reflexão aprofundada sobre esse tema. Um dos primeiros autores a discutir as questões da mudança de percepção advinda das reproduções técnicas foi Walter Benjamin, abordando a reprodução das obras artísticas e a perda do *“hic et nunc”*, ou seja, o valor de originalidade que a obra perde quando é reproduzida pelos meios de reprodução técnicos. Já Marshall McLuhan desenvolve seus argumentos em torno dos meios de comunicação como extensões do homem e a fascinação causada por essas extensões, discutindo sobre as conseqüências dessas novas maneiras de percepção do mundo contemporâneo.

Jean Baudrillard analisa como as novas tecnologias permitem a produção dos simulacros e das simulações que articulam uma reorganização da representação dos fatos através de um “médium” ou meio de comunicação de massa qualquer que possibilite a assimilação pela sociedade desses referenciais alterados/simulados como se fossem a própria realidade. Ruy Sardinha Lopes, por sua vez, trabalha as formas possíveis de reprodução por vias eletrônicas e suas implicações na sociedade em torno tanto das acelerações quanto da conseqüente desterritorialização do fluxo das informações. Pierre Lévy aborda essas questões discutindo o virtual, definindo-o e estabelecendo meios de compreensão sobre as maneiras como ele se articula, possibilitando a compreensão de algumas questões levantadas anteriormente sobre as novas maneiras de percepção da sociedade contemporânea, fundada basicamente na reprodução.

Finalmente, Arlindo Machado retoma as questões de outros autores citados e trabalha as questões advindas das novas tecnologias digitais e como os algoritmos possibilitam a simulação do real como forma de geração de referenciais palpáveis, tanto de modelos científicos como artísticos. E, por outro lado, Lúcia Santaella discute as questões sobre como o computador, máquina que era destinada apenas a fazer cálculos, conseguiu tornar-se um instrumento mediador de signos por excelência, capaz de inúmeras formas de articulação e re-articulação que possibilitam uma abordagem sempre virtual das informações armazenadas.

## **CONCLUSÕES**

As questões sobre a repercussão que os novos meios de reprodução promovem está ligada a uma reflexão que foi instigada pela bibliografia consultada, tentando compreender como a sociedade contemporânea se articula e promove a inter-relação dos indivíduos que a compõem através de seus referenciais difundidos pelos meios digitais. No entanto, os indivíduos já recorriam à estrutura do virtual como forma de encadeamento de idéias, sem a necessidade da mediação digital, pois se as informações são articuladas de forma a possibilitar o rearranjo e as suas atualizações decorrentes, então o pensamento já se articulava virtualmente antes das tecnologias digitais.

As informações transcritas digitalmente na verdade são simulações de referenciais mediados virtualmente, pois possibilitam reordenações quando necessário. Apontamos aqui um equívoco comum na definição do termo digital, que está relacionado a meios e processos por onde se articulam os algoritmos. Esses sim são relações digitais, que se articulam por intermédio do código binário que é a ínfima parte do meio digital. Mesmo com as novas organizações do código binário articuladas por um indivíduo qualquer através dos softwares, o código binário se mantém igual, zero e um, mudando apenas a configuração da ordem algorítmica. As informações mediadas algorítmicamente são sempre virtuais porque se inserem na possibilidade de atualização até o momento de sua efetiva atualização física.

Com a utilização indiscriminada do termo digital, todos os mecanismos que trabalham com dados algorítmicos passaram a ser equivocadamente designados como “digitais”. Entretanto, designamos como digital a informação que é atualizada a partir de dados algorítmicos, pois sua estrutura é transcrita binariamente, o que está relacionado à potencialidade do virtual.

Enquanto as atualizações físicas são de caráter quase sempre físico e por conseqüência nem sempre possível de reversão imediata ou completa, as atualizações algorítmicas são sempre

reversíveis, enquanto algorítmicas, e não perdem o seu caráter virtual até serem atualizadas fisicamente. Então a partir das novas tecnologias digitais os referenciais sógnicos têm um caráter de difusão muito amplo por estarem transcritos digitalmente, pois esses podem ser transmitidos de uma maneira rápida e eficiente por vias que não tem a barreira física para dificultar-lhes a difusão, pois o espaço-tempo se altera de forma significativa nessa relação.

Assim, a sociedade contemporânea passa por um processo de transformação muito grande a partir das novas tecnologias, que virtualizam as informações e contribuem para uma mudança significativa nas relações humanas por transcenderem os limites físicos outrora determinantes.

# A DIMENSÃO SIMBÓLICA NA FORMAÇÃO DO DESIGNER

**Kátia Yuka Hattori Nakamoto**

**Prof. Dr. Carlos Tadeu Siepierski (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

Na sociedade ocidental, vivemos um longo período mergulhado na Idade Média, em que as sociedades feudais eram auto-suficientes e buscavam, prioritariamente, sua subsistência. Essas sociedades, isoladas politicamente uma das outras, eram imersas num ambiente em que o poder religioso era muito presente. Os pólos de conhecimento da época se restringiam, basicamente, aos clérigos; entenda-se, não especificamente criadores de conhecimento, mas detentores dos exemplares que continham a produção dos pensadores clássicos. Foi fundamentada nesse conhecimento que a cristandade adotou, no século XIII, o pensamento aristotélico, que renega a imaginação simbólica. Disso resultou, segundo Gilbert Durand, um “iconoclasmo por defeito e desprezo generalizado da imagem”.

O simbolismo vai ser afetado mais intensamente com a corrente de pensamento advinda do cartesianismo. Descartes não refutou a noção de símbolo - o único símbolo é a consciência. Durand afirma que o “cartesianismo assegura o triunfo do ‘signo’ sobre o símbolo” acrescentando que, para os cartesianos, a imaginação é negada por ser a “mestra do erro”. Já no final do século XVIII, o “século das Luzes”, o pensamento racionalista tinha se afirmado definitivamente e, a partir do adensamento dessa concepção, Auguste Comte funda o positivismo no século XIX.

Esse movimento profundamente racionalista passa a ser questionado no início do século XX por alguns cientistas sociais que começam a verificar outras questões tais como o que seria o simbólico, o imaginário, a imaginação. Os resultados das investigações a respeito dessas questões começam, lentamente, a se difundir em praticamente todas as áreas do conhecimento e é nesse sentido que entre os designers industriais, depois de longo período buscando-se o aperfeiçoamento das formas funcionais e estéticas, que também surge a preocupação com o

aspecto simbólico do produto. E por essa questão - o aspecto simbólico do produto – ainda estar na ordem do dia, é que nos propomos a investigar como ela tem sido tratada na formação dos designers.

Esse estudo buscará entender, portanto, como essa questão é tratada nos cursos de design. Afinal, o que se aprende nos cursos de design sobre os aspectos simbólicos de um produto? Como isso é ensinado? Qual a sua abrangência? Quais as áreas do conhecimento envolvidas nesse assunto? De que maneira o estudo do aspecto simbólico ajuda aos profissionais de desenho industrial a produzir produtos que eficazmente estabeleçam uma relação entre produto e consumidor? Como se desenvolve a relação do produto com o imaginário e a percepção do consumidor? A partir disso, como pensar o individual e o coletivo na elaboração de um produto?

Estamos cientes que essas questões não são tratadas no âmbito de uma só disciplina e que, obviamente, existem várias áreas do conhecimento que abordam esses assuntos.

## **OBJETIVOS**

Precisar com maior clareza o significado da expressão “aspecto simbólico” de um produto e verificar como esse assunto é abordado nas grades curriculares dos cursos de desenho industrial. Acreditamos que o esclarecimento desses pontos seja relevante para a formação de designers conscientes da criação de produtos que se comuniquem eficazmente com o seu consumidor.

## **METODOLOGIA**

Após o levantamento histórico para entender em que momento o aspecto simbólico de um produto ganha relevância face aos aspectos estético e prático, verificamos qual o instrumental teórico mais apropriado para a abordagem do “aspecto simbólico” do produto. A partir das definições teóricas, analisamos a grade curricular de alguns cursos de desenho industrial para averiguar de que forma essa questão é tratada nesses cursos.

## **CONCLUSÕES**

Verificamos a existência de várias correntes de pensamento que estudam a dimensão simbólica. De uma forma geral, Laplantine classifica esses estudos em dois grandes grupos. Por um lado, o da metodologia estrutural, ou seja, da análise antropológica, psicanalítica ou semiótica (Peirce)

e, por outro lado, o da escola antropológica e filosófica substancialista, ou seja, do estudo das estruturas do inconsciente ou estruturas biopsíquicas ou sociais do ser humano (Bachelard, Durand).

Privilegiamos, na nossa pesquisa, a abordagem da dimensão simbólica a partir da percepção humana, ou seja, procuramos entender quais os mecanismos perceptivos e imaginários despertados na relação do homem com o seu ambiente.

Nesse contexto, Pierre Francastel oferece-nos um instrumental para fazer a análise a partir da estrutura. Pensando na obra de arte, diz ele que a partir dos elementos que compõem o todo e a relação que estes estabelecem uns com os outros, inicia-se a comunicação das experiências do artista e do expectador. A obra artística localiza-se num espaço e tempo e a compreensão da obra depende da vivência e do conhecimento do expectador. Já Gaston Bachelard investiga as imagens poéticas através da fenomenologia. Busca o simbolismo despertado no indivíduo a partir de imagens, normalmente acompanhadas de ligações afetivas e sentimentais.

Tendo como ponto de partida essas abordagens, entendemos que algumas perguntas poderão ser feitas pelo designer no desenvolvimento do aspecto simbólico do produto. O que quero comunicar? Que imaginação simbólica quero despertar? Dentro do público a que é destinado o produto, quais sensações afetivas e sentimentais posso (ou quero) despertar, considerando sua experiência e vivência?

Em se tratando da dimensão simbólica na formação do designer, pensamos que ao estudo da semiologia, deva ser importante acrescentar a compreensão dos aspectos teóricos acima mencionados. A valorização da dimensão simbólica do produto nos dias de hoje faz com que a cadeira de Metodologia de Projetos seja um espaço ideal para a aplicação prática dessa teoria partindo-se, por exemplo, das perguntas acima formuladas. A preocupação é conferir unidade ao tratamento da dimensão simbólica tendo em vista seu aspecto ontológico, considerando sempre o indivíduo e suas paixões.

# **IMAGENS GRÁFICAS NA INDÚSTRIA JOALHEIRA: A IMAGEM ENQUANTO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DO IMAGINÁRIO**

**Liliana Maria Parreira Guerreiro**

**Prof. Dr. Carlos Tadeu Siepierski (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

Em maior concentração nas cidades, mas presentes também em centros de menor densidade populacional, elas estão por toda a parte. Acompanham-nos, perseguem-nos, induzem o nosso comportamento. Moldam a nossa forma de pensar e de perceber o mundo. As imagens publicitárias: um sistema, uma linguagem.

Compreender os códigos pelos quais esta linguagem se rege, como evolui, como se reinventa, como se atualiza, e qual o papel do designer neste processo, são os objetivos a que este trabalho se propõe. Mais precisamente, estudar a forma como este processo decorre num âmbito mais restrito e, portanto, passível de ser mais aprofundado: o universo da indústria da joalheria. Universo este onde a consciência da importância do papel do designer está cada vez mais notória. Assim como a utilização de ferramentas de Marketing e de comunicação. Ambas essenciais para a sobrevivência das organizações empresariais no contexto atual, e ambas com funções sociais relevantes na nossa sociedade.

Assim, após uma incursão pelas abordagens teóricas já realizadas sobre este assunto, pretende-se, com base num caso concreto, averiguar a existência de padrões de imagens gráficas utilizadas na indústria da joalheria, e, em caso afirmativo, definir e caracterizar esses padrões e analisar os seus significados e evolução ao longo de seis décadas, com maior ênfase da década de 90 até ao período atual. O período referido permite, assim, o acompanhamento da vida de uma das entidades empresariais de maior referência no setor da indústria joalheira nacional, a H. Stern, cuja atividade e notoriedade vão além das fronteiras nacionais.

## **OBJETIVOS**

Este trabalho propõe-se a analisar o papel do designer enquanto instrumento de atualização do imaginário, e a forma como este é atualizado na imagem, ou seja o papel da imagem enquanto modalidade de manipulação e atualização do imaginário individual e coletivo, reportando ao universo da indústria joalheira.

Mas como é feita a ponte entre o que é projetado pelo designer de jóias e fabricado pela indústria, e o consumidor final? Como são transmitidos ao consumidor os valores formais, estéticos e simbólicos subjacentes a determinado projeto de jóia? Que meios e que linguagem são utilizados para que a esfera da produção se articule com a esfera do consumo?

É inegável a importância da mídia e da publicidade como entidades articuladoras destas duas esferas, o que torna também inegável a importância da análise da contribuição do designer, enquanto agente interpretador de informações e produtor de produtos e imagens.

## **METODOLOGIA**

Esta pesquisa será constituída por duas partes: uma primeira parte em que se fará uma abordagem aos fundamentos teóricos da retórica da imagem, analisando a configuração dos seus discursos verbais e imagéticos, e respectiva influência no imaginário individual e coletivo, e uma segunda parte em que será analisado um caso real de uma entidade empresarial.

A H. Stern, líder no mercado da indústria de joalheria, foi escolhida para servir de base à pesquisa empírica. Pretende-se proceder à recolha de toda a publicidade feita pela empresa, na imprensa escrita, desde a sua fundação até a atualidade, procedendo-se posteriormente à análise das imagens utilizadas com base no instrumental teórico de análise de imagens fornecido pelos diversos autores consultados.

Relativamente ao período escolhido para análise, considera-se que seis décadas constituem um horizonte temporal adequado, já que abarca o surgimento e desenvolvimento das atualmente mais representativas empresas do setor, não excedendo, no entanto, o limite do razoável no que respeita à capacidade de análise dos dados disponíveis.

## CONCLUSÕES

Mary Douglas e Robert Isherwood, no livro “O Mundo dos Bens”, afirmam que os bens são investidos de valores socialmente utilizados para expressar categorias e princípios, cultivar ideais, fixar e sustentar estilos de vida, enfrentar mudanças e criar permanências. São necessários, antes e acima de tudo, para evidenciar e estabilizar categorias culturais. A função essencial do consumo usa os bens para tornar firme e visível um conjunto particular de julgamentos nos processos fluidos de classificar pessoas e eventos.

Entender os mecanismos que regem a cultura do consumo, principal característica da nossa sociedade, é a base de que temos que partir para identificar, compreender e explorar o papel do design e do designer na sociedade atual em geral, e na indústria da joalheria, no caso concreto da nossa pesquisa.

Mas, de acordo com Gisela Taschner, no artigo “Raízes da Cultura de Consumo”, só é possível falar realmente da emergência de uma cultura de consumo a partir do momento em que a imagem dos bens, e não os próprios bens, se torna acessível a todos na sociedade. Trata-se, portanto, citando uma vez mais Mary Douglas e Robert Isherwood, no anteriormente referido “Mundo dos Bens”, de todo um conjunto de imagens e símbolos que vão sendo criados e recriados, consubstanciados no sistema publicitário, associados a esses bens, e que originam novas formas de comportamento efetivo e modos de pensar e sentir dos diversos segmentos da sociedade.

Everardo Rocha, em “Magia e Capitalismo” acrescenta que o sistema publicitário funciona assim, transmitindo a informação básica que sustenta um conhecimento sobre um produto, constituindo-se dessa forma como instrumento seletor e categorizador do mundo.

O designer tem um papel essencial neste ciclo infinito de representações sociais: ele tem o papel de materializar o imaginário de um determinado grupo social, imaginário esse que, após materializado, retorna ao designer, como fonte de informação para a renovação e atualização desse mesmo imaginário.

Tal aplica-se tanto às funções desempenhadas pelo designer gráfico, na produção de imagens, quanto no caso concreto do desenvolvimento do projeto de uma jóia, em que o designer de produto assume também um papel fundamental, já que é ele quem agrega valor simbólico e estético à jóia, deixando esta de ser apenas um objeto valioso, para se constituir em um objeto de valor cultural intrínseco, com uma conseqüente relação e diálogo com a sociedade.

# OS PARADIGMAS DA PRODUÇÃO VISUAL INDIVIDUAL

**Marilia Dantas Ota**

**Prof. Ms. Vagner de Oliveira Muniz (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

O trabalho visa analisar a nova fase da programação visual com um conceito voltado para o individual. O designer vem alternando sua forma de projetar seus trabalhos a fim de obter resultados satisfatórios para seus clientes, que têm uma expectativa de um produto feito especificamente para ele, tudo isto com base em pesquisa sobre comportamentos e política humana.

Para tanto, pesquisam-se as mudanças que vêm ocorrendo ao longo dos séculos, utilizando-se de dados históricos, palavras consideradas chave, a teoria da complexidade e análise de exemplos diários.

## **OBJETIVOS**

Analisar os significados desse comportamento individual no âmbito visual da produção e abrir novos questionamentos, induzindo para reflexões diante de fatos do nosso cotidiano em constante mudança.

## **METODOLOGIA**

Primeiramente discutiu-se sobre o assunto a ser analisado para que houvesse a devida homogeneização de conceitos mínimos, como o desenvolvimento do design ao longo dos tempos, seus principais expoentes e o significado de suas obras, procurando-se a seguir materiais para a devida leitura e reflexão.

A estruturação do relatório foi obtida através de experiências com o cotidiano do desenvolvimento das idéias, não tendo sido adotada forma preconcebida anteriormente. As necessidades de composição do texto ditou a forma como o mesmo foi construído.

Discussões com outros professores agregaram maior conhecimento para a pesquisa de mais material, sendo pesquisados filmes, livros, revistas, jornais, Internet e pesquisas em órgãos de comunicação complementados por observações de campo.

O relatório começou a ser elaborado em primeiro plano com todas as idéias colocadas sem a preocupação com sua ordenação ou estética, e posteriormente processou-se a lapidação das informações até então obtidas.

Pesquisas estão sendo realizadas para exemplificar, com produtos e imagens atuais, os processos de individualidade/identidade, não-permanência e interatividade/limite, que são as palavras consideradas relevantes para o estudo.

Intensas discussões estão sendo então levadas a efeito, pois o tema proposto se desenvolve a partir de raciocínios complexos, que necessitam de um desenvolvimento com base em questionamentos mútuos.

Estabeleceu-se então a dissecação dos materiais coletados e revisados, tendo como ordem de escolha a referência a elementos da produção visual vinculados a ocorrências históricas, às palavras chave e à análise de imagens.

Na verdade, determinados elementos metodológicos de discussão foram propositalmente ignorados, de maneira a propiciar um ambiente de estabelecimento de contraditórios, para que toda a formulação de idéias pudesse ser elaborada sem conceitos preestabelecidos, a menos daqueles historicamente colocados e aceitos como universais dentro do design.

## **CONCLUSÃO**

O objetivo, como explicitado acima, não consiste em alcançar um entendimento exato, ou desvendar todos os comportamentos na leitura e interpretação, mas sim instigar as pessoas a pensar nesta mudança, não recente, mas que ganha força ainda nos dias de hoje.

A questão da individualidade vem ocorrendo diante de uma necessidade da população em se sentir novamente especial, identificada pelas suas necessidades individuais, não apenas como um coletivo a ser conquistado ou atingido. Segmentos ou parcelas da sociedade são hoje observadas não raramente de maneira individualizada, através de seus anseios individuais e únicos, mesmo compondo universos fragmentados e catalisados por determinadas visões comuns de seus mundos.

No Pré-modernismo as obras eram elaboradas para cada indivíduo, passando após a Revolução Industrial pelo Modernismo, de desenvolvimento tecnológico que gerou uma produção em massa e em série, coletiva, evidenciando-se as preocupações com a estética.

Hoje, no Pós-modernismo, percebe-se um retorno ao processo individual, porém, em novas dimensões, profundamente afetadas pela tecnologia da comunicação, que dá amplitude ao processo de veiculação rápida das informações. São utilizadas alta tecnologia e industrialização altamente mecanizada para se produzir objetos e serviços especializados e direcionados.

O que questionamos é como a imagem agora passa a ser interpretada e utilizada, e qual será o papel destinado às palavras, que ainda hoje detêm uma enorme e não desprezível força comunicativa, apesar de muitos advogarem situação contrária.



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**DESIGN DE  
INTERIORES**



# **AS TRANSFORMAÇÕES SÓCIO-CULTURAIS INSCRITAS NA ORGANIZAÇÃO ESPACIAL DO AMBIENTE DOMÉSTICO CONTEMPORÂNEO**

**Nina Ferrari Trindade**

**Prof. Dr. Carlos Tadeu Siepierski (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

O espaço doméstico reflete os nossos valores, nossa cultura, nossos gostos e toda a bagagem de conhecimento e aprendizado que carregamos desde muito cedo. Ele consegue objetivar aquilo que está subjetivo dentro de nós, ou seja, conseguimos mostrar o que somos através da decoração, assim como da roupa que vestimos, da comida que comemos, dos filmes que assistimos, etc. Com todas as transformações culturais, sociais, econômicas e tecnológicas, o ambiente doméstico mudou muito em relação a séculos atrás. Como conseqüências dessas transformações, esse ambiente já se encontra configurado de outra maneira. Juntamente com isso, nossa cultura e os nossos valores de hoje fizeram do espaço doméstico contemporâneo um espaço que atende nossas necessidades apenas parcialmente. O hábitat doméstico contemporâneo consegue apenas suprir as nossas necessidades diárias e mais rotineiras. Por isso ele está configurado para ser prático, onde tudo deve funcionar perfeitamente, onde não se gasta muito tempo com limpeza, com arrumação, tudo se molda, tudo é facilmente descartável e acaba se tornando, portanto, “um lugar” extremamente impessoal. Esse espaço que antes era considerado “lar”, hoje é considerado uma “máquina de morar”.

## **OBJETIVOS**

Já que o espaço reflete nossos valores, nosso objetivo é mostrar através dessa pesquisa a trajetória que o ambiente doméstico percorreu até chegar na sua configuração atual, ou seja, na decoração contemporânea. Através da pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo, pretendemos analisar as transformações ocorridas nesse espaço e avaliar as implicações da nova configuração espacial doméstica contemporânea.

## **METODOLOGIA**

Em primeiro lugar, fizemos uma pesquisa bibliográfica verificando as transformações que ocorreram e que influenciaram na mudança da decoração do ambiente doméstico. As transformações foram desde culturais, ideológicas até as tecnológicas. Esse conjunto de transformações serviu de base para o estudo dessa decoração atual. Depois, elaboramos um roteiro que foi utilizado para entrevistar um grupo de pessoas que estavam em processo de mudança de suas antigas para novas residências. Com essas entrevistas, recolhemos dados que revelam o gosto atual dos entrevistados, suas preferências e valores. A análise dessas respostas sobre o gosto decorativo e preferências sobre os espaços revelou muitos aspectos relativos à decoração contemporânea.

## **CONCLUSÕES**

Se pensarmos que o nosso ambiente doméstico reflete nossos valores, realmente nossa decoração está de acordo com o mundo atual. Móveis de fácil movimentação na casa, materiais como acrílico e plástico que são de certa forma descartáveis, móveis retos e compactos para caberem nos pequenos apartamentos, espaços pequenos e compactos e o não-vínculo das pessoas com seus ambientes domésticos. Isso faz parte de uma série de características de um mundo onde as pessoas são muito ocupadas, não têm mais tempo pra nada, trabalham muito e consomem mais ainda.

As pessoas querem cada vez mais espaços que suprem apenas as necessidades diárias, sem pensar nos momentos de lazer. Preferem espaços pequenos aos grandes. Não pensam em receber pessoas, em ter relações pessoais dentro de suas casas, relações seja de amizade ou qualquer outra. Preferem espaços pequenos apenas porque dão menos trabalho. Elas estão cada vez mais individualistas, parecem querer se isolar dentro de seus micros ambientes, pois assim não terão trabalho de arrumar nada, já que dentro desses espaços também não se tem nada a não ser móveis super compactos que servem para guardar só o necessário.

O espaço doméstico, o lugar da intimidade, está perdendo seu valor. O lar aconchegante, confortável e acolhedor, virou um lar que se movimenta sozinho, desempenha suas funções sozinho, não interage com seu dono e acaba se tornando dono de si mesmo. O conceito de um lar onde possamos receber pessoas, onde seja nosso canto, tenha nossas lembranças e recordações, está deixando de existir.

# O DESIGN DE INTERIORES E A SUA PROFISSIONALIZAÇÃO NO BRASIL

Elisangela Gil Lopes Pinto

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Carla Reis Longhi (orientadora)

## INTRODUÇÃO

A área de Design de Interiores apresenta-se hoje como uma nova área do conhecimento, e isto aconteceu, principalmente, a partir do momento que se consolidou como curso superior nas instituições de ensino. Estas estavam preocupadas em oficializar esse conhecimento formalizando um conteúdo teórico e prático sobre sua área de atuação.

Durante muitas décadas a atividade de design de interiores foi considerada uma profissão informal, como não havia uma definição profissional, pessoas de outras áreas acabavam abarcando esse mercado existente, como arquitetos, estofadores, tapeceiros e as mulheres que não tinham uma profissão definida, mas que gostavam de lidar com a questão de organizarem ambientes, acabavam assumindo assim as funções que futuramente seria do design de interiores e justamente pelo crescimento deste mercado, buscou-se uma profissionalização, uma delimitação mais clara. Dessa forma, essa delimitação atribuiu à área de Design de Interiores, questões vinculadas a várias outras condicionantes.

Hoje, os profissionais da área concordam que o design de interiores tem como função viabilizar a existência humana de forma plena, saudável e feliz. Elaborar espaços, criar objetos, utilizar sua experiência para realizar projetos de interiores adequados às necessidades do usuário e que resolvam criativamente os problemas de seu habitar, proporcionando melhoria na qualidade de vida. Conceber o projeto através de desenhos técnicos, perspectivas, fotografia e apresentar o estudo ao cliente, orçar o projeto, elaborar um cronograma da obra, selecionar os fornecedores, contratar mão-de-obra especializada, supervisionar toda a execução do projeto, e avaliar o resultado do projeto junto ao cliente.

Além disso, o Designer de Interiores deve estar apto a testar e desenvolver novos produtos e materiais, criar ambientes temáticos e ambientes favoráveis ao consumo, participar de exposições e mostras, ser capaz de transmitir informações culturais ao cliente e demonstrar ética profissional. “Criar o diferencial, pois o belo é bom para quem o faz e quem dele usufrui”.

A arte da ambientação sempre existiu, talvez de uma forma inconsciente as pessoas já organizavam seus espaços e à medida em que a sociedade se modificava esses espaços se modificavam também.

Com isso, estabeleci como problemática deste trabalho o entendimento da relação entre as mudanças ocorridas na sociedade, a profissionalização e o crescente mercado de atuação dos profissionais de Design de Interiores. Dessa forma, procuramos compreender as mudanças pelas quais a sociedade passou e sua relação com a necessidade de um profissional que lidasse especificamente com interiores, definindo, concomitantemente, a análise da contínua profissionalização da área.

## **JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS**

A escolha dessa temática para este trabalho ocorreu em função da percepção da dificuldade de se encontrar bibliografia específica sobre esse tema. Notamos que, para realizarmos pesquisas nessa área precisávamos, constantemente, utilizar bibliografias referentes a outras áreas do conhecimento, entre elas, as bibliografias das áreas de Ciências Sociais. Ainda assim, dificilmente encontrávamos textos referentes ao cotidiano contemporâneo do Brasil precisando, então, recorrer a textos com eixos temporais e espaciais distintos do nosso.

Considerando que Design de Interiores faz parte de uma nova área e uma nova profissão, tenho com este texto o objetivo de contribuir para apresentar o percurso da evolução da profissão do Design de Interiores no Brasil (1960 a 2000). Este olhar, como já foi dito, pretende mostrar as mudanças sociais e como isso afetou a formação desse novo profissional, bem como sua profissionalização.

## **METODOLOGIA**

Realizamos pesquisas em bibliotecas locais, mapeando a bibliografia existente e analisando os ícones publicados na mídia, em geral, pela Internet.

Realizamos entrevistas com profissionais da área no Estado de São Paulo e entrevistas com profissionais da área de outros estados através do telefone.

Realizamos leitura e análise de documentos fornecidos pela ABD, ligados à área de interiores.

## **CONCLUSÃO**

Pensar na evolução do design de interiores a partir do momento de sua profissionalização é, portanto, pensar num processo contínuo de transformação da sociedade em que ele se inscreve. É pensar que desde o começo do século já existiam pessoas preocupadas com elaboração dos interiores, e à medida que a sociedade mudou, as funções dessas pessoas também mudaram, ocorrendo assim a profissionalização.

A profissão Design de Interiores passou por uma evolução surpreendente. Hoje o brasileiro está descobrindo o prazer de investir no seu bem-estar, e o Design de Interiores ajuda a realização de um desejo e cria um estilo de vida, uma nova concepção, para elaboração dos espaços mais voltados para a harmonia entre o homem e o meio ambiente.

O Design de Interiores passa a ser compreendido de uma maneira mais global e já não está mais focado no segmento residencial; todas essas mudanças foram gerando no ser humano uma nova concepção, e a sua necessidade de bem-estar se estende a outros estabelecimentos, como os centros estéticos, as academias, os hospitais, que buscam uma nova organização dos ambientes internos para que gerem uma sensação de privacidade. Ampliando assim o campo de trabalho para o design de interiores.

Embora ainda em fase de consolidação em termos de regulamentação, que tramita no senado desde 2001, a profissão vem conquistando um maior espaço no mercado, traçando assim o caminho para a maturidade do setor e construindo a história do Design de Interiores.

## **NOTA**

<sup>1</sup> Frase proferida pelo professor Jéthero durante aula do curso de Graduação em Design de Interiores à turma de 2005.



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**DESIGN DE  
MODA**



# A INDUMENTÁRIA RELIGIOSA E SUA SIMBOLOGIA

**Valdete Pinto de Oliveira**

**Profª. Drª. Ylara Hellmeister Pedrosa (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

A premissa básica desta pesquisa tem como fundamento a análise da permanência do traje religioso no Cristianismo através dos séculos.

As várias ordens religiosas encontraram no uniforme monástico uma preciosa ajuda como elemento de identidade grupal, desenhando ao longo dos anos uma rigorosa e poderosa doutrina que anulava o poder individual, para torná-lo "individual controlado". Por outro lado, à medida que o mundo secular sofria alterações políticas, econômicas e sociais, os trajes religiosos se modificavam também. No entanto eram variações fixadas pela tradição, ou seja, as modificações eram estabelecidas pela Igreja e não pelo indivíduo.

Dentro do sistema da moda, a indumentária religiosa se relaciona através do luxo ostentatório que demarca a honorabilidade social daquele que pode mantê-lo.

Este enfoque deve receber uma análise mais apurada, pois poderíamos extrair deste uma característica de moda até então obscurecida.

O presente estudo pretende responder questionamentos relacionados à formação das ordens religiosas e sua austeridade como um todo, criando um fator preponderante que expunha antagonismos claros dentro do Cristianismo.

A análise da simbologia iconográfica merece uma investigação minuciosa visto a sua importância nesta pesquisa.

## **OBJETIVOS**

O objetivo desta pesquisa será de investigação da indumentária religiosa em todas as áreas pertinentes a ela e sua relação com o mundo secular, bem como a permanência desses trajes imantados a uma tradição que perde a influência nos tempos atuais.

A pesquisa deverá criar um calendário ilustrativo sobre a evolução dos trajes religiosos para mostrar a sua riqueza iconográfica e sua imobilidade dentro dos aspectos da moda, que pelo valor atribuído à permanência, impede a formação do gosto pela mudança, do prestígio do tempo presente e da legitimidade da ação humana sobre o mundo.

## **METODOLOGIA**

- Pesquisa bibliográfica e iconográfica;
- Pesquisa de campo;
- Revistas;
- Entrevistas;
- Levantamento fotográfico;
- Internet;
- Entrevistas.

## **CONCLUSÃO**

No atual estágio da pesquisa pode-se averiguar o apelo ostentatório do luxo que delinea o poder da Igreja, que ainda hoje impressiona pelo seu caráter imutável.

A influência da Igreja como preservadora da moralidade, estabelecendo regras e punindo a desobediência à sua doutrina imperial.

A rica iconografia, fascinante pela arte que a compõe e pela tradução não verbal de seus desenhos bordados a ouro e fé, é de importância crucial para o desenvolvimento deste trabalho, que enfoca o sistema da moda e sua relação com os meios que a atestam.

# OS TÊXTEIS ARTESANAIS E A MODA BRASILEIRA

**Mayra Collino Rodrigues dos Santos**

**Profª. Drª. Ylara Hellmeister Pedrosa (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

O Brasil possui um rico artesanato com origem nos diversos elementos que formaram o povo brasileiro e tais artesanatos caracterizam sua própria identidade. A formação cultural do Brasil pode ser bem representada pelo seu artesanato tão diversificado e espalhado pelas regiões do país. Há vários tipos de artesanatos, mas, para especificamente relacionar a inclusão do artesanato na moda, a pesquisa consiste em estudar a influência do artesanato têxtil na moda brasileira.

Em face de o Brasil ter se formado a partir da miscigenação entre a população nativa, os colonizadores, os invasores e os imigrantes, seu artesanato também sofreu tais influências, originando um artesanato têxtil único. Para conhecer a formação desse artesanato têxtil tornou-se necessário pesquisar também cada elemento de formação da população brasileira.

Através de pesquisas em livros sobre artesanatos, têxtil e sobre a cultura dos colonizadores, dos invasores, escravos e imigrantes que vieram para o Brasil, o estudo foi se desenvolvendo e caminhando para a formação do artesanato brasileiro. O trabalho tem como finalidade discutir a identidade brasileira na moda e descobrir tal característica em seu artesanato têxtil.

## OBJETIVOS

O objetivo principal desta pesquisa é discutir o artesanato têxtil e sua inclusão e formação da identidade da moda brasileira hoje. Descobrir sua formação, sua origem e influências sofridas através dos tempos, e como esse artesanato vem sendo utilizado na moda. Estudar a origem de cada tecido, tinta ou técnica usada no Brasil trazidos de tantos e diferentes lugares ao longo da formação do Brasil. Analisar a contribuição dos artesanatos para a identidade nacional e a moda hoje do Brasil. Este trabalho vem para facilitar a compreensão da formação do artesanato brasileiro

e sua relação com a moda.

## **METODOLOGIA**

A metodologia adotada será histórica, realizada através de uma pesquisa bibliográfica sobre a formação da identidade brasileira através de textos que investigam a história do Brasil.

Será qualitativa onde os dados serão avaliados não numericamente, preservando os aspectos sociais e humanos que serão coletados através de estudos de campo, adotando-se para tanto instrumentos investigativos tais como entrevistas, visitas, questionários informativos e outros que se tornarem necessários no decorrer do estudo.

## **CONCLUSÕES**

A pesquisa tem sido muito trabalhosa pois trata-se de um assunto inédito e portanto não estudado nos cursos de moda ou por profissionais da área. Não se tem notícia de nenhuma publicação específica sobre o assunto, há poucos livros sobre o artesanato têxtil brasileiro encontrando-se apenas pequenas citações nos textos de moda e outras áreas. Contudo, conseguimos obter um resultado positivo. Começamos estudando o artesanato têxtil indígena, passando pelos africanos e portugueses. Buscamos conhecer não apenas seus materiais, mas também sua produção têxtil e como ela se modificou através dos tempos. Fizemos uma listagem dos materiais têxteis existentes no Brasil e analisamos sua origem, como e por quem chegou até aqui e principalmente como vem sendo incluso na moda brasileira.

Fomos unindo dados de diversos livros, documentários, pesquisa de campo e entrevistas para descobrir a origem do artesanato têxtil brasileiro e principalmente para analisar sua importância na moda brasileira de hoje, uma identidade nacional.

# O ESCAPISMO DA DÉCADA DE VINTE

**Chrissie Barban**

**Maria Clara Barros**

**Profª. Drª. Agda Regina de Carvalho (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

A década de vinte sucedeu o término da Primeira Guerra Mundial. A batalha mudou a sociedade política e econômica em um contexto mundial, pois a Europa que serviu de cenário para a guerra, estava arrasada; esta situação foi um dos fatos que levaram os Estados Unidos da América a grande potência mundial.

Com as inovações tecnológicas, o início do cinema falado, do rádio, de novas manifestações artísticas, como o jazz, as melindrosas, o teatro, o cinema Hollywoodiano, surge um ambiente que dá início aos chamados “felizes anos loucos” impregnado de muita liberdade e prosperidade.

Esta pesquisa aborda o contexto da década de vinte, enfocando o ambiente americano, para elaborar uma leitura das transformações do vestuário feminino do período e evidenciar, com a reflexão, o comportamento da mulher, que surge em consequência do contexto desencadeado pelo pós-guerra.

Com a guerra as mulheres quebraram suas rotinas, saindo de suas casas, para trabalharem nos lugares de seus maridos. Com o término da guerra, muitas mulheres encontraram dificuldades para retornar ao cotidiano doméstico.

Dessa maneira essas mulheres começaram a conquistar seus lugares na sociedade e foram se conscientizando que as saias amplas, os cintos e os desconfortáveis espartilhos, usados até então, não serviam mais para este novo tipo de mulher, que precisavam de: praticidade, conforto, liberdade e igualdade. “Um novo tipo de mulher passara a existir. O novo ideal erótico era andrógino: as moças procuravam ter aparências de rapazes tanto quanto possível. Todas as curvas, atributo feminino admirado por tanto tempo, foram completamente abandonadas”.

O corpo começava a se mostrar: pernas, braços e colo. A ousadia também se via nas maquiagens, como a boca pintada em forma de coração e o chapéu cloche.

Esse desejo exagerado e eufórico dos felizes anos loucos foi envolvido pelo estilo Art-deco, referents a um estilo decorativo que se aplica nas artes plásticas, artes aplicadas, arquitetura e na moda. O Art-deco apresenta-se como um estilo luxuoso, destinado à burguesia enriquecida do pós-guerra. Naturalmente esse estilo ficou muito bem representado em Hollywood.

Coco Chanel foi uma das grandes estilistas desse período, com seus vestidos pretos, com colares compridos de pérolas falsas, blazers, cardigãs e cabelos curtos. Durante toda a década Chanel não fez apenas moda, ela criou um estilo. Órfã, teve seus ateliês montados por amigos, onde fazia roupas para uso próprio, sendo assim a própria modelo de suas criações. Chanel ficou bastante conhecida também pelos seus perfumes “O que estava em jogo numa partida de pôquer: os perfumes Chanel”.

Chanel apesar de ter uma grande atuação em Paris, teve um papel importante em Hollywood, como figurinista de diversos filmes da década de 20.

A proposta aborda a produção da estilista Coco Chanel, pois ela teve um papel importante na moda da década de vinte e também uma presença marcante no cinema Hollywoodiano, e suas realizações continuam influenciando a moda atual, como a coleção do estilista John Galliano em 1997.

Toda a euforia dos *felizes anos loucos* acabou-se no dia 29 de outubro de 1929, quando a bolsa de valores de Nova York registrou a maior baixa de sua história, de um dia para o outro, os investidores perderam tudo, afetando a economia dos EUA e conseqüentemente do resto do mundo.

## **OBJETIVOS**

Refletir sobre a emancipação feminina, evidenciando a moda dos anos 20.

Destacar a postura da sociedade e as conseqüências após a I Guerra Mundial nos Estados Unidos, discutir a mudança da indumentária, baseada na conquista da liberdade alcançada devido a diversos acontecimentos como os avanços dos eletrodomésticos, as mulheres

trabalhando, a acumulação de capital, entre outros.

Chamar a atenção do leitor para o fato de que cada vez que a mulher vive numa sociedade menos patriarcal, inconscientemente ela procura ter a aparência mais masculinizada.

Apresentar um processo de criação de um vestuário baseado na década estudada de acordo com a visão dos autores.

## **METODOLOGIA**

Levantamento bibliográfico no Unicentro Belas Artes, PUC, SENAC, editorial da revista Vogue.

Pesquisa iconográfica em brechós.

Visita a exposições e análise de filmes do período estudado.

O reconhecimento do período foi trabalhado por, entre outros autores, Elisabeth Wilson e James Laver.

O processo de criação baseou-se na discussão de Fayga Ostrower. O gesto Inacabado. Autora de *O corpo da moda e a moda do corpo*.

## **CONCLUSÕES**

A primeira guerra mundial modificou a postura da mulher na sociedade da década de vinte; permitiu-lhe alcançar emancipação, libertou-a de conceitos morais que refletiram na moda.

Destacando a estilista Coco Chanel que iniciou sua carreira de sucesso justamente nessa década por ser o ideal de mulher, que era a mistura da postura masculina e infantil.

A pesquisa desenvolveu, além de uma interpretação formal da década estudada, o processo de criação e construção de um vestuário feminino, onde ocorre a discussão da relação da mulher na atualidade, as conquistas e a postura que a roupa solicita para ocupar um determinado tempo e espaço.

# A ROUPA LÚDICA

**Stephanie Marie Eli**

**Profª. Ms. Sueli Garcia (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

Há várias pesquisas tentando traçar paralelos entre arte e loucura na produção da roupa lúdica. Uma busca nada simples, além de toda a complexidade que envolve ambos os segmentos. Alguns acreditam que o que diferencia a loucura pura e simples do surto criativo é que, no primeiro caso, o indivíduo nada ou pouco produz em sua queda ao obscurantismo da insanidade e por lá permanece. Já no segundo caso, o artista se aprofunda nesse mundo desconhecido e consegue voltar de lá, emergindo com uma obra capaz de abalar os cânones estabelecidos da sociedade.

A roupa lúdica é traçada entre os dois mundos, o da mente sana e o da insana, que no primeiro momento a análise é sobre a obra de Artur Bispo do Rosário e no segundo na obra de Jun Nakao.

O trabalho de Artur Bispo do Rosário desponta como referência para Moda, principalmente pela riqueza estética de sua *assemblage* de objetos e armarinhos que compõem suas superfícies de indumentárias de forma própria. A análise sobre seu trabalho segue pelos caminhos da psiquiatria, inicialmente na tentativa de entender o processo criativo deste artista, considerado aqui nesta pesquisa como mente insana, a mente que constrói, que concretiza. O estilista Jun Nakao segue por um processo de construção da indumentária com estrutura em papel rendilhado, criando a roupa do desejo, para destruí-la em seguida do desfile, desmantelando todo o desejo da platéia.

## **OBJETIVOS**

O objetivo da pesquisa é analisar o efeito e as referências sobre a criação de indumentárias no caso da análise de “Mente alterada constrói” em contraste com “Mente sana destrói”, e por fim o

ritual que envolve a construção da roupa lúdica do Bispo do Rosário e a roupa lúdica de Jum Nakao.

Assim como Bispo prezava o belo, concretizando e construindo suas roupas a partir de um ritual sacralizado, na produção de objetos belos que seriam apresentados no Juízo Final. Do outro lado o estilista Jum Nakao percebeu o ritual da construção da indumentária ideal e quebrou a cadeia em seu desfile/performance no São Paulo Fashion Week com vestidos em papel rendado que ao final do desfile foram rasgados pelas modelos, iniciando um ritual de destruição do desejo.

## **METODOLOGIA**

Trabalho de planejamento:

- Pesquisa e análise bibliográfica;
  
- Pesquisa e análise em periódicos na busca de material e crítica da apresentação dos trabalhos de Bispo do Rosário produzindo indumentária e refletindo seu estado psíquico e a apresentação do desfile de moda de Jun Nakao na produção do desfile, finalizando na performance da destruição da mesma, na seqüência.

## **CONCLUSÕES**

A pesquisa até então nos revela a vasta fronteira de discussão sobre as referências de produção da moda. A tentativa é comparar a produção de uma mente alterada e de uma mente sã, ambas extremamente criativas e representativas de um contexto cultural brasileiro de repercussão mundial. A moda possui uma epiderme sensível que a tudo permite experimentar e vislumbrar novas possibilidades, inclusive a fronteira das artes e expressões, trazendo novos significados para a roupa. Roupa esta que também traga o lado lúdico, o aspecto psicológico, o contexto e que signifique o ser humano.



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**FORMAÇÃO DE  
PROFESSORES**



# **O EXPRESSIONISMO COMO AGENTE FACILITADOR DA PRÁXIS PEDAGÓGICA EM SALA DE AULA**

**Fernanda Stucchi**

**Prof<sup>ª</sup>. Ms. Anna Maria Nascimento Damiani (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

A presente Pesquisa Científica tem, por finalidade, apresentar uma alternativa frente à deficiência no ensino de ARTE da Rede Pública Estadual, decorrente da ausência de uma metodologia que prenda a atenção dos alunos.

Inicialmente, buscou-se uma forma de tornar o aprendizado mais agradável e efetivo aos alunos, onde eles pudessem aprender de uma forma divertida, efetivando esse aprendizado.

Para tanto, criou-se um projeto, onde um período da História da Arte (o Expressionismo) fosse o principal facilitador da metodologia a ser aplicada.

O próximo passo foi o trazer ao aluno as informações necessárias para que este conhecesse o período e suas características...

Considerando a idéia de que o aprendizado não está limitado somente à sala de aula, os alunos tiveram a oportunidade de fazer visitas a exposições realizadas em museus e galerias.

A partir do contato com o contexto artístico, as obras de arte e os sentimentos aflorados por elas, os alunos dominaram o conteúdo e passaram a fazer os experimentos necessários para seu aprendizado.

## **OBJETIVOS**

Transformar as aulas de Arte em aulas produtivas, agradáveis e que também tragam aos alunos outros tipos de conhecimentos.

A partir da aplicação desta metodologia, conseguimos atingir seu íntimo, abrindo seu olhar para seus sentimentos e a necessidade de sua atuação na sociedade como um membro crítico e atuante.

## **METODOLOGIA**

Inicialmente, optou-se pelo período da História da Arte a ser trabalho, e este foi o Expressionismo.

O tema era abordado de maneira simples nas apostilas preparadas e entregues aos alunos no início do ano letivo.

A intenção era justamente esta. Apenas a teoria seria entregue aos alunos, enquanto a prática e as informações visuais se dariam através das visitas externas ou até mesmo do material fornecido pelo professor.

Aproveitando as exposições disponíveis na cidade, foi criado um roteiro de visita e apreciação de imagens.

Os alunos do terceiro ano do Ensino Médio visitaram a Estação Pinacoteca, situada nas proximidades da Estação da Luz e apreciaram a mostra “Encontros com o Modernismo”.

A visita se iniciou com uma atividade, onde os alunos realizariam um obra e a relacionariam com um período da Arte.

Após a conclusão dessa atividade, a visita monitorada começou e a pessoa responsável pela monitoria conhecia bem sobre o Modernismo, explicando de forma clara o que foi o período em si e os outros que dele fizeram parte, como o Expressionismo.

Na aula, no dia seguinte, os alunos chegaram com imensa vontade de relatar as emoções e

sentimentos despertados na visita à exposição.

Dois alunos pediram permissão para falar sobre algumas obras que estavam na exposição e que o professor estava projetando no telão.

Os relatos e a “aula” ministrada por eles foi algo emocionante e extremamente empolgante para a turma.

A primeira parte do projeto havia sido concluída, pois era o momento de os alunos se familiarizarem com o conteúdo.

O próximo passo foi a experimentação.

Esta se deu em duas etapas.

Partindo da idéia de que o Expressionismo é a representação dos sentimentos, estes precisariam ser aflorados para que os trabalhos práticos fossem realizados para a exposição feita posteriormente.

De início, foi gravado um CD com alguns estilos musicais, bem diferenciados uns dos outros (indo de heavy metal, passando por hip hop, chegando até música clássica).

Todas as músicas eram internacionais, já que o intuito era aflorar os sentimentos causados pelas melodias e não pelas suas letras.

Os alunos foram levados para uma sala ampla da escola (utilizada para a exibição de filmes). As luzes foram apagadas e todas as cortinas fechadas, para que sentissem a melodia e, sem vergonha, pudessem dançar.

Esta atividade levou cerca de duas horas.

No início, os alunos se mostraram tímidos, envergonhados e receosos de se soltarem em frente aos colegas, mas aos poucos foram levantando, ensaiando algumas reações.

Finalmente, começaram a dançar.

Nas músicas mais lentas os meninos pediam às meninas que dançassem com eles e até a professora dançou.

Claro que, muitos deles, não participaram dançando, mas ouviram as músicas e permitiram que elas tomassem conta de suas almas, despertando sentimentos e imaginações.

Após o término desta atividade, os alunos foram dispensados com uma tarefa: a de transformar esta atividade, ou os sentimentos aflorados por ela em imagens, que seriam pintadas e expostas.

Na aula seguinte, os alunos foram levados para o laboratório de Artes, onde prepararam as tintas a serem usadas por eles próprios.

Dividiram-se em grupos e cada um destes grupos, recebeu um papelão Paraná e as tintas necessárias para pintarem aquilo que tivessem vontade, usando sua própria identidade como base para os desenhos.

## **CONCLUSÕES**

A experiência vivida por mim foi satisfatória, pois aprendi muito com ela.

O professor não deve apenas despejar o conteúdo em seu aluno, sem auxiliá-lo a buscar as demais informações necessárias para seu aprendizado e domínio da teoria.

O professor deve ser um formador, utilizando-se de facilitadores que contribuam para o aprendizado efetivo de seus alunos.

O facilitador que encontrei foi o Expressionismo e sei que este contribuiu para a formação dos meus alunos, que o mantêm em suas memórias, pois ainda hoje falam dessa experiência.

# TERCEIRA IDADE, SUAS NECESSIDADES E ASPIRAÇÕES

**Maria de Fátima Martinho Bertoletti**

**Prof<sup>ª</sup>. Ms. Anna Maria Nascimento Damiani (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

Analisamos a última etapa do corpo humano na vida das pessoas – A terceira idade, buscando uma visão de futuro para essa fatia de nossa população.

Verificamos e informamos meios para o seu retardamento e assegurando uma melhor qualidade de vida para os idosos do nosso país.

Também explicamos o porquê do aumento drástico da expectativa de vida desde 1900, sendo que, 50 anos atrás era de 43 anos, hoje, de 68 e neste início do século 21 a estimativa é de 73 anos.

Devemos nos preparar, pois estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (I. B. G. E) aponta que, até 2025 será de 34 milhões de pessoas a população com mais de 60 anos, o que irá representar 14% da população, colocando-nos como um dos países de maiores populações de idosos do mundo.

Ao contrário do que víamos há algumas décadas, hoje em dia, ao alcançar a terceira idade, os idosos procuram participar ativamente da sociedade.

Como exemplos: reintegrando-se progressivamente ao mercado de trabalho, procurando reciclar os conhecimentos, freqüentando as inúmeras universidades da terceira idade, grupos de viagens, etc. Mais recentemente, esses idosos têm começado a se interessar inclusive pela Internet, e este ano tiveram destaque até na novela da rede Globo, que focou a família e as necessidades do idoso.

Estudos recentes mostram que os idosos passarão a ser os principais consumidores em países mais desenvolvidos e no Brasil nas próximas décadas, passando da terceira idade para a chamada “idade do poder”.

Atualmente o envelhecimento deixa de ser compreendido como decadência física, perda de papéis sociais e retraimento.

O número de programas para a terceira idade no país – como os grupos de convivência, as escolas abertas e as universidades – cresceu de maneira impressionante. Nestes grupos as etapas mais avançadas da vida são consideradas momentos propícios para novas conquistas, guiadas pela busca do prazer e da satisfação pessoal.

As experiências vividas e os saberes acumulados são ganhos que oferecem oportunidades de realizar projetos abandonados em outras épocas e estabelecer relações mais proveitosas com o mundo dos mais jovens e dos mais velhos. Encorajando a busca da auto-expressão e a exploração da identidade de um modo que era exclusivo da juventude, esse movimento está abrindo espaços para que a experiência de envelhecimento possa ser vivida de maneira inovadora.

## **OBJETIVOS**

A pesquisa enfoca os idosos da cidade de São Paulo informando novos programas e maneiras de enfrentar essa fase do corpo humano com prazer.

Utilizamos pesquisas profundas do assunto em sites e livros especializados, bem como estudos desenvolvidos sobre o tema em livros e debates.

Concluído o aprofundamento teórico e a revisão bibliográfica sobre o tema, efetuamos a parte prática do estudo que trata do planejamento e execução de uma pesquisa de campo junto a comunidade de idosos e envolvidos, residentes no município de São Paulo.

Face aos objetivos estabelecidos, o método de pesquisa mais apropriado é o de “survey” (em contraposição ao de observação e experimentos), o qual foi desenvolvido em três etapas, a saber:

Primeira Etapa: Idosos – seu ponto de vista (Qualitativo).

Segunda Etapa: Área médica envolvida com idosos – sua avaliação abalizada.

Terceira Etapa: Alheios ao contexto – visão de quem não tem contato com este segmento.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa irá se basear em livros e revistas que tratem do assunto, em pesquisas feitas através da Internet, e contará com depoimentos de médicos capacitados, juntamente com o de pessoas que enfrentam essa fase e suas famílias em pesquisas dirigidas; visitaremos centros e unidades de vivência de idosos.

## **CONCLUSÃO**

O que me levou ao tema.

O idoso em outras culturas é parte integrada e respeitada de suas organizações. Nossas experiências nos mostram que em muitos momentos, nosso povo não apenas não possui memória política, mas também desconhece o que a memória popular pode trazer de resgate de seus valores e história.

Recentemente perdi meu Pai, que contava as histórias de 32, como era a Rua da Consolação ou o Centro velho de S. Paulo; foi por aqueles velhos olhos que eu enxerguei uma cidade que não mais existe, e tenho pena por não ter podido registrar mais de seus conhecimentos.

Precisamos não apenas integrar o idoso aos nossos tempos de super tecnologias, precisamos saber que seremos idosos, e criar um Brasil que saiba acolher esse cidadão tão capaz quanto qualquer outro.

Falamos tanto de inclusão, mas nos esquecemos que nossos idosos também estão sendo excluídos, e devemos estudar essa faixa etária para mudar esta condição social e cultural.



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**LICENCIATURA  
EM ARTES  
VISUAIS**



# HIP HOP – O RITMO QUE MEXE O ÂNGELA

**João Rodrigo Carciliano Damasceno**  
**Profª. Drª. Agda Regina de Carvalho (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

*“Surgem novos atores sociais com suas legitimações sobre o mundo da cultura”*<sup>1</sup>. João Maia anuncia novos protagonistas de uma cultura intensamente da rua, e que hoje toma conta, principalmente, das regiões periféricas das grandes cidades.

Resgatando o histórico do movimento Hip Hop, que aos anos 60 no Bronx, por iniciativa dos DJs Afrika Bambaataa e Kool Herc, acontece com o objetivo de desenvolver uma cultura de paz entre as gangs locais. Representado principalmente pela música RAP (rhythm and poetry), composto por dois elementos: MC (mestre de cerimônia) versador – DJ (disc-jóquei) técnico das Pick-Ups, o Hip Hop ainda integra: o grafite, a manifestação plástica, o B-boy, que desenvolve a dança inspirada na música Soul e o último elemento, o Conhecimento, que tem como objetivo a formação da consciência de paz e da atuação política dos integrantes.

Nas periferias do Brasil, de modo especial no Jardim Ângela, o Hip Hop ganhou espaço, consolidando sua participação sócio-político-cultural. Grupos de RAP, principais difusores do movimento, apresentam em seus discursos os efeitos da realidade. Assim como nos diz Julio César Tavares<sup>2</sup>, o Hip Hop faz parte do processo de viabilização do negro, e tem o RAP como fio-condutor na constituição de uma esfera pública negra por meio da mídia. Diversos temas inspiradores constroem o processo criativo deste movimento, criando a diversidade de estilos e manifestações.

Para melhor desenvolver esse objetivo, o foco das atividades será o Núcleo de Multimídias do Jardim Ângela, que trabalha a inclusão dos jovens da região ao acesso dos equipamentos profissionais para produções audiovisuais. O espaço tornou-se um ponto de encontro daqueles que sonham em divulgar seus trabalhos, e laboratório de novas produções.

Seguindo a metodologia de pesquisação, que possibilita não só o recolhimento e análise de informações, mas o desenvolvimento de um trabalho conjunto com o grupo pesquisado, formou-se da união de alguns moradores da região, membros do Hip Hop e representantes dos quatro elementos (Dj, MC, Grafite e B.boy), um grupo de trabalho, que realizou no decorrer da pesquisa uma série de atividades que incluiu debates, filmes e principalmente a troca de experiências, construindo uma relação eficaz tanto para o conteúdo da pesquisa quanto para as produções dos hip hoppers envolvidos.

A partir dessas reflexões e debates, o grupo chegou à elaboração de um projeto comunitário. Este tem como objetivo a proliferação do quinto elemento – conhecimento – na formação dos novos integrantes, que segundo o grupo, foi abandonada por conta da indústria cultural de massa, que leva a um compromisso individualista.

Este é o fio-condutor desta pesquisa, percorrer a vida e obra destes novos atores sociais, e entender o que influencia os criadores desta manifestação, que cada dia mais se destacam na mídia, nas falas e principalmente na rua.

## **OBJETIVOS**

A pesquisa tem como objetivo principal mapear e analisar o processo criativo-poético das produções musicais, plásticas, performáticas e sociais, a partir das vivências do grupo de trabalho composto por moradores do Jardim Ângela, integrantes ativos do movimento Hip Hop.

Paralelamente ao objetivo principal, propõe-se o desafio de contribuir na qualificação do desenvolvimento deste processo. A partir da proposta de levar ao grupo de trabalho a oportunidade de realizar reflexões acerca do processo coletivo e individual, proporcionando assim o estímulo à pesquisa artística, que dará base para a qualificação desejada.

## **METODOLOGIA**

O estudo ora desenvolvido inicia-se seguindo os modelos padrões de pesquisa, recolhendo informações (documentação) e analisando-as, chegando assim a conclusões acerca do tema de pesquisa. Contudo, tendo como base a metodologia da pesquisação, adota-se a mediação da prática reflexiva e a produção artística, encontrando nesta prática a poética individual e coletiva dos atores envolvidos.

A pesquisa está baseada nos estudos de Michel Maffesoli e Augusto Boal para a análise do contexto e do grupo. O trabalho de Cecília Almeida Salles, para a compreensão do processo criativo das produções do movimento Hip Hop no Jardim Ângela.

## **CONCLUSÃO**

Frente às reflexões realizadas, aos estudos de casos e às abordagens práticas com o grupo de estudo, chegamos à conclusão de que assim como todo processo, a produção do movimento Hip Hop vem amadurecendo, reconhecendo e integrando novas influências, comprometida com a revelação da realidade social.

O importante caminho da investigação faz-se necessário para o amadurecimento da prática criadora, principalmente na produção de conhecimento, ao qual o Hip Hop se faz militante. O verdadeiro processo criativo, construído pela poética formada de maneira individual e coletiva, que é o caso do Hip Hop, sem dúvida vai além do que este pequeno estudo oferece, por se tratar de um processo transformador, agregando novas experiências, que são reproduzidas nas suas manifestações.

## **NOTAS**

<sup>1</sup> MAIA, João. A cultura da comunidade Hip Hop 02.12.2004 – p.1

<sup>2</sup> TAVARES, Julio César. Atitude, Crítica Social e Cultura Hip Hop: a face afrodescendente dos intelectuais – público brasileiro

# A GARRA APRISIONADA: AS HARPIAS – DO TEXTO À MATÉRIA

Renato Callado Fantauzzi  
Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Agda Regina de Carvalho (orientadora)

## INTRODUÇÃO

*“[...] o mito é uma fala roubada e restituída”.*

Roland Barthes

A gênese desta pesquisa encontra-se no polêmico livro de poesias *As flores do mal* de Charles Baudelaire, pois foi justamente durante a leitura de um poema, intitulado *Bênção* (Bénédiction), que fomos arrebatados pelo objeto de nossa pesquisa: as *Harpías*.

As Harpias são figuras da mitologia grega, seres híbridos metade ave e metade mulher, pertencentes “à geração divina pré-olímpica”<sup>2</sup>. Conhecidas principalmente como “monstros horríveis: possuíam o rosto de mulher idosa, corpo semelhante ao do abutre, garras aduncas e seios pendentes”<sup>3</sup>.

Consideradas como raptoras de almas e crianças e arrebatadoras de alimentos, também “simbolizam as paixões viciosas”<sup>4</sup>; acreditamos, pois, ser exatamente em razão desse último aspecto, pelo contexto do poema, que Baudelaire, atentando precisamente às unhas, mencionava-as em seus sonoros versos:

E quando eu me cansar destas farsas ímpias,

Eu nele pousarei forte a mão, de mansinho;

E com unhas iguais às unhas das harpias,

Até seu coração abrirei um caminho.<sup>5</sup>

Assim como Baudelaire, no final do século XIX, apropriou-se desse mito, trazendo-o portanto para o seu tempo, apropriamo-nos do mesmo mito – porém, através das palavras do poeta -, trazendo-o, por conseguinte, à contemporaneidade.

Baudelaire, enquanto poeta, obviamente transpôs a apropriação que fez das harpias para sua linguagem corrente, ou seja: a poesia escrita. Nós, por outro lado, voltamos nossa atenção às garras das harpias, e a elas dedicamos a produção – com todos os estágios que a compõem – de um trabalho plástico, visual. Procuramos encerrar toda a bagagem mítica nas garras, através da poética e do desenvolvimento de métodos composicionais.

Para compor visualmente as garras das harpias, foi necessário aprisioná-las. Em coerência com nossas investigações poéticas – as quais, dialética e irrestringivelmente, procedem do conflito entre duas proposições -, deparamo-nos com o cárcere de nossas harpias: o *retângulo áureo*.

O retângulo áureo, presume-se, foi descoberto pelos pitagóricos da Grécia antiga no século VI a. C.; ele é construído a partir da *seção áurea* a qual, basicamente, consiste numa razão matemática, um padrão de proporções percebido na natureza e posteriormente utilizado na concepção de monumentos e obras de arte.

Desta forma, estabelecemos uma antítese entre o mito e a razão. Elaboramos e estruturamos, geometricamente, as garras das harpias por meio dos estudos de construção do retângulo áureo e suas proporções.

Nossa pesquisa tem um caráter teórico-prático e consiste no desenvolvimento de um processo de concepção artística, o qual, conseqüentemente, culminou na criação de uma proposta ou solução plástica. Realizamos, concomitantemente, uma pesquisa teórica – voltada essencialmente às considerações conceituais - e outra prática – preocupada principalmente com as questões plásticas.

## **OBJETIVOS**

Nossa pesquisa aponta para a sugestão e argumentação acerca de uma possibilidade de postar-

se diante de uma obra de arte.

Essa atitude diante da obra deve atentar e minuciar a idéia latente a qual carrega consigo, criptografada, toda uma linguagem de signos, informações remetentes aos estágios da criação e às suas intenções essenciais.

A pesquisa visa, portanto, despertar o olhar do público espectador para o universo interior, freqüentemente, aparentemente impenetrável e inefável da obra de arte através da explanação de todo o percurso que resultou em sua elaboração.

Essa explicitação, tanto conceitual como material, de todas as etapas do processo artístico, deve encarregar-se da diminuição da distância entre artista e público, à medida que este último tiver acesso para poder penetrar e procurar desvendar os códigos presentes na solução plástica final.

## **METODOLOGIA**

Nossa metodologia de pesquisa foi fundamentada no método desenvolvido por Silvio Zamboni<sup>6</sup> de pesquisa em arte o qual resulta num trabalho plástico final, numa obra de arte. O método de pesquisa em arte de Zamboni compreende desde a fase da definição do objeto – envolvendo o problema, o referencial teórico e as hipóteses -, passando pela observação e o processo de trabalho, até chegar, finalmente, nos resultados e na interpretação.<sup>7</sup>

Para compreender o mito e suas estruturas simbólicas, caminhamos em conformidade com as idéias de, entre outros autores, Roland Barthes e Lévi-Strauss, dois grandes teóricos do estruturalismo, fundamentais para o entendimento da dinâmica das apropriações e transformações dos mitos ao longo do tempo.

Entre outros estudos necessários à elaboração geométrica das garras das harpias através da construção do retângulo áureo, é importante sobressaltar a atenção direcionada à área matemática segundo os estudos de György Doczi<sup>8</sup> que relaciona a presença da seção áurea na natureza, na arte e na arquitetura.

## CONCLUSÕES

Nessa pesquisa, a explicitação do processo artístico começa com o esclarecimento da escolha de nosso objeto, ou seja, as garras das Harpias, a partir da poesia de Baudelaire. Na seqüência, foram elaborados estudos utilizando esmalte de unha, num segundo momento, com a necessidade de ordenar os estudos, contrapomos às figuras mitológicas, o retângulo áureo, como campo visual condicionante à construção geométrica das garras das harpias. Acreditamos que, com esta aproximação às etapas do processo, o trabalho artístico assume outra dimensão para o espectador.

Essa pesquisa apresenta-se como uma argumentação a favor da necessidade do exercício da mediação entre o público e o trabalho plástico - especialmente no cenário contemporâneo da arte – através do acesso atento a todas as etapas do processo de criação do artista e, evidentemente, de uma intensa reflexão posterior. Acreditamos ser esse o melhor caminho ou talvez a única via que possibilite uma compreensão mais ampla acerca das idéias propostas pelo artista para o público, de fato, fruir e despertar o olhar para o que, aparentemente, possa parecer imperscrutável no trabalho plástico.

## NOTAS

<sup>1</sup> BARTHES, Roland. *Mitologias*, trad. de Rita Buongermino e Pedro de Souza, Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1993. p. 147.

<sup>2</sup> GRIMAL, Pierre. *Dicionário de Mitologia Grega e Romana*, trad. de Victor Jabouille, Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1993. p. 192.

<sup>3</sup> BRANDÃO, Junito de Souza. *Dicionário Mítico-Etimológico de Mitologia Grega (vol. 1)*, Petrópolis, RJ: Vozes, 1991. p. 483.

<sup>4</sup> CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. *Dicionário de Símbolos*, trad. de Vera da Costa e Silva... (et al.), Rio de Janeiro, José Olympio, 1993. p. 484.

<sup>5</sup> BAUDELAIRE, Charles. *As flores do mal*, trad. de Jamil Almansur Haddad, São Paulo: Abril Cultural, 1984. p. 87.

<sup>6</sup> ZAMBONI, Silvio. *A pesquisa em arte: um paralelo entre arte e ciência*, Campinas, SP: Ed. Autores Associados, 1998.

<sup>7</sup> Ibidem, p. 60.

<sup>8</sup> DOCZI, György. *O Poder dos Limites – Harmonias e Proporções na Natureza, Arte e Arquitetura*, São Paulo: Mercuryo, 1990.

# **ARGILA É VIDA: EXPERIÊNCIA ARTÍSTICA COM CRIANÇAS NA PERIFERIA DE OSASCO**

**Maria Helena Fogo Santana**

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sonia Regina Fernandes (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

Este é um estudo sobre a pertinência do ensino da arte e a sua força transformadora tanto individual como social, a partir da compreensão de que a arte é conhecimento e está intensamente presente no cotidiano, refletindo pensamentos e interferindo no social. A característica metodológica do trabalho é de estudo de caso: uma experiência informal realizada com crianças (de 3 a 12 anos) durante 15 anos no jardim Conceição, bairro periférico em Osasco, São Paulo, de 1990 a 2004.

A preocupação inicial do trabalho era social, com cunho assistencialista, e a arte tinha apenas sentido agregador, festivo, animador e sensibilizador das crianças. Com o passar dos anos, a experiência reflete o cuidado com o ser e o planeta, relacionando ecologia e arte.

A escolha do material argila, sua ligação com a terra, para as atividades artísticas e o ato de modelar instrumentalizou o ensino e a aprendizagem da arte. Nesse processo compreendeu-se que a arte é conhecimento, parte da sensibilidade, como experiência sensível que provoca transformações no indivíduo e no contexto social.

O trabalho começa com a necessidade da pesquisadora observar as transformações que a arte proporciona na criança tanto na consciência do cuidado com o ser e o planeta, como na felicidade que ela adquire no aprendizado, e compreender como a experiência amplia o sentimento humano e o introduz no mistério do mundo.

O estudo considera o histórico de exclusão que esta população sofre na educação e procura compreender a competência da arte na situação de ensino e aprendizagem. No entanto, esta

pesquisa não aprofunda e foca a inclusão social, mas o sentido educacional da arte, e como ela respeita e sensibiliza o indivíduo na sua cultura, devolvendo-o íntegro à realização, que ele recria.

## **OBJETIVO**

Estudar o desenvolvimento da atividade artística com modelagem em argila, no projeto do Grupo Ternura, que durou 15 anos, tornando legítimo o trabalho voluntário de arte-educação, fora de espaço não-formal (escola), fundamentando teoricamente para garantir o caráter social da arte e seu poder restaurador. Da mesma forma, estabelecer uma consciência do cuidar de si e do planeta, ampliando a percepção do espaço sagrado Terra-Vida. O ser humano é introduzido conscientemente em sua realidade para estabelecer relações conscientes com o seu meio e a consciência planetária.

A vida entrelaçada com a terra e a terra com a vida faz o ser humano emergir e se distinguir pela sua consciência. Esse entrelaçamento do ser humano com a terra permite criar e ser criador. Pois a própria terra é a estrutura “toda forma nasce da terra”.<sup>1</sup>

O estudo elaborado tem como principais objetivos considerar a importância da arte na construção do olhar e do conhecimento, observando o processo e os resultados do projeto hoje chamado de “Arte de Modelar com Argila”, a partir dos documentos e fotografias de acervo pessoal e outros disponíveis; sistematizar o processo e fundamentá-lo de acordo com os teóricos da arte no campo social e outros que pesquisam a vida no planeta.

- Considerar o histórico social do bairro Jardim Conceição no início do trabalho;
- Estudar as três fases e o percurso do projeto por meio de fotos e documentos;
- Observar o desenvolvimento e a importância da experiência artística e estética com a argila;
- Compreender como a arte atua no desenvolvimento da criança;
- Constatar a compreensão da Terra-Vida.

## **METODOLOGIA**

O estudo parte de um trabalho social implantado informalmente na favela do bairro Jardim Conceição, há 15 anos; encerradas as atividades em 2004, na forma de voluntariado, passa a ser implantado numa escola democrática “Lumiar” no bairro Bela Vista em São Paulo. A pesquisa baseia-se, principalmente, em atividades artísticas realizadas no decorrer dos anos, e em uma análise mais profunda entre os anos de 2003 e 2004 com crianças de 3 a 10 anos no Espaço das Artes Vozes do Silêncio.

Dentro desse contexto de informalidade, o trabalho busca resgatar e organizar os materiais e observar o processo de resultados do ensino e da aprendizagem da arte, dando importância ao conhecimento artístico e estético. Dessa forma, foram destacadas três fases: a primeira, o início do projeto e suas demandas; a segunda, a introdução da arte como técnica e a terceira parte, a experiência sensível da arte, tendo como base a expressividade da forma.

Para este estudo, procurou-se estudar os conceitos de arte, de educação, da vida e da percepção. Dessa forma, o estudo acadêmico realizado buscou fornecer bases teóricas para a experiência do trabalho realizado em Osasco e observar, no seu histórico, alguns acertos e desafios tendo, assim, contribuído para o seu aprimoramento e conseqüente amadurecimento da atividade pouco estudada e que instrumentaliza a arte, como cultura, linguagem e conhecimento.

Ernst Fischer aparece como o principal teórico estudado, envolvido com a questão da arte como realidade social. Também destacam-se as idéias de Herbert Read que relaciona vida e arte e as relações que unem forma e natureza, dizendo: “A vida é forma, e a forma é a modalidade da vida”.<sup>2</sup> A arte sempre foi e sempre será uma conquista da consciência em busca da expressividade da forma. A forma, segundo Kant, é intencional e universal (espécie expressa). É o modo no qual o intelecto visa o objeto real (relação intencional), atingindo a sua essência material. A raiz do conhecimento está na imaterialidade das formas. Pelo aspecto subjetivo, são formas dinâmicas de síntese.

## **CONCLUSÃO**

A partir da pesquisa realizada, destacam-se alguns resultados concretos: o interesse da criança pelas atividades artísticas e o interesse especial pela modelagem com argila, que propõem um trabalho com uma memória vital, ligada à terra e à vida planetária. Observa-se, também, que a atividade artística proporciona uma mudança cultural, na família e no contexto mais amplo, pela

influência da criança no que diz respeito ao cuidado com o ser e o planeta. O resultado do trabalho das crianças, além de peças artesanais, indicam-se objetos artísticos carregados de sentimento, expressividade e significação.

A argila é um material antigo, bruto e pouco estudado; podemos constatar que é um material extremamente pedagógico e sensível à criança; ajuda no desenvolvimento da consciência, da importância do cuidado com a “Terra-Vida”, com o Planeta Terra.

A modelagem com argila é, com toda certeza, um dos processos técnicos mais antigos: sua utilização remonta aos primórdios da humanidade. Os nossos antepassados pré-históricos observavam as pegadas dos animais impressas no barro, ou suas próprias pegadas.<sup>3</sup> O que se sabe com rigor histórico é que, a partir do período neolítico, apareceram fragmentos de cerâmica, demonstrando, de forma inequívoca, a presença humana na manipulação do barro. Poder-se-á dizer que o homem começou a “escrever” no barro a sua própria história.<sup>4</sup> A vida e a terra são tão misturadas que uma não existe sem a outra.

## NOTAS

<sup>1</sup> Fiande, Marcela. in apostila Barro Criativo. Atitude terapeuta em Diagnostico e intervenção p. (Universidade Potiguar, Natal, RN). 12.

<sup>2</sup> Read, Herbert: As Origens da Forma na Arte, ZAHAR, Rio de Janeiro, 1981.P.7.

<sup>3</sup> Aula de cerâmica, A Modelagem, Estampa, Lisboa, 1999. P.05.

<sup>4</sup> Costa, Lucília Verdelho: 25 Século de cerâmica, Estampa, Lisboa, 2000.P.09.



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**RELAÇÕES  
INTERNACIONAIS**



# TERCEIRO SETOR: ASCENSÃO E FORMAÇÃO DE UM ESTADO SUPRANACIONAL

Christiane Gaspar Marques

Prof. Dr. Paulo Tempestini (orientador)

## INTRODUÇÃO

Através desse projeto propõe-se o estudo do “Terceiro Setor”, representado pelas chamadas ONGs – Organizações não-governamentais – que se tornaram em importantes atores das relações interestatais e vêm desempenhando nas sociedades um importante papel, mobilizando as massas populares pela democratização dos espaços políticos nacionais e locais. Engajadas sobretudo nas questões ligadas à assistência social, saúde, educação, ao meio ambiente e preservação da cultura indígena, essas entidades, representantes legítimas dos movimentos populares e das classes dominadas e oprimidas, vêm se tornando uma verdadeira referência na reorganização da sociedade. Resgatando valores como solidariedade e esperança, são uma oposição consciente ao capitalismo selvagem e dominador, que impõe através de uma competição totalmente desigual regras unilaterais de benefícios exclusivos, perpetuando o processo de dominação imperialista.

No Brasil existem 29 mil organizações não-governamentais catalogadas pelo governo e aptas a captar recursos federais. Mais de 90% delas foram criadas na década de 90, quando o terceiro setor se expandiu no país<sup>1</sup> (1). A definição de ONG é muito vaga e permite muitas interpretações. Em uma visão macro, ela comporta desde fundação de amparo à velhice até associação de criadores de canário belga, sendo que atualmente o número de ONGs em atividade no Brasil chega a 250 mil (2).

Em face da enorme lacuna deixada pelo poder público, pela sua total incompetência, fruto do nepotismo, corrupção e ingerência nas questões sociais e de infra-estrutura, o surgimento de organizações locais se torna de imperiosa importância considerando a urgência das soluções. Questões como preservação e proteção do meio ambiente, estabelecimento de um programa qualitativo de educação do ensino fundamental, desenvolvimento e capacitação da mão-de-

obra frente à concorrência internacional, melhorias no sistema de saúde, combate à violência e tantos outros problemas emergentes nos dias atuais, necessitam solução imediata.

A sociedade não pode mais esperar que o Estado, em sua letargia colossal, venha suprir tal necessidade. No entanto, vale estabelecer regras claras para que a máquina governamental seja revista e tenha o seu papel de importância no contexto da organização política, exercendo de fato o seu poder de legislar e fazer cumprir o que determina o código supremo de ética da sociedade. Como já afirmado, “A constituição de uma nova ordem internacional é hoje praticamente uma questão de sobrevivência da própria espécie humana”<sup>2</sup>.

Há de se considerar as importantes conquistas ao longo dos séculos, que vão desde a criação dos “Direitos Humanos” e processos de democratização dos governos com eleições diretas para seus governantes até mesmo o advento da Internet, no entanto, estamos em face de uma nova realidade, tanto no aspecto demográfico como tecnológico e das relações de trabalho e propriedade sobre os meios de produção. Esse talvez seja o momento do surgimento de uma nova estrutura, onde governos, partidos, conglomerados econômicos convivam harmoniosamente com organismos que representem a grande população, em um total comprometimento com o desenvolvimento e o bem-estar geral.

## **OBJETIVOS**

Como problema a ser considerado destaca-se, nesse primeiro momento: a regulamentação das atividades das ONGs como atores internacionais e sua legitimidade como agentes supranacionais, com autonomia de ação frente aos inúmeros desafios do gerenciamento da administração pública, desenvolvimento auto-sustentável e justiça social.

Existem atualmente várias obras literárias editadas tanto por entidades representativas, como é o caso da própria Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais – ABONG, que particularmente apresenta um excelente acervo e que servirá de fonte primária para esse projeto, como por editoras independentes e também estudiosos e intelectuais. Os temas abordados nessas obras contemplam várias disciplinas, representando um extenso panorama que apresenta enfoques que vão desde estudos econômicos, jurídicos e sociológicos a até mesmo resultados de pesquisas estatísticas.

## **METODOLOGIA**

Nesse projeto pretende-se adotar como fonte de informação a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais – ABONG, situada no centro da cidade de São Paulo.

A partir de seu cadastro de associados, serão selecionados presidentes de organismos não governamentais, entidades de classe, pesquisadores e especialistas na área que atuam em órgãos de pesquisa, universidades e institutos, para serem entrevistados. Pretende-se em um primeiro momento efetuar contatos para entrevistas mediante um questionário previamente desenvolvido seguindo o objetivo do projeto supracitado.

As Etapas da Pesquisa:

Primeira Etapa: Revisão da literatura existente sobre o tema

Através da consulta ao acervo bibliográfico da ABONG, será possível o acesso às mais de 270 instituições associadas.

As obras literárias iniciais de embasamento histórico e conceitual utilizadas neste trabalho foram dois trabalhos de pesquisa conduzidos por Teresinha de Quadros Santos<sup>3</sup>, apresentados como dissertação de mestrado para a UFBA em 1997 e o de Ricardo Neiva Tavares publicado pelo Instituto Rio Branco de Brasília em 1999<sup>4</sup>, ambos fundamentais para a percepção descrita na apresentação dessa nossa pesquisa de iniciação científica.

Segunda Etapa: Pesquisa de Campo

Levantamentos de dados primários e secundários sobre o tema proposto em centros de pesquisa de referência do terceiro setor.

Terceira Etapa: Entrevistas

Pesquisa qualitativa com aplicação de questionários estruturados com pesquisadores, ativistas e agentes institucionais que atuam na área do terceiro setor.

## CONCLUSÕES

Ao longo dos anos, no intuito de se formar um consenso único e preciso do termo ONG, nota-se o aparecimento de duas escolas: a primeira e mais tradicional ligada às resoluções do ECOSOC e às origens da ONU, e a segunda, mais de acordo com a realidade atual, reflete as sensíveis modificações observadas nos tipos e modos de operação, com o desenvolvimento de coalizões e redes temáticas, possíveis graças aos avanços das comunicações, valorizando o papel das organizações nacionais e regionais. Os critérios de definição permeiam tópicos como: natureza privada, composição internacional, ausência de fins lucrativos, estrutura corporativa, existência de meios administrativos, status de não-soberana e não-eclesiástica, no entanto, esses últimos com certa reserva considerando as origens da fundação dessas organizações, como é o caso da Aliança Batista Mundial, O Congresso Mundial Judaico, o Congresso Mundial Muçulmano e a Pax Romana, entre outras. Em análise mais recente, respeitando-se os critérios que definiram as ONGs em sua origem, são colocados em voga elementos de compreensão mais complexos, relacionando tais organizações com movimentos sociais. O caráter formal, seu ideal de permanência, busca da auto-gestão e atuação em áreas sociais, além da finalidade não-lucrativa e da separação em relação ao Governo, representam seus melhores elementos de definição. Devemos no entanto, tomar cuidado com as interpretações que sugerem que as ONGs seriam sobretudo “anti-governamentais” ou totalmente independentes dos Governos, o que esconde a sua realidade no cenário contemporâneo.

## NOTAS

<sup>1</sup> MENDES, Vannildo. Governo apura desvio de verbas para ONGs de fachada. O Estado de São Paulo, 20/06/2004.

<sup>2</sup> MORAES, Reginaldo., Revista Diplô, Editora UNESP, n. 3, pp. 26.

<sup>3</sup> SANTOS, Terezinha de Quadros, ONGs e o Cenário Político Contemporâneo, Potências e Limites para a Construção de um novo Espaço Societário, Dissertação de Mestrado, UFBA, 1997.

<sup>4</sup> TAVARES, Ricardo Neiva. As Organizações Não-Governamentais nas Nações Unidas. Brasília: Instituto Rio Branco, Fundação Alexandre Gusmão (CEE), 1999. p. 17.

# **O IMPACTO DOMÉSTICO DAS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO (OMC): GRUPOS DE INTERESSE DOMÉSTICOS BRASILEIROS**

**Evandro de Almeida**

**Prof. Ms. Helton Reginaldo Presto Santana (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

Ao encerrar-se, em 1994, a Rodada Uruguaí de negociações comerciais multilaterais do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT), em Marraquesh, surge a Organização Mundial do Comércio (OMC) – organização intergovernamental de caráter perene e dotada de inovador aparato institucional para lidar com as questões comerciais provenientes do “GATT 1947” e com as novas temáticas comerciais (propriedade intelectual, investimentos e serviços). A OMC representa, indubitavelmente, um avanço no processo de negociações comerciais internacionais, cuja contrapartida é o aumento da interdependência entre seus Estados-membros. No entanto, os impactos gerados pelas decisões tomadas no âmbito da OMC ocasionam os mais variados efeitos distributivos nos Estados-nação signatários do Acordo Constitutivo da Organização Mundial do Comércio.

O Brasil, membro fundador da referida Organização, insere-se neste processo, de aprofundamento da internacionalização, com características bastante peculiares. Cabe mencionar uma série de fatores ligados ao processo de redemocratização, ou “liberalização política”, do Estado brasileiro, na década de 80, aos quais se soma o processo de liberalização econômica do país, nos anos 90. Se por um lado, a redemocratização gerou a possibilidade de participação nas discussões políticas de setores anteriormente pouco consultados, por outro, o processo de liberalização econômica e revisão da inserção internacional do Brasil, privilegiando os fóruns multilaterais, gerou uma série de efeitos que recaíram sobre (e, por vezes, penalizaram) o eleitorado doméstico (*domestic constituency*), em especial o setor agrícola, as indústrias nacionais e os sindicatos.

A convergência espacial e temporal desses processos (de internacionalização – aumento da interdependência econômica – e de liberalização econômica e política no Brasil) tem engendrado a “politização doméstica das questões de política externa” (Hirst e Lima, 1993). Temas que anteriormente eram tratados no plano exclusivo da agenda externa do país (e que, de certo modo, dados o modelo de desenvolvimento econômico vigente, baseado na substituição de importações e as condições políticas em curso, não influíam diretamente sobre a vida da grande maioria dos cidadãos brasileiros) passaram, com as liberalizações econômica e política, a atingir o ambiente doméstico, com efeitos distributivos variados.

É nesse contexto que se insere a participação brasileira nas negociações comerciais multilaterais que se processam atualmente na OMC. Para alguns analistas de relações internacionais, o desafio brasileiro, hoje, consiste em como conciliar as exigências de ajustamento às novas condições de competitividade na ordem global e à heterogeneidade dos interesses de atores domésticos que passam a influir no processo de policy-making (Lima e Hirst, 1994).

## **OBJETIVOS**

Analisar o Acordo Constitutivo da Organização Mundial do Comércio (OMC), a estrutura da nova instituição, as decisões tomadas nas Conferências Ministeriais (Cingapura, Genebra, Seattle, Doha e Cancún) e, também, revisar todo o processo que culminou com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), desde a natimorta proposta de criação de uma Organização Internacional do Comércio (OIC), no imediato pós-Segunda Guerra Mundial, passando pelo Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT 1947).

Investigar a participação do setor agro-industrial brasileiro junto aos negociadores brasileiros para a OMC e junto à própria organização.

## **METODOLOGIA**

Analisar-se-á o Acordo Constitutivo da Organização Mundial do Comércio (1994) e sua internalização no ordenamento jurídico brasileiro, bem como os acordos anteriormente criados sob a égide do GATT 1947;

Serão levantados e analisados, junto aos órgãos competentes (BACEN, IBGE, IPEA, CNI, CNA, FIESP, FGV), os dados da balança de transações correntes brasileira;

Analisar-se-ão as decisões dos contenciosos (panels) tomadas no âmbito do Comitê de Solução de Controvérsias da OMC, onde o Brasil figurou como parte;

Serão coletadas e analisadas, por meio de fontes secundárias (jornais, revistas, periódicos de relações internacionais etc.), as posições negociadoras brasileiras construídas para as negociações da OMC, com foco especial para as demandas/contenciosos agrícolas;

Serão levantados e analisados os position papers preparados pelo setor agro-industrial brasileiro para as negociações da OMC;

Serão realizadas consultas (entrevistas) às fontes primárias envolvidas com a formulação da posição negociadora brasileira para a OMC, bem como aos representantes de grupos de interesse domésticos brasileiros que interajam com os negociadores do Brasil.

## **CONCLUSÕES**

O projeto de iniciação científica constatou o amadurecimento do setor agro-industrial brasileiro frente aos negociadores diplomáticos do Brasil e à Organização Mundial do Comércio (OMC). De uma atitude passiva e caudatária das ações tomadas pelos negociadores diplomáticos, o referido grupo de interesse doméstico brasileiro tem galgado posições e vem se tornando pró-ativo na defesa externa de seus interesses. Para chegar-se a estas conclusões, foram utilizados os rendimentos analíticos da metáfora dos jogos em dois níveis de Robert Putnam e seus desdobramentos presentes no trabalho de Helen Milner.

O aprimoramento institucional internacional, com a criação da OMC, e as mudanças políticas e econômicas brasileiras, a partir de meados dos anos 80, são os dados concretos que impulsionam a atuação pró-ativa dos grupos de interesse domésticos brasileiros. Os custos da inação superaram sobremaneira os benefícios angariados com a participação nas negociações, seja municiando os negociadores estatais brasileiros (produção de position papers, participação em reuniões para a formulação de posições negociadoras em temas de política externa etc.), seja buscando agir diretamente junto à própria organização internacional.

Esse posicionamento participativo nas negociações internacionais tem ocasionado a abertura de um frutífero e novo campo de atuação para os profissionais de relações internacionais. Consultorias em relações internacionais e posições abertas dentro das empresas brasileiras

tornam-se crescentes no mercado de trabalho brasileiro acompanhando as tendências internacionais no campo de negociações internacionais.

Constatou-se, por fim, a clara impossibilidade de cisão entre os níveis de análise doméstico e internacional na produção de análises em política internacional. A recuperação dos determinantes domésticos nas questões de política externa, conforme constatara Maria Regina Soares de Lima, representa não apenas aprimoramento do campo de estudos de relações internacionais, mas tornou-se um fator necessário à produção de conhecimento em política internacional.

# **POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA, FORMAÇÃO DA COMUNIDADE SUL-AMERICANA DE NAÇÕES**

**Rafael Rezende Francisco de Oliveira**  
**Prof. Dr. Nilson Araújo de Souza (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

A partir da década de 1990, o Brasil ampliou o seu campo de negociações no cenário internacional. A política externa brasileira visava estrategicamente a integração do país no sistema internacional, através de uma política democrática com novas parcerias na defesa de seus diversos temas relacionados à política nacional e internacional. Com isso, observamos o desempenho do governo brasileiro em busca da formação de uma Comunidade Sul-Americana de Nações, para o fortalecimento regional de seus países-membro através de uma cooperação econômica e política.

Com a criação do Mercosul, o Brasil ganhou uma dimensão estratégica. A integração regional se converteu numa realidade, a instalação efetiva do bloco resultou em um aumento do comércio e das relações com os países vizinhos<sup>1</sup>.

Durante o mandato do presidente Fernando Henrique (1995-2002), a política externa brasileira caminhava para a instauração de novos projetos e parcerias para o Brasil. A partir de 1994, o Mercosul foi o principal bloco estratégico com a ampliação do mercado brasileiro com seus países-membro vizinhos (Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai), e sua parceria política foi ampliada com a Bolívia e o Chile. Durante 1991-1997, o bloco ganhou dimensão econômico-comercial, e avançou no caráter político-estratégico com o dinamismo à idéia de integração em busca de um “Mercosul Político”.

O bloco teve o início de suas negociações com a União Européia e outros países emergentes que apresentam alto nível de desenvolvimento econômico como China e Índia. Além disso, a relação bilateral com outros países foi fundamental para o Brasil ocupar um papel importante nas relações internacionais. Durante os oito anos de mandato FHC, o governo tucano optou

pelo alinhamento direto com os Estados Unidos e com alguns países de primeiro mundo, abandonando a ideologia de uma América Latina Unida, sendo que os acordos ratificados no período, não obtiveram tanto êxito.

Todavia, na condição de política externa, o Brasil procurava aumentar mais ainda as suas negociações, o fortalecimento do Mercosul, através de novos acordos econômicos. O Brasil sempre demonstrou a sua liderança na integração regional, pela habilidade de sua política externa em busca da cooperação e integração dos países regionais. Surgiram, então, em 1998, as negociações e Acordos para a criação de uma Área de Livre Comércio entre Mercosul e a Comunidade Andina. Esses Acordos representaram um passo importante na evolução do relacionamento comercial entre os países-membro dos dois blocos.

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2002 -) está seguindo uma política estratégica de fortalecimento regional em busca de uma América do Sul mais integrada, através da liderança do governo brasileiro nas negociações regionais, reunindo forças para barganhar as perdas latino-americanas frente à hegemonia econômica dos Estados Unidos.

A partir de 2003, o Mercosul e a Comunidade Andina assinaram um Acordo de Complementação Econômica, cujos objetivos visavam a formação de uma Área de Livre Comércio.

Finalmente, em dezembro de 2004, foram firmados diversos Acordos, os quais foram responsáveis pela formação da Comunidade Sul-americana de Nações (CSN)<sup>2</sup>. A formação da CSN foi devido à união dos dois grandes blocos sul-americanos: Mercosul e Comunidade Andina.

No entanto, a escolha desse tema foi pelo fato de a política externa brasileira apresentar um desenvolvimento sustentável desde início dos anos 90, em busca da formação de uma Comunidade Sul-americana de Nações, apresentando um importante papel no cenário internacional, através de sua liderança regional em busca de uma maior integração entre seus vizinhos, com Acordos que visam à formação de um bloco econômico sul-americano fortalecido com mais força para negociar com outros grandes blocos, além de combater a hegemonia norte-americana e seus interesses unilaterais nas negociações da Área de Livre Comércio das Américas (Alca).

## **OBJETIVOS**

O objetivo geral deste trabalho é o estudo da política externa brasileira, seu papel nas negociações que levaram à formação da Comunidade Sul-americana de Nações (CSN), o papel fundamental do Brasil como líder de seu bloco regional, o Mercosul, e suas negociações com a Comunidade Andina, entre outros países sul-americanos, a junção dos dois grandes blocos em busca do fortalecimento regional com um desenvolvimento sustentável da economia através da convergência de seus interesses políticos e culturais.

Como objetivos específicos:

- a) Analisar a formação dos blocos econômicos: Mercosul e Comunidade Andina;
- b) Analisar os motivos que levaram a junção dos blocos entre outros países do continente para a formação da CSN;
- c) Identificar as prioridades da política externa brasileira na Comunidade Sul-americana de Nações.
- d) Síntese da política externa do governo Lula.

## **METODOLOGIA**

- Pesquisas sobre o Mercosul: Informações através de documentos do Ministério das Relações Exteriores, bibliografias, acesso à Internet sobre diversos artigos relacionados ao tema.
- Pesquisa sobre a Comunidade Andina de Nações: Informações através da Comunidade Andina, países andinos, Internet, documentos e bibliografias.
- Estudo sobre os Acordos Econômicos entre o Mercosul e a Comunidade Andina de Nações, notícias e materiais acadêmicos.
- Consultas bibliográficas
- Análise de documentações, livros e pesquisas em *sites*.
- A análise de grande parte das documentações está sendo realizada com a identificação das idéias principais, conceitos e pressupostos contidos nos textos produzidos pelo governo, através do Ministério das Relações Exteriores.

A metodologia segue os ideais de Paulo Vinentini, e Nilson Araújo de Souza, que defendem e avaliam uma mudança de ênfase de uma política externa alinhada aos EUA, que colocava como objetivo a criação da ALCA, para uma política externa independente que coloca como objetivo a criação da CSN, um fortalecimento e maior integração regional, houve, portanto, uma ruptura nesse sentido entre Fernando Henrique Cardoso e Lula.

## **CONCLUSÃO**

Uma das iniciativas mais relevantes da história da política externa brasileira foi a criação da Comunidade Sul-Americana de Nações. O Mercosul é o mais importante bloco regional da América do Sul, seus principais membros Brasil e Argentina, possuem as maiores economias do continente Sul-americano. Por parte da Comunidade Andina de Nações, a Venezuela apresenta a economia mais forte entre seus membros, portanto, a união entre os dois blocos proporcionará um fortalecimento da economia regional, a livre troca de produtos, com capacidade para negociar com grandes blocos econômicos, como o Nafta, União Européia e até mesmo com os gigantes emergentes China e Índia. Os doze países membros da Comunidade reúnem 361 milhões de pessoas e, juntos, somam um Produto Interno Bruto (PIB) de US\$ 800 bilhões. Além do Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai, também integrarão a Comunidade Sul-Americana a Bolívia, Equador, Colômbia, Peru, Venezuela, Chile, Guiana e Suriname.

Em abril de 2005 foi realizada uma reunião com os chanceleres dos países membros da Comunidade Sul-Americana de Nações, quando foram discutidas diretrizes e propostas de organização, que deverão ter um próximo passo das negociações em agosto de 2005 no Rio de Janeiro, na reunião de chefes de estado da CSN.

Desde sua criação em dezembro de 2004, tem acelerado o seu processo de negociações entre seus membros, e pela primeira vez, a Comunidade Sul-Americana de Nações se reuniu com os países árabes por ocasião na Cúpula América do Sul- Países Árabes em maio de 2005.

Como todo bloco, a CSN enfrenta algumas dificuldades, devido a crise política que enfrenta o Mercosul entre seus membros, Brasil e Argentina, por isso, as negociações da CSN terão de ser mais cautelosas e buscar harmonizar as relações entre seus integrantes, defendendo seus diversos interesses.

Entretanto, embora notamos a existência de divergências, o fortalecimento comercial entre os países da CSN beneficiará o crescimento regional, com o aumento da produção dos produtos,

novos investimentos de infra-estrutura, maiores negociações em busca de interesses comuns entre os Blocos.

No entanto, a vantagem da criação da Comunidade Sul-Americana de Nações, combate e impede a continuação das negociações da Alca, fazendo com que a América do Sul tenha uma identidade própria sem que os países membros sejam subordinados aos interesses unilaterais norte-americanos. Sendo assim, fortalece o comércio entre os países membros da Comunidade, além de ir em busca de novos mercados com grandes países e blocos econômicos como a China e a União Européia, fazendo com que a CSN tenha um papel relevante no comércio internacional.

## NOTAS

<sup>1</sup> Vizentini, Paulo Fagundes, *Relações Internacionais do Brasil – de Vargas a Lula*. São Paulo, Ed. Perseu Abramo, 2003, pág. 85.

<sup>2</sup>Fonte: Ministério das Relações Exteriores, site [www.mre.gov.br](http://www.mre.gov.br).



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**TURISMO**



# **A QUESTÃO DA MÍDIA NA DIFUSÃO DA GASTRONOMIA NIPÔNICA NO BRASIL. RELAÇÕES INTERÉTNICAS – FRICÇÃO E INTERAÇÃO**

**Louise Veronezzi Fernandes**

**Marina Moral Nakamura**

**Prof. Ms. Carlos Manoel Almeida Ribeiro (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

Megacidade – em permanente ebulição econômica, social, política e cultural – São Paulo, hoje, é ponto de encontro de imigrantes de todas as partes do mundo e sonho de migrantes de todos os recantos do país. É um labirinto de 60 mil ruas e avenidas, mais de 3 milhões de prédios, casas, indústrias e escritórios e mais de 5 milhões de veículos. Cerca de um terço da população paulista circula diariamente entre os diversos estabelecimentos comerciais, especializados em alimentação: restaurantes, bares e “fast food”.

Imigrantes e seus filhos acompanham as transformações da cidade e registram a grande diversidade cultural existente em São Paulo através de pratos típicos.

São Paulo apresenta-se como o resultado de diversas culturas<sup>1</sup>. A diversidade é tão intensa que em cada bairro é possível detectar a influência imigratória predominante da localidade. Um viajante poderá sentir-se, por instantes, na Coreia ou no Oriente Médio, se percorrer ruas do bairro do Bom Retiro ou do Brás; a mesma comparação entre o Bexiga e a Itália e, o mais marcante é estar no Japão, visitando o bairro da Liberdade. A cidade de São Paulo, em seus 450 anos de existência, acolheu gente do mundo inteiro e hábitos culturais foram incorporados ao cotidiano do cidadão paulistano, entre eles: as comemorações, os costumes e a alimentação pertencente a cada povo.

Os constantes movimentos imigratórios foram responsáveis por essa atmosfera “cosmopolita paulistana”. Ao longo do tempo, as trocas culturais permitiram que se difundissem importantes

costumes ditos “exóticos” em outras partes do mundo, mas que para a população paulistana são perfeitamente normais e, muitas vezes, itens das atividades diárias. Essa grande diversidade pode ser observada em muitos bens culturais, mas em particular a alimentação é um campo aberto para muitos estudos<sup>2</sup>. Não se pode descartar, ainda, que bares, restaurantes e similares movimentam um capital expressivo na economia paulista, funcionando até como atrativo turístico.

É importante observar que os meios de comunicação, como revistas, jornais, a TV e a Internet também são responsáveis pela disseminação das idéias e bens culturais, inclusive, criando “modas” e ditando quais são os lugares em “alta” para a freqüência paulistana. Em São Paulo, a influência da mídia, especializada na divulgação de restaurantes e similares é bem mais forte, pois publicações como a revista “Veja São Paulo” divulgam e estabelecem um “ranking”, semanalmente, com os melhores estabelecimentos da cidade.

Nas últimas décadas, é possível verificar que o número de estabelecimentos comerciais dirigidos ao público nipônico tem crescido vertiginosamente, atendendo não somente os descendentes de japoneses, mas também paulistanos e brasileiros admiradores do paladar oriental. O possível “exotismo” dos pratos, compostos basicamente por raízes, algas, frango e peixe, estão conquistando pessoas que tentam obter uma “maior qualidade de vida”. Constituída por pratos saudáveis e “lights”, a culinária nipônica possui seus efeitos benéficos propagados pela mídia em geral.

A partir dessas observações, são colocadas as hipóteses desta pesquisa: a difusão da gastronomia nipônica no Brasil promove a interação entre a gastronomia brasileira? As práticas gastronômicas nipônicas alteram os gostos e as preferências brasileiras? Até que ponto a alimentação pode influenciar no comportamento corporal do ato de comer ocidental, levando em consideração a ação corporal adotada pela tradição nipônica, concentrada no ato de alimentar-se?

## **OBJETIVOS**

- 1) Estruturar base para novo trabalho interdisciplinar no corpo docente e discente da Belas Artes.
- 2) A pesquisa pretende analisar as relações interétnicas, principalmente na interação gastronômicas nipo-brasileira, na cidade de São Paulo.

### Objetivos Específicos:

- 1) Contextualizar a cultura nipônica na cidade de São Paulo, recuperando a memória da imigração e dos primeiros contatos sociais entre brasileiros e japoneses;
- 2) Elaborar uma investigação sobre as influências culturais nipônicas na cidade, em especial no modo de alimentação dos paulistanos e,
- 3) Detectar a participação da mídia, particularmente a escrita, na divulgação e aceitação dos costumes japoneses.

### **METODOLOGIA**

Metodologia – atividades que serão realizadas:

- 1) Seleção de estagiário e realização de levantamento bibliográfico sobre: Gastronomia Nipo-Brasileira no município de São Paulo e influências na mídia e as suas relações com o Turismo.
- 2) Estabelecer, com este projeto de iniciação científica e seu respectivo estagiário do curso de turismo (com potencial para ampliar a equipe de professores e estagiários do curso de turismo), base para equipe interdisciplinar do Belas Artes, que permite agregar também estudantes e professores dos cursos de arquitetura e urbanismo, design de interiores, marketing, publicidade e propaganda, relações internacionais.

Existem algumas pesquisas no Brasil sobre esse assunto, porém específicas sobre a gastronomia nipônica é algo bastante raro. Como subsídio serão utilizados os seguintes recursos oriundos da semiótica, do estudo das mídias e bibliografia sobre etnias e imigração. Pesquisas na Internet com esses temas e ainda, a influência da mídia no comportamento social. Também serão usados pesquisas e livros sobre a cultura japonesa, em geral.

O presente estudo pretende realizar um levantamento bibliográfico e uma leitura sistemática sobre temas correlatos às interações étnicas. A partir desses subsídios será necessário traçar um procedimento analítico sobre trabalhos envolvendo recursos midiáticos voltados à questão.

Coleta de depoimentos, entrevistas e captação de imagens estão previstas e implicarão intensa pesquisa de campo. Processos de edição de entrevistas, principalmente com pessoas ligadas à

comunidade japonesa, aos veículos de comunicação e à rede de restaurantes e similares serão indispensáveis para o bom desempenho das atividades.

Dessa forma, o projeto de pesquisa está subdividido nos seguintes processos principais:

- a) Estudo e prospecção aprofundada dos aspectos específicos da imigração japonesa, através do resgate da memória dessa comunidade e de sua difusão;
- b) Pesquisa sobre o avanço da disseminação da cultura japonesa nos hábitos diários na cidade de São Paulo, através de relatos midiáticos;
- c) Pesquisar a adaptação dos costumes e sua transformação, através do desenvolvimento urbano da cidade;

Esta última etapa envolverá:

- a) Seleção de depoimentos para compor documentação, utilizando critério que avaliem a contribuição da cultura japonesa no país;
- b) Mapeamento dos restaurantes, bares e similares, especializados em gastronomia nipo-brasileira;
- c) Levantamento de informações e material iconográfico para a construção de roteiros de estudo e finalização de relatórios.

## **CONCLUSÃO**

O projeto de pesquisa *A Questão da Mídia na Difusão da Gastronomia Nipônica no Brasil: Relações Interétnicas – Fricção e Interação* é um estudo que busca traçar uma trajetória da difusão da gastronomia nipônica no Brasil, focalizando a sua divulgação midiática, principalmente em São Paulo – cidade que constitui um núcleo receptivo de imigrantes do fim do século XIX e meados do século XX.

Inicialmente, percorre-se a história da culinária japonesa, desde o seu início na Era Jyômon, há 2500 anos, até os dias atuais, passando por influências estrangeiras, especialmente chinesa, coreana e portuguesa, chegando às contribuições em solo brasileiro, local de intensa imigração japonesa.

Esta pesquisa oferece dados históricos sobre a vinda em massa de japoneses para o Brasil, a partir de 1908, em face da pobreza e desemprego que afetavam o Japão, naquele momento até então tipicamente agrícola. Entre esses dados estão números de imigrantes, portos de saída e chegada dos navios, principais cidades onde se estabeleceram (em especial no Estado de São Paulo), atividades agrícolas por eles desenvolvidas, como a plantação de café, cultura de arroz, hortifrutigranjeiros, entre outras.

A metodologia da pesquisa está sustentada por recursos vindos da semiótica, do estudo das mídias e das etnias e imigração. A pesquisa bibliográfica teve como orientação a procura por registros da cultura japonesa e a influência da mídia no comportamento social. Entrevistas, levantamento de dados para estatísticas e registro fotográfico também serviram como instrumentais para o estudo.

A partir da adoção desses procedimentos metodológicos, se descreve as contribuições do legado cultural japonês para os brasileiros, em especial a culinária e as atividades agrícolas. Com atenção especial aos esforços dos japoneses e de seus descendentes voltados à manutenção de suas tradições.

Um roteiro pelo bairro da Liberdade, na cidade de São Paulo, pode ser uma ótima opção para conhecer a cultura e tradição japonesas dentro do país. O bairro foi formado quando um grupo de dez imigrantes japoneses se desvinculou dos outros 781 imigrantes conterrâneos em 1908, e decidiram permanecer na capital ao invés de seguirem para as fazendas como todos os outros. Foram os pioneiros da imigração japonesa urbana. Hoje o bairro da Liberdade promove festas e comemorações que atraem um público bastante heterogêneo, concentra um comércio de itens orientais e um grande número de restaurantes japoneses.

Desse modo, o desenvolvimento da pesquisa mostra que a culinária japonesa passa, rapidamente, do caráter exótico ao cotidiano dos paulistanos. Além disso, há o minucioso levantamento dos principais pratos e ingredientes nipônicos, possibilitando o acesso a informações obtidas por intermédio de entrevistas e representações gráficas, enfatizando a crescente procura pela culinária oriental.

## NOTAS

<sup>1</sup> Pode-se definir cultura como “um todo complexo que abarca conhecimentos, crenças, artes, moral, leis, costumes e outras capacidades adquiridas pelo homem como integrante da sociedade”. O que deve ser ressaltado nessa

definição é a indicação de que a cultura compreende todas as elaborações resultantes das “capacidades adquiridas pelo homem como integrante da sociedade”, pois a cultura não decorre da herança biológica do homem, mas de capacidades desenvolvidas através do convívio social. No caso dos imigrantes, as tradições passadas de geração em geração conservam as características milenares de regiões distantes. WHITE, Leslie. Os símbolos e o comportamento humano. p. 152.

<sup>2</sup> Na medida em que a cultura compreende uma regulamentação da satisfação de necessidades, estabelece limites a essa satisfação. Observe-se, por exemplo, a alimentação humana. O homem é onívoro. No entanto, a sua alimentação, sendo culturalmente regulada, é seletiva. Alimentos tidos como nutritivos e agradáveis ao paladar em uma cultura, em outras não são sequer incluídos no cardápio, mesmo sendo disponíveis no ambiente natural. Além do mais, a alimentação humana é feita dentro de ritmos culturalmente estabelecidos. Toda cultura não só estabelece que alimentos podem ou não ser apreciados, não só as suas possibilidades de combinação, mas também as horas do dia em que determinados alimentos podem ser ingeridos. E isto é artificial. A alimentação humana é um exemplo do quanto a cultura molda as inclinações animais mais elementares do homem, através da regulamentação da satisfação de necessidades. E assim ocorre com a satisfação de todas as necessidades humanas. WHITE, Leslie. Op. cit., p. 182

**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**PÓS-GRADUAÇÃO**



**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**ARQUITETURA  
E CIDADE**



# **EM QUE MEDIDA OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS PODEM INFLUENCIAR NAS ESTRUTURAS DAS CIDADES**

**Ernani Maia**

**Prof<sup>ª</sup>. Ms. Marta Vieira Bogéa (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

O desenvolvimento da comunicação eletrônica e dos sistemas de informação propicia uma crescente dissociação entre a proximidade espacial e o desenvolvimento das muitas funções rotineiras: trabalho, compras, entretenimento, assistência à saúde, educação, serviços públicos, e assim por diante. Por isso, imediatamente questionamos se a cidade como conhecemos pode desaparecer, visto que, perderiam suas características funcionais. Porém, como mostra a história, os processos de transformação da cidade são, é claro, muito mais complicados. Tal qual na segunda metade do século XIX e início do século XX, estamos no momento de especular a nova forma da cidade, que já vem absorvendo uma nova sociedade com novos costumes, um novo meio de comunicação e relação social, e entre outras coisas, uma nova tecnologia.

## **OBJETIVO**

Neste panorama poderia então, na nova sociedade informacional, a idéia da unidade de habitação de Le Corbusier atingir a plenitude? Na medida em que a máquina de morar se completaria, em que não só as funções domésticas sejam eficientes no ambiente construído, mas sim, todas as funções da vida, (exceto a sociabilidade física fora do ambiente familiar), pois, paralelo ao crescimento das metrópoles e dos edifícios altos, acompanhados pela especulação imobiliária, está a redução na área útil dos apartamentos contemporâneos, reforçando a tese que os espaços de convívio serão imprescindíveis.

Em contrapartida, a redução nas áreas das habitações, especialmente nos edifícios, torna-se reversível, na medida em que as novas tecnologias nos possibilitam uma maior mobilidade

territorial, nos desprendendo da teia funcional dos equipamentos diversos da cidade e nos colocando na teia da informação. A Internet já nos possibilita a tão sonhada dispersão territorial, a descompressão das cidades parece ser irrefutável, desde o momento em que se viabilizou a condição de morar, trabalhar, comprar, estudar e interagir socialmente sobre um mesmo teto, (independente de onde este teto se localize). Assim torna-se possível migrar das cidades grandes de habitações pequenas para as cidades pequenas de habitações grandes?

## **METODOLOGIA**

Para entendermos de que maneira as cidades ao longo do tempo foram se organizando e se reorganizando, a partir de evoluções tecnológicas, é necessário analisar três períodos marcantes para o planejamento das cidades, através do pensamento de Charles Fourier no século XIX, Le Corbusier na primeira metade do século XX e através da ousadia dos projetos do grupo Archigram na segunda metade do século XX. Estes de certa forma sintetizaram um pensamento em seus respectivos períodos, sobretudo no que se refere às alterações sociais e econômicas (de produção e comportamento), e em que medida estas alterações influenciariam um possível novo modelo de cidade. Após o último modelo efetivamente abordado, (iconizado pelo Archigram), pode-se notar que a humanidade não mais se preocupou com tanto afincamento às questões das interfaces entre cidades e as novas tecnologias, passando pela tentativa de um modelo pós-moderno que propunha o resgate integral dos aspectos antigos, sugeriu-se um retorno à cidade pré-industrial reavendo todas as características culturais e tradicionais do território, que o modelo modernista rompeu em prol do homem moderno, estandardizado, tal qual o sistema de produção da época.

Assim, podemos traçar uma inter-relação entre o Familistério de Fourier, a Unidade de Habitação e a Cidade Radiosa de Le Corbusier e a Plug-in-City de Peter Cook. Contextualizando historicamente as propostas, podemos sem dúvida perceber que as mudanças sociais e tecnológicas influenciaram (até por uma necessidade iminente de transformação), totalmente estes projetos de cidades, com isso, estas propostas parecem utópicas e futuristas.

## **CONCLUSÃO**

A impressionante expansão dos microcomputadores conectados a Internet, e o barateamento para sua aquisição, podem nos dar condições para acreditar que em um futuro próximo as pessoas substituirão os deslocamentos físicos, por deslocamentos virtuais mediados pelos computadores. Esta interação virtual já nos possibilita não mais termos que sair para ir: ao banco, ao supermercado, à escola ou à universidade, rever um amigo em qualquer parte do

planeta (vê-lo e ouvi-lo), visitar cidades em tempo real, e entre outras coisas, trabalhar. Ao invés de nos deslocarmos para desenvolver as atividades mais comuns do cotidiano, já conseguimos resolver grande parte de nossa vida por meio dos computadores conectados ou do próprio telefone.

Obviamente o possível aumento do teletrabalho não implicará fim dos escritórios, mas poderá diversificar os locais de trabalho para grande fração da população, (especialmente para o segmento mais dinâmico de profissionais liberais); isso já indicia uma alteração na cidade, na medida em que os deslocamentos e a densidade das áreas comerciais tendem a diminuir. Equipamentos de “telecomputação” cada vez mais portáteis, intensificarão essa tendência para o escritório móvel, no sentido mais literal.

Cada vez mais pessoas trabalham e administram serviços de suas casas, por conseguinte, a centralidade na casa parece ser uma tendência fundamental da nova sociedade. Assim, o novo escritório não seria mais o cômodo à parte. Esta divisão arquitetônica poderá se extinguir? Já que o escritório seria substituído por uma simples tela. As três dimensões do escritório como nós conhecemos poderão ser transferidas às duas dimensões de uma tela, de uma interface que não só substituiria o volume do antigo cômodo, como sua mobília, sua arrumação, seus documentos e planos de trabalho, mas que economizaria também o deslocamento (mais ou menos distante) de seu ocupante. Esta nova reorganização que já está acontecendo paulatinamente poderá alterar, entre outras coisas, as relações de vizinhança. Porém não significará o fim das cidades, mas sim, a necessidade factual de reorganização das cidades.

Os espaços públicos e “semi-públicos” poderão ter extrema importância para as cidades. Seria então, o retorno dos espaços públicos, pois a sociabilidade roubada, sobretudo pelos meios de comunicação de massa, desde a década de 60, seria resgatada por uma necessidade da sociedade de não se tornar transparente, já que a virtualidade é a base do desenvolvimento das novas tecnologias que parecem, cada vez mais, nos cercar de maneira inexorável.

Então passa a ser crucial a discussão de um possível resgate dos espaços públicos, que se encontram hoje por nós esquecidos ou muito pouco utilizados. Creio que a valorização dos espaços públicos e “semi-públicos” será necessária, na medida em que a sociedade se tornar cada vez mais virtual, assim, a necessidade de visualização do físico tornar-se-á imprescindível.

Parece-me então que os museus, os restaurantes, os parques, as praças, as áreas de convivência de modo geral, tornar-se-ão fundamentais em qualquer proposta urbanística a ser desenvolvida

daqui por diante.

Neste panorama parece realmente que as idéias de Le Corbusier atingirão a plenitude. De forma a máquina de morar ser recuperada não como uma cópia, mas sim ser resgatada em sua essência,

Com isto, não seria fundamental começarmos efetivamente propor uma nova forma no planejamento das cidades? Não se faz necessária uma nova cidade, para uma nova sociedade que emerge especialmente dos novos meios tecnológicos e de comunicação?

**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**DESIGN DE  
AMBIENTES**



# A PRESENÇA DOS EQUIPAMENTOS NA EVOLUÇÃO DA CASA BRASILEIRA

**Élida Regina de Moraes Zuffo**

**Prof<sup>a</sup>. Ms. Marta Vieira Bogéa (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

Esta monografia foi elaborada observando a casa brasileira e seus equipamentos, inseridos em um contexto geral, relacionando o objeto estudado com o universo de eventos relacionados, abrangendo uma faixa histórica de passado, presente e futuro, evitando assim visões parciais ou distorcidas e entendendo a arquitetura como um reflexo de uma série de fatores interagentes associados.

Neste trabalho estão destacados dois momentos que repercutiram na melhoria do conforto residencial. O primeiro diz respeito à chegada da energia elétrica no Brasil, no final do século XIX, que além de luz, propiciou muitas facilidades. O segundo momento, mais recente, está relacionado com o avanço da informática e suas derivações, processo iniciado no final do século XX e ainda em desenvolvimento.

A arquitetura, assim como a cultura de uma sociedade, tem uma estreita relação com o meio tecnológico em que se desenvolve. No início da colonização brasileira, os principais componentes do meio tecnológico eram pedra, madeira, terra e ferro, portanto eram estes os materiais usados nas edificações e também nos móveis e utensílios domésticos.

A presença dos escravos era fator preponderante na moradia colonial, tanto rural quanto urbana, pois eles eram os “equipamentos” das casas, exercendo função de ventilador, campainha, descarga, transmissor de mensagens, entre outras.

A arquitetura mundial, e conseqüentemente a brasileira entraram em uma nova fase quando a Revolução Industrial começou a produzir seus frutos. A princípio, sem grandes inovações, pois

a indústria no primeiro momento era apenas um aprimoramento da tecnologia existente, com sua aplicação em larga escala.

Como resultado do aperfeiçoamento de técnicas cada vez mais sofisticadas, surgiram novos materiais, com características não existentes na natureza. Essas inovações foram incorporadas às edificações e logo um novo componente passou a fazer parte da arquitetura: o maquinário, ou seja, equipamentos capazes de auxiliar o funcionamento das edificações, como por exemplo, os elevadores. Surgiram também, gradativamente, aparelhos para auxiliar as tarefas domésticas e as comunicações como o telefone, os vários tipos de fogões, a máquina de costura, a luz elétrica, o rádio, o refrigerador, a televisão e a imensa variedade de utensílios e eletrodomésticos que se aperfeiçoaram com o passar do tempo. A grande maioria destas inovações ocorreu no século XX, que foi caracterizado pelo surgimento da “sociedade de consumo” e também caracterizado como um período de grandes mudanças e descobertas, tanto no campo das construções, como nos meios de transportes, comunicações, ciência, etc.

Paralelamente a esta revolução tecnológica, ocorreram transformações sociais e comportamentais, como por exemplo, a emancipação da mulher, a preocupação ecológica, o movimento gay, e a preocupação com a segurança decorrente da violência das grandes cidades.

Após a era mecânica, iniciou-se no final do século XX (a partir dos anos 70) uma nova revolução, que seria denominada por Alvin Toffler<sup>1</sup> de o início da “terceira onda”, também chamada de revolução digital, decorrente do surgimento da eletrônica e da informática, representando uma sociedade econômica baseada na informação e no conhecimento.

Na década de 90, com a informática já avançada, os computadores chegaram às residências e a Internet se popularizou contribuindo muito com a globalização do planeta e por consequência, o surgimento do “homem-tipo”, do estilo internacional, da padronização dos costumes e cultura.

Conforme concluiu Tramontano<sup>2</sup>, hoje, os habitantes das grandes cidades do mundo assemelham-se cada vez mais, agrupando-se em formatos familiares parecidos, vestindo roupas de desenho semelhante, divertindo-se das mesmas maneiras, degustando os mesmos pratos, equipando suas casas com os mesmos eletrodomésticos e trabalhando em computadores pessoais que se utilizam dos mesmos programas. Isto significa que, aparentemente impulsionada pela evolução dos meios de comunicação em massa, uma enorme transformação de hábitos está em curso, minimizando, inclusive, a influência de culturas locais.

O meio tecnológico começou a se tornar inteligente, ou seja, capaz de reagir a determinadas situações e tomar decisões sem a interferência direta do ser humano, através de sensores de presença e temperatura, além de sistemas biométricos (reconhecimento de voz, leitura de íris, impressão digital, etc). Assim surgiu a casa inteligente, ou seja, a automação residencial. No Brasil, hoje, a automação residencial atinge uma porcentagem pequena (e elitizada) das residências, devendo se popularizar nos próximos anos.

## **OBJETIVO**

Este trabalho tem o objetivo de analisar as transformações do espaço de morar no Brasil, a partir da evolução tecnológica dos equipamentos domésticos. Ao longo da história pode-se constatar que alguns fatores sociais contribuíram para tais transformações, como por exemplo, a abolição da escravidão e a mudança do papel da mulher.

A escolha do tema deve-se ao fato da constatação da necessidade de um estudo mais aprofundado sobre as transformações do modo de habitar da família brasileira. O conhecimento deste processo quase espontâneo torna-se importante ao incorporá-lo na melhoria dos projetos arquitetônicos residenciais, possibilitando traçar o atual programa de necessidades da habitação.

## **METODOLOGIA**

Para desenvolver esta pesquisa foi feito um levantamento histórico da evolução da casa brasileira relacionado com as mudanças sociais, comportamentais e tecnológicas, além de um levantamento estatístico da presença de equipamentos domésticos nas residências, entrevistas com moradores e análises de projetos residenciais, com estudo de uso e ocupação.

## **CONCLUSÃO**

Percebe-se que o momento atual, que pode ser chamado de pós-industrial, caracteriza-se como um período de transição, tão ou mais importante que a revolução industrial, que não se limita à arquitetura ou às artes. Uma nova civilização está surgindo, com novos modos de viver, pensar e produzir que não são compatíveis com a estrutura da sociedade criada nos moldes do industrialismo. Conforme definiram os pesquisadores do Projeto Gérmén<sup>3</sup>, “em transições como esta, é comum ocorrerem situações ambíguas e contraditórias, pois apresentam aspectos do que está deixando de existir e do que está para surgir”.

O desenho do espaço residencial desta população em transformação não se altera no mesmo ritmo. Constata-se que nos últimos anos ocorreu uma diminuição da área das habitações (embora as atividades tenham aumentado), especificamente dos apartamentos das grandes metrópoles, mas as tipologias das construções não se alteraram, mantendo a divisão em três setores: social, íntimo e serviço. Ou seja, mesmo sendo habitado por grupos domésticos diferentes da família nuclear convencional, cujos modos de vida apresentam novas características, o desenho dos espaços desta habitação permanece praticamente igual, sob a alegação de que se chegou a resultados projetuais economicamente viáveis, que atendem às principais necessidades de seus moradores. Uma exceção é o loft que se tornou uma opção ao modelo de residência tradicional, principalmente para quem mora sozinho.

Constata-se que o que mudou efetivamente na casa brasileira foi a sua função e a sua ocupação, pois mudou o perfil da família e o seu modo de vida. Os equipamentos domésticos contribuíram muito para isso. Existe hoje, nos espaços residenciais, uma sobreposição de funções e as pessoas estão realizando em casa, tarefas que eram impossíveis em tempos atrás, graças a estes equipamentos.

A chamada “revolução digital” ainda está em andamento e promete mais mudanças para a habitação. O avanço da tecnologia está propiciando o surgimento de equipamentos sofisticados e inteligentes com o objetivo de melhorar cada vez mais a vida do ser humano, potencializando o conforto.

A tecnologia nada mais é que a extensão do dom de criar. Há quem diga que a tecnologia está sendo usada para o incremento do supérfluo, privilegiando uma minoria e que os recursos produtivos e a capacidade criativa deveriam estar mais voltados para atender às necessidades de grande parte da população (que vive em situações precárias) e para a manutenção do próprio planeta, a fim de viabilizar um mundo ideal para todos.

## NOTAS

<sup>1</sup> Toffler, Alvin. *A Terceira Onda*, 1983

<sup>2</sup> TRAMONTANO, Marcelo. *Novos modos de vida, novos espaços de morar. Paris, São Paulo, Tóquio. Uma reflexão sobre a habitação contemporânea*. Tese de Doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 1998.

<sup>3</sup> Gonçalves Junior, Antônio; Santanna, Aurélio; Carstens, Frederico e Fleith, Rossano Luci. *A Nova Arquitetura*, 1984.

# ESPAÇOS COMERCIAIS CONTEMPORÂNEOS ABERTO X FECHADO: RUA OSCAR FREIRE E SHOPPING IGUATEMI

Mayura Faria Lima da Costa Lins  
Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mônica Bueno Leme (orientadora)

## INTRODUÇÃO

A conformação urbana e arquitetônica desencadeadas após o Movimento Moderno teve como ideologia a padronização universal dos espaços. O “fenômeno da Globalização” surge neste momento rompendo com os valores adquiridos pelos lugares ao longo da história, com o pitoresco, com o peculiar, para dar lugar a ambientes como o *shopping center*. Este empreendimento segue padrões universais. Não importa aonde se vá, a configuração do *shopping* é idêntica, independente do lugar que se situe.

Auto-suficiente, o *shopping center* é um espaço de segregação urbana que reforça as desigualdades sociais, por estar voltado para um público seletivo de maior poder aquisitivo. É um espaço com especificidades próprias, privado e elitista, regido por uma estrutura exclusiva de consumo. Na verdade são espaços confinados e controlados que jamais poderiam reproduzir o dinamismo das antigas e tradicionais ruas comerciais.

Pensando nisso, procurou-se, ao correr das idéias desta pesquisa, desenvolver o tema: Espaços Comerciais Contemporâneos Aberto X Fechado: Rua Oscar Freire e *Shopping Iguatemi*, buscando uma identidade desses espaços comerciais, através da arquitetura e apoiada nas teorias de Frúgoli, James Hillman, Maurício Silva, Milton Santos, Tuan e Yáziqi.

A seleção dos ambientes deve-se, principalmente, ao fato desses dois estabelecimentos compartilharem a função comercial de atendimento ao mesmo público e serem economicamente bem sucedidos, embora apresentem uma configuração espacial bastante diferente. A suposição de que algumas dessas diferenças influenciam diretamente o homem, criando, de um lado,

diversas culturas de rua e, de outro, enclausurando-os, pensou-se em cotejar pontos que unem e separam as pessoas nesses espaços públicos.

Pretende-se, pois, neste trabalho, deter-se exclusivamente no estudo de espaços comerciais abertos e fechados, suas influências sobre o comportamento do homem e mudanças na paisagem.

Espera-se, com esta proposta, contribuir para o estudo de valorização e reflexão do espaço público construído - as ruas comerciais, dotadas de vida e alma.

## **OBJETIVO**

- Analisar e discutir a relação que se estabelece entre os espaços comerciais rua Oscar Freire e *Shopping Iguatemi*;
- Compreender e interpretar criticamente a dinâmica e o sentido desses lugares, com suas influências sobre o homem.

## **METODOLOGIA**

A estrutura desta pesquisa apresenta:

## **INTRODUÇÃO**

1ª. PARTE – Em linhas gerais os PRESSUPOSTOS CONCEITUAIS:

- Considerações sobre o espaço, cultura, experiência, sentido e emoção;
- Histórico das ruas comerciais e shopping centers;
- Resgate das ruas.

2ª. PARTE – Uma visão sobre O ESPAÇO COMERCIAL E SUAS DIVERSIDADES:

- Características da rua Oscar Freire e Shopping Iguatemi;
- Relação desses espaços com as pessoas;

- Pesquisa e questionário sobre os espaços comerciais rua Oscar Freire e Shopping Iguatemi;
- Reflexão acerca da identidade desses dois ambientes.

## CONCLUSÃO

**REFERÊNCIAS** - Seleção bibliográfica que fundamentou esta pesquisa.

**APÊNDICES** – Entrevistas e questionários.

**ANEXOS** – Decreto Municipal n. 42.834, de 06.02.2003.

## CONCLUSÃO

Um estudo mais aprofundado dos ambientes comerciais, rua Oscar Freire e o *Shopping Iguatemi*, possibilitou-nos estabelecer afirmativas em relação a esses espaços e as influências no comportamento do homem.

A primeira consideração é que o espaço influencia positiva e negativamente as pessoas conforme a intervenção que se opera. Numa segunda constatação é possível afirmar que independentemente do espaço ser uma praça, um parque, um edifício comercial, ele precisa estar interagindo com a cultura daquele ambiente, com o sistema econômico e político para que ganhe significado e valor. O espaço retrata o público que dele faz uso.

À medida que se avançou nesta pesquisa foi possível entender que novos espaços, multifacetados, como os shopping centers, trazem uma imagem idealizadora, onde não há vestígio de pobreza para a classe privilegiada, aumentando a desigualdade social. São Paulo configura-se como uma das cidades brasileiras que mais sofreram mudanças na paisagem dando lugar a novas formas.

Em contrapartida, assiste-se ao abandono dos centros das cidades e espaços públicos servindo de ponto para marginais, acentuando a exclusão social na sociedade, bem como a formação de cidades apartadas e a criação de espaços que separam os homens. Teoricamente, as cidades dispõem de instrumentos legais que ordenam o espaço comercial, no entanto não possuem

ferramentas para garantir sua aplicabilidade, gerando o descaso a que as ruas comerciais vêm se submetendo.

Sem a pretensão de apresentar resultados definitivos, tomou-se essa experiência como proveitosa porque mostra o quanto da necessidade de se voltar a atenção para o espaço público dotado de história, de encontros e trocas de ideais sociais para integrar o homem contemporâneo.

Acredita-se ter contribuído para o conhecimento do processo de transformação do espaço urbano comercial e ter reforçado a importância da arquitetura na (re) construção da cultura das ruas, dotando-as de vida e alma, lembrando o que defende Jacobs apud Yázigi em seu livro “O mundo das calçadas” (2000, p. 310-312), “ruas vivas despertam o interesse da cidade, enquanto que ruas tristes entristecem toda a cidade”.

Cabe, então, lembrar os arquitetos, urbanistas e o poder público que quanto mais a sociedade é hierarquizada social, política, econômica e culturalmente, mais requer espaços excludentes, e mais se constrói muralhas, cavernas.

# **ARQUITETURA E IDENTIDADE CULTURAL BRASILEIRA: UM RECORTE NA PRODUÇÃO CONTEMPORÂNEA**

**Paula Maria Magalhães Teixeira**  
**Profª. Ms. Marta Vieira Bogéa (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

### **A BUSCA DA IDENTIDADE**

A identidade cultural de um povo pode ser definida como as características comuns a esse povo. Características que o singularizam, que o diferenciam de outras nações, pelo conjunto de suas formas de expressão peculiares e únicas.

A identidade cultural de um país é o que ele busca de próprio, por meio da adaptação às características naturais, particulares, originais do lugar, e cria, através da inventividade de sua cultura, certos aspectos que formam a força e o caráter do seu povo. Enfim, a busca de identidade reflete a expressão e produção de um povo ou de uma sociedade.

Na arquitetura essa identidade não só é percebida e resgatada pela cultura do povo em sua história e tradição, mas também é criada pela forma como este povo transforma as influências que outras culturas exercem sobre ele. Essa forma particular de adaptação e interpretação, que constrói a arquitetura brasileira é o objeto de estudo desta pesquisa. A arquitetura construída na mistura de influências que mergulhou desde a origem do país, e é resgatada e transformada no trabalho de alguns arquitetos contemporâneos brasileiros. Na escolha destes arquitetos, selecionou-se alguns que buscaram uma mistura do fazer artesanal e local com um olhar contemporâneo. Na análise destes arquitetos procurou-se investigar em seus projetos, em suas influências e em suas realizações o modo como buscaram essa identidade. Como a arquitetura realizada com imposição de culturas externas, soube criar através da interação dessas culturas

uma própria e singular forma de expressão.

Tomou-se como parâmetros de comparação e de reflexão os elementos analisados.

(Planta / Espaço funcional e vivencial, Materialidade, Estrutura construtiva, Estético formal, Ecológico ambiental / Conforto, Identidade cultural).

Os arquitetos estudados e suas produções espelham a tentativa de construir uma arquitetura brasileira, com identidade própria. A grande extensão territorial do país com suas variáveis, trouxe no trabalho de cada um, uma linguagem específica, que enfatiza a diversidade cultural. Diversidade que valoriza a questão do regionalismo como fonte de expressão, mas que por outro lado, também sugere que esse modo interpretativo pode ter suas características comuns. É o que pretende-se descobrir através deste trabalho.

## **OBJETIVO**

Investigar a arquitetura brasileira, tendo como enfoque a identidade cultural e como objeto a produção de 4 arquitetos contemporâneos: Lúcio Costa, Lina Bo Bardi, Zanine Caldas e Cláudio Bernardes.

## **METODOLOGIA**

Estudar o que é identidade, o que é identidade brasileira, a questão da identidade no mundo contemporâneo, a identidade arquitetônica contemporânea, as raízes culturais do povo brasileiro, a influência do meio brasileiro sobre a arquitetura. Fazer uma reflexão sobre arquitetura brasileira. Estudar o trabalho de 4 arquitetos brasileiros contemporâneos, em cujas produções existe uma expressão dessa identidade: Lúcio Costa, Lina Bo Bardi, Zanine Caldas e Cláudio Bernardes. Analisar a produção de cada um e os pontos comuns de seus trabalhos para concluir como essa identidade se manifesta.

## **CONCLUSÃO**

Analisando a produção dos arquitetos, conclui-se que o que têm em comum é o “olhar contemporâneo” sobre essas raízes, a capacidade de converter essas heranças em nova

arquitetura. Existe em suas produções ao mesmo tempo uma tensão interna e uma abertura universal. Uma abertura a outras culturas, característica que o Brasil sempre presenciou em sua história.

A identidade brasileira está na forma como cada arquiteto interpretou essas interferências. E o resultado são arquiteturas distintas, diferentes “Brasis”. A heterogeneidade reflete a diversidade cultural e a regionalização do país.

Na análise individual dos arquitetos observa-se a essência da arquitetura brasileira que cada um apresenta. Lucio Costa resgatou a história da arquitetura colonial e a insere em seus projetos. Lina Bo Bardi retirou da cultura popular brasileira os elementos que utiliza e recria em suas obras. Zanine Caldas tem na madeira brasileira a essência da materialidade que trabalha o espaço de suas construções. Cláudio Bernardes interpretou a natureza brasileira, sua geografia e paisagem e a integrou na sua arquitetura, numa perfeita harmonia.

Lucio Costa foi precursor de uma série de interpretações arquitetônicas que influenciaram os arquitetos posteriores. A incorporação em suas obras do diálogo entre tradição e modernidade transformou o conceito do fazer arquitetura. Valorizou o passado, e contribuiu para que esses arquitetos analisados fizessem o mesmo, porém de forma própria.

Lucio Costa insere elementos históricos, imitando a forma original e transportando-a para o objeto moderno. Retira a forma e sua utilidade, e simplesmente insere-a no conjunto da obra.

Lucio Costa e Lina Bo Bardi registram algumas peculiaridades no resgate da identidade. Lina Bo Bardi também utilizou elementos tradicionais da arquitetura colonial, acrescentando em suas obras elementos simples e populares. Porém fez uma arquitetura mais livre, permitindo uma liberdade formal e compositiva que traduz o espírito brasileiro. Outra referência, foi a ponte entre a simplicidade e pureza da arquitetura luso-brasileira e o espaço moderno que o arquiteto percebeu, e que inspirou Lina Bo Bardi.

Zanine Caldas aprimorou e valorizou sua produção arquitetônica, a materialidade da madeira que Lucio Costa incorporou em alguns de seus projetos. Nesses projetos, Lucio Costa redescobre a madeira e elementos naturais como forma de se integrar à natureza brasileira. A similaridade entre a estrutura de concreto e a estrutura de madeira foi base para o partido do arquiteto nesses projetos. Espaços modernos com elementos da arquitetura moderna, mas com materiais naturais. Posteriormente Lucio Costa utiliza novamente a madeira de forma mais bruta e incorpora

nesses projetos o espírito do homem brasileiro e sua cultura. Referência à arquitetura de Lina ( cultura ) e Zanine Caldas ( madeira bruta ).

Lucio Costa foi uma fonte de pesquisa para o arquiteto Cláudio Bernardes na integração com a natureza circundante, em algumas obras de sua produção.

Lina Bo Bardi e Zanine Caldas têm em comum a rusticidade dos materiais, a valorização da mão-de-obra artesanal e local.

O resgate da cultura indígena através dos materiais utilizados, como palha e sapé e seus desenhos de trançados e tramas foram incorporados aos projetos de Lina Bo Bardi e Cláudio Bernardes. A utilização de cores fortes e texturas é referência para os arquitetos, traduzindo uma expressão brasileira.

A preocupação com a ecologia, a integração do projeto com o meio ambiente, a utilização de materiais naturais, como a madeira, a pedra, fibras, entre outros, a mistura de culturas diversas nos projetos e o resgate da mão-de-obra artesanal e local, estão presentes na arquitetura de Zanine Caldas e Cláudio Bernardes.

A identidade arquitetônica brasileira dos arquitetos analisados expressa-se de forma particular e abrangente ao mesmo tempo, pois a cultura atual permite interatividade e comunicabilidade, e o país possui vasta e heterogênea riqueza cultural.

Redescobrir essa riqueza em suas particularidades e no seu todo é infinitamente possível. O recorte é pequeno, e procurou ter como princípio elementos de raiz, inseridos no contexto da produção arquitetônica do país desde sua formação.

Porém não se trata de uma pesquisa fechada. Podendo dar continuidade à incorporação de outros arquitetos e de outras obras, na busca dessa identidade cultural brasileira na arquitetura.

# CASA ATELIÊ: A UTILIZAÇÃO DO ESPAÇO DE MORAR

**Silveli Maria de Toledo Russo**

**Prof<sup>a</sup>. Ms. Marta Vieira Bogéa (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

As transformações ocorridas na sociedade e na economia, bem como os desenvolvimentos tecnológicos e culturais, influenciam nas formas de viver e habitar, mas mesmo frente a essas constantes transformações, o desenho da habitação continua a seguir modelos tradicionais caracterizados pela tripartição em zonas: social, íntima e de serviços.

Dentro dessa esfera privada da moradia, o espaço de trabalho se tem caracterizado pela definição de sua localização ou pela ausência dela; a sua localização definida, na maioria das vezes, apresenta-se espacialmente compreendida por um cômodo fechado, fixo e isolado, ou por um espaço aberto, como um canto da sala de estar, um mezanino; agora, o indefinido como aquele escritório ou oficina móvel, por aparente falta de escolha.

Notamos que as atividades de trabalho desenvolvidas dentro do contexto residencial assumem feições bastante diferentes entre si; sua inserção na habitação admite uma grande variedade de opções, desde o trabalho manual que exige, eventualmente, mais espaço, até o trabalho intelectual que demanda menos espaço, mas muita concentração.

Como bem coloca Tramontano, em sua Tese de Doutorado,<sup>1</sup> “na sobreposição de funções é, em geral, o trabalho que acaba levando a pior: pára-se o trabalho para que a família possa jantar, ou na hora de preparar refeições, quando um dos ocupantes do quarto quer dormir, e por aí vai. Pode-se, no entanto, afirmar, e com enorme possibilidade de acerto, que a demanda por espaços de trabalho definidos e situados fora do espaço físico do empregador continuará a aumentar, ainda, e por um bom tempo”.

Contudo, acreditamos que situar o ateliê de um artista plástico (pintor) na esfera privada supõe questões específicas, pois para além do convívio com os demais usuários da casa, o artista, ocasionalmente, necessita, por exemplo, receber pessoas para a exposição e comercialização de suas obras. Assim, além do estudo de dados históricos e culturais, e dos critérios de superposição de funções no espaço arquitetônico da casa, tornou-se imprescindível, para o bom desenvolvimento da pesquisa, analisar tipos existentes de casa ateliê, bem como saber das experiências vivenciadas pelos artistas que ali habitam e trabalham.

## **OBJETIVOS**

Objetivamos analisar as casas ateliê de destacados artistas plásticos da cidade de São Paulo contemporânea, tendo em vista o interesse pela investigação do intercurso que nessa sobreposição funcional de usos (casa / ateliê) gera o espaço qualificado; verificando, desta forma, as necessidades e possíveis dificuldades encontradas por esses artistas que fazem do seu espaço cotidiano uma redoma da criatividade.

Pensamos que os resultados obtidos neste estudo acarretaram discussão acerca de possíveis alternativas projetuais de intervenção espacial que atendam a individualidade física das duas funções que, claramente distintas, correspondem a diferentes exigências funcionais, programas e emoções.

## **METODOLOGIA**

A natureza desta pesquisa é descritiva e investigativa; procuramos descrever e contextualizar as casas ateliês elencadas, e, na busca de uma pesquisa elucidativa sobre casa ateliê, analisar projetos editados.

Para dar início ao processo que nos levaria a atingir os nossos objetivos, tornou-se relevante desenvolver inicialmente um levantamento bibliográfico sobre a História da casa brasileira. Iniciamos nossa pesquisa com uma leitura à luz da metodologia de Carlos Lemos,<sup>2</sup> que focaliza os conceitos de habitação num panorama histórico da evolução da casa brasileira; do programa habitacional adaptado à realidade da cidade, dos equipamentos e de suas adaptações, o que muito nos ajudou a contemplar o ato de morar e os critérios de superposição de funções nesse espaço arquitetônico.

Além dessa categoria de análise de estudos bibliográficos, reunimos alguns exemplos de casas ateliê publicados em revistas especializadas, para melhor contextualizar esta fase exploratória, e, dando continuidade a nossa pesquisa, efetuamos um levantamento documental das casas ateliê elencadas, no qual procuramos reunir projetos, fotos, desenhos e artigos publicados, relativos às mesmas.

Para compilar mais informações, realizamos levantamento fotográfico dos espaços visitados, bem como entrevistas informais com artistas plásticos, valendo-nos de registro de dados feito por anotações, que teve como roteiro básico questionamentos sobre o espaço da casa e do ateliê nos seus aspectos físicos e perceptivos. Procuramos com isso, além de conhecer as aspirações de cada artista e verificar como se define a tipologia e os agenciamentos das suas respectivas casas ateliê, observar a utilização dos qualificadores do espaço – pontos de atração e ligação entre a casa e o ateliê, e o desdobramento desses espaços no decorrer do tempo.

E, após leitura e análise dos materiais encontrados no levantamento bibliográfico e documental, na seleção dos resultados obtidos das entrevistas realizadas e no levantamento fotográfico, pôde-se fazer uma exposição e configurar algumas categorias de análise, onde foram apresentadas descrições, avaliações e comparações relacionadas ao nosso objeto de estudo.

## **CONCLUSÃO**

Finalmente, diante da apresentação das descrições e comparações relacionadas a cada um dos nossos objetos de estudo, acreditamos que com a preservação da individualidade física das duas funções e a adaptação desse espaço ao convívio com a arte é que possivelmente se poderá chegar a um ambiente compartilhado entre o artista e seu meio familiar.

Nosso papel como agentes produtores de uma cultura é de perceber o espaço e programá-lo, compreendendo a diversidade de relações que existe entre o homem, seu espaço e seus objetos, para avaliar soluções a um discurso crítico do existente que convergirá na criação de uma arquitetura mais humana.

## **NOTAS**

1. Marcelo Tramontano, *Novos modos de vida, novos espaços de morar*, São Paulo, 1993, p. 351. Tese (Doutorado) Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo.
2. Carlos A. C. Lemos, *História da Casa Brasileira*, São Paulo, Contexto, 1996.

# CADEIRAS MODERNISTAS NO PÓS-MODERNISMO

**Teglis Pepe Barbalho Arnas**

**Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Elaine Caramella (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

A Revolução Industrial ocorrida nos séculos XVIII e XIX foi um acontecimento marcante para a história ocidental, pois introduziu entre muitas mudanças sociais, econômicas e culturais, um novo conceito na arquitetura e, conseqüentemente, no design de mobiliário. Nas primeiras décadas do século XX, o modernismo emergiu com força de vanguarda envolvendo os arquitetos em novas experimentações tanto nas habitações quanto no mobiliário que deveria preenchê-las, e sendo a cadeira o objeto mais estudado e desenvolvido por arquitetos e designers o impacto dessas mudanças se fez presente neste móvel.

Arquitetos designers modernistas como Marcel Breuer, Mies Van der Rohe e Le Corbusier se empenharam em apresentar suas soluções para o novo momento racionalista, criando cadeiras com a utilização de novos materiais, sendo o principal deles o tubo de aço que, através de novas técnicas, foi retorcido criando estrutura de sustentação para o móvel.

As cadeiras modernistas, apesar de seus quase oitenta anos de existência, resistiram à transição do movimento em que foram criadas e adentraram no pós-modernismo com grande expressão e atualmente são encontradas no design de ambientes em vários centros urbanos.

## OBJETIVO

Esta pesquisa busca contextualizar o objeto de estudo por meio de levantamento histórico e mostrar onde e como estas cadeiras estão sendo usadas na contemporaneidade; levantar quem é o usuário atual e por que faz uso destas peças; e realizar considerações finais sobre qual a função das mesmas no design de ambientes pós-modernistas.

## **METODOLOGIA**

- 1) Realização de levantamento histórico quanto ao surgimento e à trajetória deste mobiliário até a contemporaneidade.
- 2) Pesquisa de campo em diversos ambientes: familiar, empresarial e outros.
- 3) Registro fotográfico
- 4) Entrevistas com o usuário e com profissionais que trabalham na produção e distribuição desses produtos.
- 5) Análise comparativa das alterações sofridas nos ambientes e conseqüentemente na utilização destas cadeiras.
- 6) Elaboração de considerações finais resultantes do processo da pesquisa.

## **CONCLUSÃO**

As cadeiras modernistas atualmente funcionam como referencial para o desenvolvimento de novas técnicas, e quando nos ambientes desenhados, compõem um sistema de objetos que qualificam o ambiente através das linguagens.

Não se opondo ao passado, o ambiente pós-modernista serve-se de seu conteúdo para formar novas propostas onde o uso destas cadeiras vai muito além do funcional como no caso dos ambientes onde elas foram usadas para transmitir a idéia de progresso e tecnologia. Neste caso a função extrapola a utilitária e apóia-se na icônica, procurando, através da materialidade e processos produtivos visíveis nas peças, alcançar a atenção do leitor receptor propondo uma interação.

Em alguns ambientes as cadeiras modernistas foram usadas em meio a obras de arte fazendo parte de um conjunto heterogêneo de elementos que buscavam uma expressividade. Agora tais cadeiras estão associadas à função indicial baseada em elementos de expressão.

Nos ambientes residenciais cujos usuários são leitores informados, como por exemplo, os designers, arquitetos e estudiosos das artes, as cadeiras modernistas assumem caráter de símbolo, pois são agregados ao uso funcional valores culturais institucionalizados através de sua natureza pragmática.

As cadeiras de Breuer, Mies e Lê Corbusier, apesar de manterem seu design original, tiveram sua função alterada durante a trajetória dos quase oitenta anos de existência no design de ambientes. Com a explosão contínua e cada vez mais rápida da tecnologia, muitas inovações estão surgindo, porém baseadas em fragmentos do passado numa busca icônica e simbólica que caracteriza o design de ambientes contemporâneo e contextualiza as cadeiras modernistas no pós-modernismo.

**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**DESIGN DO  
PRODUTO**



# **ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO: A IDENTIDADE DO LUGAR – ESTUDO DE CASO – PÁTIO DO COLÉGIO E PRAÇA VILABOIM**

**Dirlene Candia Ferreira da Cruz**  
**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Elaine Caramella (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

A questão da identidade espacial é o cerne deste trabalho. Inicialmente, como hipótese, cogitou-se a possibilidade do mobiliário urbano com design diferenciado ser capaz de conferir alteridade aos espaços e, portanto, uma identidade, como ocorre com as cabines telefônicas em Londres. Já no início da pesquisa, verificou-se, porém, não ser esta hipótese passível de comprovação nos dois casos em estudo, posto que não há a preocupação, por parte do poder público, e tampouco de boa parte da população, com a valorização dos espaços públicos, inexistindo políticas que incentivem a criação de design de mobiliário urbano com a finalidade de diferenciar uma praça, uma rua ou um bairro, possibilitando, assim, a criação de identidade espacial. A identidade é conferida, portanto, por outros elementos, que a pesquisa foi desvendando passo a passo. Na medida em que a pesquisa apontava para um foco diferente da primeira hipótese – o design – e se voltava em direção ao urbanismo, o curso do trabalho também tomou um caráter de análise mais urbanístico e social. O leitor pode perceber a migração da análise para a leitura dos dois espaços e não propriamente para a leitura dos mobiliários que os integra, embora não se possa ignorá-los, pois compõem e modificam o uso dos espaços públicos, por vezes condicionando os usuários a utilizá-los como programados.

## **OBJETIVO**

A pesquisa busca identificar quais elementos conferem identidade aos espaços públicos, especialmente a espaços públicos de uma metrópole como São Paulo. O que leva determinado espaço público a possuir uma identidade? O que produz a diferenciação, o caráter especial e único de cada lugar?

## **METODOLOGIA**

Para responder às perguntas anteriores foi necessária a eleição de dois espaços públicos dentro da cidade; os escolhidos foram o Pátio do Colégio e a Praça Vilaboim. O Pátio por ser um espaço público que sofreu várias modificações no curso da história urbana de São Paulo; hoje é um espaço público de passagem frenética ao mesmo tempo em que é um “lugar” para o paulistano, por representar o início da cidade. A escolha da Praça Vilaboim se deu por ser um contraponto ao espaço histórico do Pátio; é um espaço público mais recente na vida da cidade – recebeu essa denominação na década de 30 -, possui vida boêmia, e a população e os lojistas garantem a sua preservação. Foram aventadas várias hipóteses e para testá-las utilizou-se levantamento fotográfico atual das duas áreas e pesquisa em arquivos históricos de fotos antigas; levantamento da evolução – degradação e revitalização - das áreas em estudo por meio de artigos de jornais de diferentes épocas; conversas informais com os usuários das duas áreas; pesquisa de conceitos como espaço e lugar, público e privado, identidade e identificação, necessários para o entendimento global do que acontece nos dois objetos da pesquisa. Necessária, também, era a compreensão dos conceitos pela ótica da filosofia, da linguagem e pela visão da sociologia.

## **CONCLUSÃO**

Não sendo o mobiliário o responsável pela identidade, então, o que produz a diferenciação, o caráter especial e único de cada lugar? Ao longo da pesquisa concluiu-se ser o uso atribuído pela população o fator de alteração do espaço, criando significados, valores, importância ou desinteresse, identidade ou padronização. Os mobiliários urbanos talvez tivessem um peso significativo na identidade dos espaços públicos, caso houvesse, por parte do poder público, preocupação com ordenação, conservação e produção de mobiliários adequados a cada espaço público ou bairro da cidade; tratamento dos elementos urbanos que levassem a definição da idéia de território comum, por meio do seu desenho e localização, até a formalização da paisagem urbana. Esses mobiliários produziram a identificação da cidade ou, em menor escala, de bairros ou praças. A identidade do Pátio está no fato de ser aberto a possibilidades diferentes de uso e no fato de manter a essência do espaço público: espaço de todos e para todos. É um espaço de passagem, mas com a possibilidade de imprimir novos significados. A Praça Vilaboim traduz sua identidade no fato de acolher no espaço público, usos do espaço privado. A identidade consiste na mescla do público com o privado, na continuidade do público no privado e vice-versa, sem barreira física ou visual. É um espaço que favorece a sociabilidade. A alternância de usos, diurno e noturno, provoca leituras distintas do espaço, e é esta alternância o fator determinante para a sua diferenciação de outros espaços públicos dentro de São Paulo. O paradoxo da calma das manhãs com o agito das noites é uma peculiaridade desse espaço. Na Vilaboim a coisa pública

ganha força e importância em tempos de interiorização da sociedade. Porém, vale lembrar que a identidade não é fixa, vai se construindo e moldando com as trocas de informações processadas ao longo do tempo.

# CONSUMO E PROJETO: GESTÃO DO DESIGN NO SETOR MOVELEIRO

Fabio Yoshio Guerrera Matsunaga

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Lucrecia D'Alessio Ferrara (orientadora)

## INTRODUÇÃO

De que maneira o departamento de *design* interfere na gestão de uma empresa? Esta pergunta faz com que se pense o *design* de uma forma mais ampla, de maneira a relacioná-lo com pontos de vista distintos aos da história do *design* na sua relação com a indústria, levando a inferir possibilidades de atuação que agregam uma nova linguagem interpretativa e propõe novas soluções. O trabalho desenvolvido apresenta uma nova forma de entender o papel do design nas empresas e como pode atuar de maneira mais abrangente nas relações de consumo e projeto. O *design* se insere nas empresas de diversas formas, às vezes mais diretas, outras um tanto quanto restrita, porém permeia as áreas de projeto, produto e mercado; deste modo o “departamento de *design*” atua em uma empresa de forma heterogênea e por vezes desorganizada. A articulação do “departamento de *design*” gera uma interface de gestão, no sentido de uma visão integrada a qualquer fase que implique processos industriais ou imagem corporativa.

A contribuição deste trabalho é identificar uma nova posição do design no meio corporativo. Podemos dizer que o fruto cognitivo das variáveis de um projeto indica o próprio papel do *design*, ou seja, o *design* pode ser visto como signo dos diversos fatores inerentes a ele, porém, ao ressaltar justamente a relação inversa, ou seja, como o *design* trata esta diversidade, encontramos os novos vínculos de influência e atuação corporativa mais importantes.

A palavra gestão está relacionada principalmente ao âmbito da administração de empresas; nesta ótica o que se tem entendido como Gestão do Design é a definição de um processo para gerenciar, uma ferramenta executiva do projeto. Neste trabalho procura-se ser mais amplo, trazendo a Gestão do Design ao nível de cognição estratégica, focado na gestão da interpretação multidisciplinar que o processo do design trata.

## OBJETIVOS

Este trabalho visa identificar de que maneira o design pode atuar em uma empresa. Dessa forma entender os aspectos aos quais está relacionado e entender por onde permeia os conceitos do design.

O trabalho foca a gestão do design no seu âmbito estratégico, ou seja, trata a gestão do design como ferramenta de abordagem e opção estratégica. A idéia da gestão do design mais comumente discutida nos dias de hoje, que trata da parte administrativa, não está no escopo deste trabalho, mas não é colocada como de menor importância.

Distinguir a diferença entre design, desenho e projeto foram imprescindíveis para compatibilizar a linguagem e localizar cada termo no cenário em questão. O recorte feito no setor moveleiro brasileiro funciona como um foco para a análise e torna o questionamento mais objetivo, buscando assim encontrar novas alternativas de abordagem do design frente ao setor.

## METODOLOGIA

A metodologia adotada é contextualizar o design no setor moveleiro de forma abrangente, destacando sua influência e participação na história do setor, formação dos pólos moveleiros na participação do mercado interno e externo, as origens do design e suas influências na indústria e no mercado.

A pesquisa inicia-se a partir da história da indústria brasileira e particularmente da história da indústria moveleira no Brasil. Uma análise histórica é feita para situar em que momento e de que forma o design industrial se insere no setor moveleiro. Partimos da análise da história da indústria moveleira pela sua formação cultural, onde o desenvolvimento industrial foi bem atípico, do ponto de vista da idéia do Industrialismo clássico. Neste princípio analisa-se a significação dada ao design pela indústria moveleira que entende o *design* industrial como um fenômeno proveniente do processo de produção. Esta visão é analisada a seguir pela formação dos pólos moveleiros, pela inserção tecnológica e sua influência nos mercados.

Uma vez entendendo o *design* industrial além do fenômeno proveniente exclusivamente do processo de produção, é analisado um caso onde o design se relaciona com o comércio. A contraposição busca questionar a significação do design dada pela indústria e observar o design

como meio interpretante do setor moveleiro.

## CONCLUSÕES

A pesquisa permite verificar primeiramente que a dificuldade de determinar o papel do *design* pode ser um dos fatores resultantes do conturbado desenvolvimento industrial. No Brasil, quase sempre, o *design* industrial foi estruturado pela indústria, ou seja, a indústria, como um meio interpretante deu significado ao *design*, porém de forma parcial e tão incerta como o próprio desenvolvimento industrial. O *design* colocou-se, desta forma, distante em relação ao projeto e ao mercado, meios os quais praticamente ignorados pela indústria, gerando um conflito para o significado do *design* que sob uma ótica somente industrial, dificulta a interface com o meio projetual e o meio mercadológico. A visão do *design* como mediador entre consumo e produção, necessariamente nesta ordem, permite concluir que o *design* possui uma influência muito mais significativa do que na noção clássica do *design* dada pela indústria, permitindo buscar um novo entendimento do *design* como projeto em busca do equilíbrio entre necessidades e produção, portanto trata-se da busca de uma nova gestão de *design*, que assume sua responsabilidade cultural e o compromisso de projetar uma nova existência.

A possibilidade de perceber que o *design* poderia interferir na gestão de uma empresa ainda que não fosse fabril, só foi possível a partir do entendimento da amplitude do *design* e sua relação com a ação projetual global, destacando principalmente o consumo como ponto de partida. Contrariamente, a visão colocada pela indústria moveleira, o *design* é mediador das relações de consumo, é um canal de mediação com a indústria e tem por objetivo formular o projeto conforme as possibilidades técnicas da indústria. Neste modelo, o *design* passa a ser significado pela indústria, que é flexionada com o propósito projetual de consumo que atenda a ela.

Através do consumo verificamos que há novas possibilidades de inserção e gestão do *design*, não que sejam totalmente novas, pois talvez sempre existissem e não foram analisadas. No intuito de propor uma nova ação para o setor moveleiro, pode-se dizer que esta é uma nova ótica para a inserção do *design*.

Apresento como proposta um modelo, que foi chamado “espinha de peixe”, onde o caminho a percorrer entre consumo, produção e projeto está relacionado com a “cabeça”, as “espinhas” e a “cauda” respectivamente e interligando todas as partes está a “coluna” central que representa o *design*.



Este modelo parece simples à primeira vista, se pensarmos em um simples esqueleto, mas como um corpo vivo, esta estrutura torna-se complexa e qualquer intervenção acarreta conseqüências igualmente complexas e divergentes. Por exemplo, se for invertido o sentido deste modelo, do projeto para o consumo, observaremos a estrutura geralmente apresentada, onde as relações de produção são inseridas em um projeto que parte de uma “cauda” direcionada arbitrariamente para definir a direção do consumo, bem como toda sua estrutura.

Este trabalho contribui principalmente para a busca da compreensão do papel do design e mais do que reagir frente às mudanças econômico e sócio culturais, fazer com que o design e seu pensamento gestor possa influenciar e proporcionar as mudanças.

# **ATÉ QUE PONTO O DESENHO DO AUTOMÓVEL DEVE SEGUIR UM PADRÃO ESTÉTICO A FIM DE GARANTIR A FIXAÇÃO DA IMAGEM DA MARCA?**

## **UM ESTUDO DAS POSSÍVEIS RELAÇÕES ENTRE A IDENTIDADE VISUAL DA MARCA E O DESENHO DE SEUS PRODUTOS**

**Fábio Rodrigues Gosuen**

**Profª. Ms. Marta Vieira Bogéa (orientadora)**

### **INTRODUÇÃO**

Ao longo dos anos, verificamos uma intensa evolução no desenho dos automóveis. No início, sua configuração remetia às carruagens, símbolo de nobreza e sofisticação nos séculos XVII e XVIII.

A partir da massificação da produção automotiva, iniciada no início do século XX com os primeiros passos em direção à linha de montagem, possibilitando a redução nos custos de produção e, conseqüentemente, no preço final do produto (automóvel), o automóvel se tornou acessível a uma parcela cada vez maior da população mundial.

Desde então, o automóvel se tornou um dos mais importantes elementos de afirmação, e porque não, status pessoal da sociedade moderna. Após a II Guerra Mundial, a necessidade de auto-afirmação das nações vitoriosas era imposta pelo desenho dos produtos comercializados na época. O desenho dos automóveis da década de 1950 era um exemplo clássico do excesso de entusiasmo da nação norte-americana. Carros cada vez maiores e apresentando altos índices de consumo de combustível eram reflexo de “uma sociedade rica e sofisticada”.

O consumismo exacerbado se espalhou pelo mundo através de um artifício denominado crédito. Com base nesse princípio, o número de consumidores antes à margem dos grupos de consumo, passou a exercer seu direito de compra, forçando o mercado a criar novidades em períodos cada vez menores. A cada ano, o automóvel passava por mudanças, caracterizando uma imagem em constante evolução, à qual se atrelava a identidade visual de seu fabricante.

Muitos fabricantes passaram a oferecer uma gama maior de veículos à sociedade, tentando garantir sua atenção aos diferentes nichos de mercado. Obviamente, cada produto era único, pertencente a classes ou famílias distintas. Porém tais classes deveriam apresentar características visuais que garantissem sua identificação com os demais produtos da marca.

Com a crise econômica vivenciada nas décadas de 1970 e 1980, o automóvel passou a receber maior atenção voltada aos critérios técnico-funcionais que permitissem a redução do consumo de combustível e à ergonomia.

Ao longo da apresentação, identificaremos alguns casos interessantes nos quais é clara a evolução da identidade visual dos automóveis a partir da qual serão demonstrados alguns exemplos do inter-relacionamento entre a imagem da marca e do produto.

Na apresentação, teremos a continuação do estudo concluído em 2001, quando a monografia sob o título “Até que ponto o desenho do automóvel deve seguir um padrão estético a fim de garantir a fixação da imagem da marca?” foi apresentada.

## **OBJETIVOS**

O trabalho ora proposto tem por objetivo evidenciar a evolução da identidade visual dos automóveis e sua relação com a imagem da marca a qual pertence.

## **METODOLOGIA**

Para o desenvolvimento da monografia em questão, partimos do levantamento de dados para a elaboração do histórico ora apresentado. Decorrente de uma extensa pesquisa de campo e bibliográfica, tal levantamento apresenta evidências a partir das quais foram estabelecidos os estudos de caso.

## CONCLUSÃO

Pelo material exposto durante este estudo, pudemos analisar a relação entre a identidade visual das marcas e a de seus respectivos produtos. Seguindo conceitos estabelecidos pelos departamentos de marketing, as empresas buscam maior reconhecimento perante o mercado consumidor. As ações executadas mostram que todas as marcas procuram manter vínculos estéticos entre seus automóveis, fato que, sem dúvida, contribui para a fixação de sua imagem.

As constantes novidades apresentadas anualmente são reflexos da disputa direta pelo consumidor, e cada vez mais o desenho do automóvel deve exteriorizar os conceitos de sua marca servindo como agente concreto de toda tecnologia e qualidade envolvida em sua produção e utilização.

Em muitos casos, toda linha de produtos da marca tem seu desenho revisto aproximando-os de algum modelo mais recente, capaz de ser o símbolo máximo da marca durante determinado período. Os novos conceitos estéticos da marca se apresentam de forma gradativa até que estejam presentes em todas as famílias de produtos. A recorrência de elementos estéticos em diferentes automóveis garante a esses a rápida constatação de sua marca, porém seu reconhecimento como produto representa apenas uma segmentação do estilo imposto por sua marca. Para se manter dentro dos padrões visuais da marca, o desenho dos automóveis é mantido o mais fiel possível ao tradicional, apresentando muito pouca ousadia.

A identidade do automóvel como produto em si pode ser mantida sem que a imagem de sua marca seja deturpada. Veículos que disputam segmentos diferentes podem apresentar diferentes soluções para seu desenho, pois é de fácil constatação que modelos mais simples não trazem os mesmos atrativos de modelos mais caros e sofisticados.

Cada produto pode representar seu fabricante mantendo suas próprias características visuais como o ocorrido com o Fusca produzido pela Volkswagen. Seu reconhecimento como produto é tão forte que um novo automóvel foi criado na tentativa de se resgatar sua imagem, o New Beetle. Mesmo quando sofre reestilizações, o automóvel pode manter características próprias como as apresentadas no Volkswagen Golf. Suas largas colunas traseiras trazem as mesmas formas desde seu lançamento em 1974.

Dentro do conceito *new edge* apresentado pela Ford, todos os integrantes da linha sofreram profundas modificações em seu desenho, eliminando qualquer vínculo estético com suas gerações

anteriores. Fica evidente a intenção da montadora em fixar sua imagem através do novo conceito, caracterizando seus produtos como extremamente atuais e modernos, reforçando a defasagem da geração anterior.

No caso do Chevrolet Monza, vimos comportamento semelhante ao do Ford Ka porém, dez anos após seu lançamento, houve um redesenho nitidamente inspirado nos modelos criados a partir do primeiro Monza/Ascona (Alemanha - década de 1970). Tal caso nos mostra o comportamento cíclico do desenho dos automóveis, através de suas constantes atualizações em função de uma imagem comum à marca.

O Fiat Tempra de modo análogo traz o mesmo comportamento cíclico, porém tendo sua identidade profundamente abalada em função da nova identidade visual de sua marca, baseada em uma nova configuração estética distinta da existente quando da sua criação.

Assim podemos dividir os quatro casos analisados como sendo representantes de duas ocorrências distintas. Caso no qual a identidade visual da marca é alterada ou atualizada em função do desenho de um determinado modelo, que por sua vez passa a adotar a recorrência de elementos estéticos nos demais modelos que representam a marca, Monza e Ka. O Gol e Tempra apresentam outro comportamento. Suas reestilizações são executadas em função da imagem da própria marca, contribuindo para sua fixação.

Diante das possíveis relações entre a identidade visual da marca e de seus produtos, é fato a recorrência de elementos estéticos/formais que garantem de maneira exemplar a materialização dos conceitos oferecidos pelas montadoras, capazes de diferenciá-las das demais, ainda que tais elementos se desdobrem entre elas.

# MICHAEL THONET E DEZ CADEIRAS DE PRODUÇÃO INDUSTRIAL

Patrícia Miranda de Lima  
Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Lucrecia D'Alessio Ferrara (orientadora)

## INTRODUÇÃO

A Revolução Industrial foi um conjunto de acontecimentos que introduziu na sociedade um novo conceito de consumo, com a visão do lucro pelos produtores. Neste meio, surgiu a função do *designer*, no início com um papel secundário, mas um papel que foi adquirindo importância junto com o desenvolvimento do processo industrial.

O ato de sentar-se, em todas as épocas e culturas, teve um significado de grande importância para o homem. Os objetos para sentar sempre tiveram uma presença forte nas sociedades e, como não poderia deixar de ser, a cadeira é um dos produtos mais estudados e desenvolvidos por *designers*.

No século XIX, numa época em que o trabalho artesanal era extremamente valorizado, Michael Thonet desenvolveu uma linha de cadeiras que constituiriam a introdução do processo industrial na fabricação de móveis, dentre as quais a cadeira Nº 14, de 1859. A cadeira de Thonet tornou-se um paradigma para cadeiras posteriores, mesmo quando fazem dela uma paródia.

## OBJETIVOS

O trabalho procura, comparativamente, aproximar a cadeira Nº 14 de Michael Thonet de dez cadeiras de produção industrial. Aproximá-las na semelhança ou na diferença na forma, no material, no tipo e local de uso, no seu valor cultural, no método de produção, nos destaques e inovações que apresentaram e ainda mantêm.

## **METODOLOGIA**

A escolha da cadeira como tema foi devido ao que o sentar significa desde as épocas mais antigas e à atenção dada a ela pelo homem até hoje. De todos os objetos já estudados, exceto talvez o automóvel, a cadeira foi o que empregou maior esforço, mais recursos, produziu mais desenhos, estudos e textos.

O trabalho foi feito a partir da cadeira Nº 14 de Michael Thonet porque ela teve grande importância ao introduzir a produção mobiliária em série e ao inovar o modo de sentar em um momento social e cultural tão avesso à sua proposta. Com o desenvolvimento da pesquisa, evidenciaram-se outras características de destaque, como, entre outras, a empilhabilidade e a possibilidade de ser montada em casa pelo consumidor, tão importantes no atual mundo da produção industrial.

A seleção dos outros dez objetos de estudo considerou o objetivo do trabalho, envolvendo a forma, o material, método de produção, tipo de uso, ambiente onde será usado, linearidade, continuidade, leveza, ergonomia, valor cultural e inovações. As cadeiras deveriam aproximar-se da Nº 14 na semelhança ou no contraste. A seleção feita, e a forma como está apresentada abstrai o fator tempo, pois a partir do momento em que a tecnologia trouxe novos materiais, novas técnicas permitiram a redescoberta dos já conhecidos e novos resultados tornaram-se possíveis mesmo com técnicas e materiais já existentes, a produção, o material e suas conseqüências formais ultrapassaram o limite cronológico e persistem como idéia e projeto.

## **CONCLUSÃO**

Todos os elementos que caracterizam as cadeiras produzidas de uma forma racionalizada estão ligados, o que caracteriza o processo industrial e o papel do designer no desenvolvimento de um produto. A forma do produto e o material utilizado são ligados ao método de produção. Por sua vez, o material utilizado é ligado à forma do produto, ao tipo de uso e ao ambiente onde a cadeira será utilizada. A forma e os materiais empregados são ligados à linearidade, continuidade e leveza do produto. A técnica produtiva e o material são ligados à ergonomia do móvel, que também é ligada ao tipo de uso que ele terá. Todos esses elementos, juntos com acontecimentos da história do mobiliário e seus decorrentes valores culturais, interferem na função que terá determinada cadeira.

Desde as criações de Michael Thonet, os elementos de maior destaque das cadeiras estão nas diferenças entre elas e nas inovações apresentadas. Michael Thonet inovou em vários sentidos,

e a cadeira Nº 14, entre outras coisas, até determinou uma nova forma de sentar, decorrente do seu desenho. Cada cadeira apresentada trouxe uma característica de destaque ou uma inovação que a remete a Michael Thonet, através da semelhança ou da contraposição de materiais, características e formas.

**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**DESIGN GRÁFICO  
COMUNICAÇÃO,  
ARTE E  
TECNOLOGIA**



# O QUE É DESIGN TÊXTIL?

**Anderson Juarez Cunha**

**Profª. Drª. Lucrécia D'Alessio Ferrara (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

O Design Têxtil é uma atividade de ordenação projetual de elementos estéticos, táteis e visuais para a reprodução, que envolvem tecidos fabricados industrialmente em máquinas de produção em série.

A arte, a arquitetura, o design gráfico e o design de produto, passaram por várias etapas no fluir do tempo e influenciaram o Design Têxtil. Já a economia lhe causou transformações. Com a crise de 29, criam-se estratégias de consumo para escoamento da produção das fabricas, o que resulta em uma máxima valorização da produção em um mínimo pensar “o projeto”. No entanto, sem o projeto, perde-se a oportunidade de gerar-se o novo. O Design Têxtil se instala na indústria sem atividade projetual, e sim como desenho, e tudo é permitido em um ambiente onde se projeta para o rápido desuso.

Esta análise do Design Têxtil traz na prática uma maior consciência para se pensar no projeto como uma necessidade que determina a qualidade têxtil.

## **OBJETIVO**

Estudar a temática do Design Têxtil, dentro de um contexto de mudanças que surgem e modificam: os processos produtivos, a filosofia da produção, a realidade tecnológica (informatização do processo projetual, gerando novos procedimentos na prática social dentro da indústria), e a gestão do design no seu convívio com a sua outra face: o desenho. Como a alta tecnologia e a disponibilidade de novas matérias-primas atuam no Design Têxtil, num mundo de transformações, é preciso definir o que é Design Têxtil na complexidade introduzida pelos materiais velhos e novos.

## **METODOLOGIA**

O método utilizado para o estudo da disciplina Design Têxtil envolve a identificação e especificação de um problema: O que é Design Têxtil?

Obteve-se para o desenvolvimento do trabalho, dados a respeito da história do design, sua fundamentação teórica e prática, e da história da indústria têxtil, através do estudo de bibliografias de autores como: Benjamin, Bonsiepe, Ferrara, Hurlburt, Maldonado, Morin, Munari, entre outros.

A partir da análise destes autores, a pesquisa caminhou na direção de uma visão de Design Têxtil estudado no passado e no presente por dados empíricos e teóricos, na tentativa de obter-se um enquadramento para o problema e uma solução (novas idéias) para a definição do termo Design Têxtil.

## **CONCLUSÃO**

Com relação à prática da profissão de Design Têxtil, conclui-se que seu desempenho se encontra reduzido à reprodução de desenho. Faz-se, portanto, necessária uma mudança na forma de se pensar no desenvolvimento de produtos dentro da indústria têxtil, onde o projeto, que define a qualidade têxtil, irá resultar em um modo de agir e de proceder, dentro de uma visão mais ampla, interdisciplinar e transdisciplinar.

A metodologia deve ser vista como um instrumento reflexivo da prática projetual, tendo em vista que, hoje, os produtos são desenvolvidos de forma acelerada e sem projeto, resultando em erros conceituais e técnicos, que poderiam ser previstos e evitados. Todo projeto de design possui, em si, um sistema de forças atuantes, ou seja, variáveis que regem o desenvolvimento de um produto. Algumas variáveis, no entanto, agem no sentido de quebrar suas estratégias por consequência da imprevisibilidade, assim o projeto ajuda a amenizar estes erros no decorrer do desenvolvimento do produto.

A qualificação dos aspectos de morfologia, composição, construção, utilidade e funcionalidade de um produto deve ser definida pela interação indústria-design-consumidor.

O designer, hoje, trabalha com a informação de forma isolada, não a analisando em sua complexidade. Ele não entra em confronto com os elementos que determinam um produto

industrial, tendo seu campo de atuação limitado ao desenho.

O designer faz uso do princípio de analogia, onde elementos separados “aparentemente”, mas com relações estruturais de semelhança, precisam ser analisados e sintetizados. Esta analogia não se enreda com técnicas de aplicação e de desenvolvimentos padronizados, pois cada empresa possui um modo de proceder. A análise e a síntese resultam em um conhecimento mais amplo, o que leva a se repensar na forma de se fazer Design Têxtil, que se liga ao estudo de novos materiais, processos e técnicas, no intuito de reformulá-lo.

O consumidor não define o produto, quem define é a indústria, alheio a ele. Mas este consumidor, excluído, começa a se aproximar da linha de produção das fábricas graças à tecnologia, que hoje, permite desenvolver um produto personalizado e com preço acessível. A tendência é de a cultura industrial se envolver mais ainda com o cliente e saber o que lhe é desejável. A informatização acelera o processo de ajuda na formação deste novo tipo de público, que busca a exclusividade em produtos, a sua personalização. Esta prática pode gerar uma nova proposta na caracterização do projeto e do produto.

A proposta do conceito colagem no Design Têxtil entra neste processo de repensar a profissão de maneira a introduzir novas técnicas de criação. A colagem propõe a livre montagem entre materiais e tecidos, transgredindo as disciplinas têxteis.

O estudo de novos materiais têxteis (fibras novas obtidas a partir do progresso tecnológico), abre um campo experimental, onde, com a reformulação destas com as fibras já existentes (como as fibras naturais ou fibras antigas), resultam em um fio com possibilidades inusitadas na arquitetura de tecidos, gerando-se produtos contemporâneos, inéditos, onde as características como duração, resistência etc... serão re-significadas. Isto posto, submete-se o tecido à análise microscópica e macroscópica, dentro de sua natureza tangível.

Conclui-se que o Design Têxtil, a sociedade, a economia e a cultura, interagem de maneira dinâmica, mas com o fluir do tempo, esse processo acaba desgastando-se e induzindo à cópia. Portanto, repensar a profissão abre caminho para o entendimento de novos métodos e práticas, ramificando, proliferando e diversificando o seu campo de atuação.

O designer têxtil deve perceber e estudar em que medida novos materiais, métodos e atitudes podem interferir no projeto e em produtos.

# HISTÓRIA EM QUADRINHOS: ELETRÔNICO X IMPRESSO

**Anselmo Gimenez Mendo**

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lucrecia D'Alessio Ferrara (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

A HQ se mantém viva há mais de um século entre os meios de comunicação de massa como linguagem consolidada e amplamente difundida. Na maior parte deste período o aperfeiçoamento técnico e estilístico dos artistas não os levou para longe do suporte papel. No final do século XX o computador passou a ser ferramenta essencial à criação e produção de quadrinhos, o processo eletrônico substituiu o mecânico no fazer artístico, mas os meios convencionais de impressão não se alteraram. Foi a partir da invenção de dispositivos móveis para transporte de dados digitais que uma nova opção se apresentou aos quadrinistas e os motivou à experiência com um novo suporte. Algumas histórias produzidas em computador foram distribuídas em mídias como o CD-ROM, mas não chegaram a ser populares. O fenômeno que definitivamente interferiu no modo de criação e na linguagem dos quadrinhos foi o ambiente hipermidiático que compõe a internet. Os sistemas de distribuição de informação no ciberespaço tornaram possível que a tela do computador fosse utilizada como suporte não apenas à criação, mas também à fruição das HQ pelo público. Podemos encontrar na rede de computadores um incontável número de trabalhos em quadrinhos com os mais variados níveis de adaptação ao meio: desde a simples transposição da história impressa através da digitalização de imagens até histórias com intensivo uso de recursos de animação, som e interatividade. As incorporações feitas pelos quadrinhos na internet levam, de certo modo, à descaracterização da linguagem consolidada pelo suporte papel. A nova forma assumida aproxima as HQ cada vez mais de outras mídias como os videogames e os desenhos animados.

## **OBJETIVO**

A pesquisa desenvolvida para a Pós-Graduação Lato Sensu em Design Gráfico do Unicentro Belas Artes de São Paulo pretende fazer uma reflexão sobre o impacto de uma nova mídia - a

Internet - no processo criativo do artista de História em Quadrinhos.

## **METODOLOGIA**

O trabalho faz um levantamento qualitativo de sites Internet onde são veiculadas histórias em quadrinhos. O universo selecionado para pesquisa (17 websites) tem o objetivo de abarcar a gama de produções de HQ que aproximem, em maior ou menor proporção, a mídia impressa da digital. Por uma ótica fenomenológica pretendeu-se expressar a descrição direta da experiência tal como ela se dá no ambiente eletrônico.

## **CONCLUSÃO**

A HQ na Internet ainda é uma forma de arte em desenvolvimento que, com o tempo, continuará perdendo os vínculos com o mundo dos impressos. O que vemos hoje é uma tentativa por parte dos artistas de adaptar o que se aprendeu em mais de um século, a um novo meio, sedutor e não completamente compreendido. Com uma análise mais crítica pode-se perceber que não é apenas uma questão de mudança do suporte, mas que muitos fatores influenciam o resultado final. Com o passar do tempo os usuários da Internet aprendem a lidar com o veículo e exigem mais do seu conteúdo. Aos poucos todos os elementos característicos dos quadrinhos no papel estão sendo substituídos no meio digital. O formato quadrinhos não deve migrar para lugar algum, já que o papel faz parte de sua essência. O que o computador parece proporcionar são histórias desenhadas, animadas e contadas com algum nível de interação com o leitor, e isto, sem dúvida, se parece muitas vezes com videogames e desenhos animados do que com histórias em quadrinhos. A HQ deve continuar a fazer parte do meio impresso mantendo todos os atributos básicos que a tornaram uma arte rica e sofisticada. Os artistas que almejem fazer parte da vanguarda da criação digital devem aprender a usar a mídia como algo realmente novo e com infinitas possibilidades criativas.

# A LINHA COMO ELEMENTO COGNITIVO

**Cecília Noriko Ito Saito**

**Profª. Drª. Sílvia Laurentiz (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

O interesse inicial desta pesquisa surge das inquietações existentes no exercício da arte educação, particularmente, sob o viés da abordagem cognitiva infantil, das mídias digitais e da utilização da Linha. Desta forma, procurou-se pesquisar suas inter-relações utilizando a “brincadeira” com a Linha e, assim, acrescentar conhecimento à criança. Nesse sentido, o computador e suas propriedades: Multimídia, Hipermídia, Hipertextualidade, Imprevisibilidade e Interatividade poderia ser pensado como ferramenta facilitadora no desenvolvimento das habilidades cognitivas da criança em fase pré-escolar?

A tecnologia informacional confronta-nos com inúmeras incógnitas sobre as interfaces gráficas e a representatividade na mente de seu usuário. A partir dos avanços da tecnologia informacional, podemos traçar um paralelo quanto ao crescente enfoque dado à pluralidade do intelecto, pelo viés dos estudiosos da cognição, sobre “como” e “se” o computador pode auxiliar, no caso deste trabalho, crianças com idade entre três e seis anos. Procurou-se respeitar os estudos propostos pelos cognitivistas, no tocante à capacidade inerente às diferentes fases do desenvolvimento motor, auxiliando a criança, a se expressar, a aprender, a se relacionar, a reconhecer, a representar, através da utilização de um recurso gráfico: a Linha.

## **OBJETIVO**

O objetivo desta pesquisa pautou-se pela busca de entendimento sobre, como a tecnologia digital pode auxiliar uma criança com idade entre três e seis anos no seu desenvolvimento cognitivo, utilizando a Linha. Tendo por base os estudos de cientistas da cognição, como Jean Piaget, Lev Vygotsky, Howard Gardner e Robert Sternberg, além dos pressupostos teóricos de Rudolf Arnheim e Wassily Kandinsky. A elaboração de exercícios experimentais em formato de CD-ROM procurou incorporar algumas das pontuações teóricas em formato de jogo lúdico,

podendo ser utilizado como ferramenta para análise primordial.

## **METODOLOGIA**

O tipo de pesquisa desenvolvida caracterizou-se pela pesquisa teórica, elaborada em três capítulos principais; acrescentando a apresentação dos jogos educativos em CD ROM, que acompanha a pesquisa; e por último, o capítulo conclusivo.

No primeiro capítulo, apresentou-se o conceito de Linha segundo Kandinsky e Arnheim e o que estas representam para uma criança com idade entre três a seis anos, fundamentado pelas pesquisas de Maureen Cox e Florence de Mèredieu, estudiosas do desenho infantil.

No segundo capítulo, a abordagem teórica pontuou os estudiosos da Psicologia Cognitiva, entre eles, Jean Piaget, Lev Vygotsky, Howard Gardner e Robert Sternberg, e de que maneira, suas teorias fundamentaram este trabalho.

No terceiro capítulo, enfocou-se o estudo das mídias digitais, sobretudo, as novas tecnologias e suas propriedades, pelos fundamentos teóricos dos estudiosos que pesquisam as potencialidades do meio.

Na apresentação do CD-ROM, a abordagem ilustrativa procurou situar o contexto dos exercícios propostos com um Fluxograma, ou seja, o mapa explicativo que relacionou cada página seguida da explicação propriamente dita. Ao clicar, o usuário realiza a navegação, percorrendo determinados locais que possibilitam o acesso às páginas contendo comportamentos executados pelo software de autoria multimídia Director, da Macromedia.

## **CONCLUSÃO**

No capítulo conclusivo, verificou-se que, segundo apontamentos do cientista da cognição infantil, Howard Gardner, quando há o devido estímulo em áreas de inteligência específica, ocorre a possibilidade de aceleração às habilidades cognitivas na criança em formação. No contexto deste trabalho, o computador e suas conexões multimídias, possibilitam o auxílio ao desenvolvimento cognitivo infantil. As propriedades multimídia do computador incentivam a criança a lançar-se no exercício. Sons e imagens em movimento são importantes recursos disponíveis que, além de seu poder sedutor, é capaz de despertar relações espaço-temporais diferenciadas.

A interface, pensada como um ambiente agradável proporciona familiarização e interesse à criança, permitindo ampliar a imaginação e o repertório. Hipertexto e Imprevisibilidade permitem que a criança explore o que sinta vontade, no momento desejado, contando com alguns elementos surpresas que a incentivam a prosseguir seu desenvolvimento cognitivo.

# **A INVESTIGAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DE UMA INTERFACE DIGITAL QUE TORNE MAIS AGRADÁVEL A ESTADIA DE CRIANÇAS INTERNADAS EM HOSPITAIS E CONTRIBUA DE ALGUMA FORMA PARA O TRATAMENTO.**

## **“CALENDÁRIO (DIGITAL) DOS SEGUNDOS SOCORROS”**

**Daniela Gumiero Fernandes  
Profª. Ms. Margot Pavan (orientadora)**

### **INTRODUÇÃO**

Ninguém gosta de ficar doente, principalmente as crianças. Isso se agrava quando existe a necessidade de internação e elas precisam ficar afastadas da escola, de seus familiares, amigos, brinquedos e brincadeiras, muitas vezes, não entendem o motivo de tantas mudanças bruscas em suas vidas.

Como definitivamente hospital não é lugar de criança, existem ações do governo e da iniciativa privada, que além de doações de computadores e remédios, auxiliam as crianças a lidar com traumas ligados à hospitalização infantil, como perda de controle sobre o corpo e a vida, atitudes negativas em relação às doenças e à recuperação etc.

Um desses trabalhos é desenvolvido pelos chamados “Doutores da Alegria”. Os Doutores são uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos que realiza cerca de 50 mil visitas por ano a crianças internadas em hospitais de São Paulo, Rio de Janeiro e Recife. Começou quando Wellington Nogueira trouxe sua experiência no Clown Care Unit™ em 1991 e deu início ao

primeiro programa dos Doutores da Alegria, no Hospital e Maternidade Nossa Senhora de Lourdes, em São Paulo (hoje Hospital da Criança).

Por meio de visitas regulares, cooperação com os profissionais de saúde e uma sistemática de trabalho, cuja base é a permissão da criança, eles desenvolvem um trabalho criterioso que necessita de muita dedicação, estudo e constante reciclagem.

A intenção desse projeto é aproveitar a existência de computadores dentro dos hospitais, destinados às atividades educacionais das crianças e criar, baseada no trabalho dos doutores, uma interface digital que proponha brincadeiras, jogos, etc. dessa maneira, mesmo nos dias em que não acontecem as visitas dos doutores, a criança continua sintonizada com os palhaços e mantém viva dentro dela a chama desse trabalho.

## **OBJETIVO**

Esta pesquisa pretende buscar elementos para a criação de uma interface digital que de alguma forma ajude a manter viva a lembrança dos encontros com os doutores, proporcione experiências completas, ou seja, com começo, meio e fim e melhore a percepção dos profissionais de saúde.

Busca estimular o sentimento de superação na criança, procura por meio das atividades propostas transformar as atitudes passivas das crianças em ativas, gerando a expectativa da realização, bem como proporcionar a construção de uma nova realidade onde haja liberdade de interação, e que a criança sintam-se capaz de transcender, de ultrapassar as condições reais na qual se encontra.

## **METODOLOGIA**

Uma parte do conteúdo da pesquisa virá do centro de estudos dos Doutores da Alegria que conta com uma grande variedade de publicações, artigos, vídeos, etc. Depois será feita uma pesquisa com 40 crianças do ensino básico, com idade entre 5 e 6 anos para descobrir quais as coisas e atividades prediletas. Baseado nas respostas e no material coletado com os Doutores, será criada um interface digital que esteja graficamente de acordo com faixa etária escolhida, que siga a linha de trabalho dos Doutores e consiga atender todos os objetivos propostos.

Antes da finalização do projeto, está previsto o acompanhamento a uma visita dos Doutores.

Depois da finalização da interface serão selecionadas seis crianças saudáveis e seis crianças internadas, na faixa etária de 5 a 6 anos, para que sejam feitos alguns testes de usabilidade. Dessa forma pode-se avaliar quanto o projeto atendeu as expectativas iniciais e quais os ajustes que ainda precisam ser feitos.

## **CONCLUSÃO**

Se o projeto conseguir por meio das atividades propostas, envolver as crianças internadas, proporcionando alguns momentos de diversão e entretenimento, com certeza contribuirá com o trabalho dos Doutores, com o tratamento e ainda estimulará essas crianças a construir uma nova realidade dentro e fora do hospital.

Da maneira como este projeto está articulado, não existe similar desenvolvido, portanto os resultados só serão obtidos após os testes com os usuários, no entanto, as expectativas de aceitação são altas, visto que é um público acostumado com esse tipo de recurso.

# O DESAFIO NA EXPOSIÇÃO DE WEBARTE

**Daniella Mesquita Valentin**  
**Profª. Ms. Margot Pavan (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo a reflexão sobre o lugar da webarte, mostrar as dificuldades enfrentadas pelo artista na hora de apresentar seus trabalhos e repensar a forma como a mesma está sendo exposta em museus, bienais e festivais pelo Brasil.

A webarte possui características que a impedem de ser exibida da mesma forma que a arte tradicional. Dentre elas, podemos destacar que é uma arte interativa, inacabada, que requer a participação do usuário e, ainda, requer o diálogo com sites exteriores a ela. Há aqui uma contradição à idéia de museu, que originalmente era uma instituição destinada a colecionar, preservar e estudar arte e, mais tarde, tornou-se um local de contemplação das obras.

Precisa-se também considerar a questão estrutural: freqüentemente faltam redes locais e equipamento adequado para a apresentação da webarte. Ainda, devido a alta tecnologia presente, os artistas são obrigados a procurar patrocinadores para viabilizar suas investigações. Portanto, se uma exposição é patrocinada por uma certa marca, os artistas que conceberam suas obras para uma concorrente, são descartados.

Outro lado do problema a ser investigado está o “espectador”, que também não está necessariamente acostumado a novas tecnologias e se vê intimidado diante da mesma. Não há ainda um trabalho de educação e familiarização, para que estas obras possam ser levadas ao grande público.

Alguns dos recursos mais utilizados para mutilação nas exposições dessas obras são: a retirada da barra de navegação, a exibição em “tela cheia”, a exposição da obra através de um CD-ROM, a desativação do botão direito do mouse. Com isso, a obra torna-se mal representada e, principalmente, descaracterizada.

## **OBJETIVO**

O objetivo deste estudo é uma reflexão profunda sobre a natureza da webarte, o entendimento de suas necessidades, para que então haja uma definição (ou uma tentativa) de um espaço ideal para sua exposição.

## **METODOLOGIA**

Para a investigação houve primeiramente um estudo detalhado da webarte, buscando o entendimento de suas necessidades. Este estudo se deu através de livros, pesquisas e principalmente através de entrevistas com webartistas. Depois, houve um estudo detalhado de 4 obras e a forma como as mesmas foram expostas diante suas características.

As obras foram selecionadas a partir dos seguintes requisitos:

- 1) São de artistas brasileiros;
- 2) Foram expostas em museus, bienais e festivais brasileiros;
- 3) Cada uma delas foi exposta em lugares diferentes e antagônicos, de preferência.

Além disso, cada uma deve pertencer a um grupo diferente, sendo os grupos:

- 1) Com utilização de banco de dados, sem interação;
- 2) Com a interação do usuário;
- 3) Ambiente multiusuário;
- 4) Com ambiente virtual interagindo com o ambiente real.

## **CONCLUSÃO**

A arte mudou. A exposição deve também acompanhar esta mudança, senão esta nova forma de arte perderá seu sentido. É impossível a elaboração de um lugar perfeito para a exposição de qualquer tipo de arte, pois existem diferenças entre elas, e o lugar ótimo para um grupo pode não ser para outro. Porém erros primários estão sendo cometidos e este estudo pretende apontá-los.

# O DESIGN DO CARTAZ DA COCA-COLA NO SÉCULO XX

Elcio Sartori

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Elaine Caramella (orientadora)

## INTRODUÇÃO

A Coca-Cola é um dos grandes ícones do século XX. Esta marca ultrapassou fronteiras internacionais, conquistou jovens do mundo inteiro com seu sabor e a promessa de bem-estar e liberdade. Tornou-se, mais que isso, o símbolo do consumo em massa, do poder da comunicação e da padronização, bem como sinalizou modos de comportamento pelo mundo inteiro.

A *The Coca-Cola Company* não poupou recursos de comunicação. Usou todas as mídias imagináveis para mostrar ao mundo sua marca e seus produtos. Dentre as mídias, o cartaz (certamente a mídia mais democrática que se conhece), teve um papel importantíssimo. E é justamente o design do cartaz da Coca-Cola no século XX como mediador de uma cultura o foco desta monografia.

## OBJETIVO

Investigar como o cartaz da Coca-Cola tornou-se o mediador de uma cultura, pela penetração e fixação de uma marca transnacional. Entre os objetivos propostos, pode-se destacar:

- Analisar as transformações no design do cartaz da Coca-Cola durante o século XX;
- Comparar as linguagens do design - do tempo dos homens lentos ao dos homens rápidos;
- Investigar o cartaz da Coca-Cola como espaço de representação urbano;
- Analisar a difusão de um produto multinacional mediada pelo cartaz.

## **METODOLOGIA**

- Estudar a natureza do cartaz como mídia - meio como mensagem;
- Pesquisa bibliográfica para a história da The Coca-Cola Company e os contextos históricos;
- Estudar o cartaz da Coca-Cola como mediador de uma estratégia mercadológica;
- Fazer um recorte do tempo: do procedimento artístico ao uso da fotografia;
- Fazer uma leitura das relações entre signos verbais e não verbais e suas mutações.

## **CONCLUSÃO**

O cartaz da Coca-Cola teve o poder de imprimir um estilo de vida nos países onde o produto esteve à venda no século XX. Agia não como um espelho, mas antes, como espaço-janela mostrando o prazer internacionalizado, ditando modos por meio de belas imagens guiadas por regras adequadas para culturas mais vulneráveis à sugestão publicitária, tudo sob a égide de uma dinâmica de troca contínua, oportunista, acompanhando os eventos locais ou internacionais, patrocinada por um logotipo único, por uma cor única, por um sabor único e multinacionalmente homogêneo.

Com a passagem para o capital financeiro, saindo do industrial, o que veio dominar foi a lei da oferta e da procura. O produto perde a sua função explícita e a publicidade não vende mais o produto, mas sua imagem, sua *grife* ou seu valor implícito, sua sublimação. Mudou-se o foco da produção industrial unidirecional, cartesiana e homogênea para a troca constante, randômica e híbrida.

“As velhas dicotomias entre cultura e tecnologia, entre arte e comércio, entre trabalho e lazer” são eliminadas. Vale dizer que o cartaz impresso cumpriu seu papel dentro de um universo tipográfico e fotográfico. E sua vocação de origem, ligado diretamente à arte, pode converter-se na sua sublimação próxima, quando se converterá em imagem dinâmica, luminosa, abastecida de informação digital.

Pela sua volatilidade e caráter oportunista, o cartaz tem a chance de se apoderar de elementos quentes da política, da vida social ou do momento ou ainda da região onde se insere, num

diálogo “silencioso” com a comunidade, com o entorno, como um palco de novidades em ciclos esperados (e programados) que produz uma espécie de vício do olhar urbano. Isto agrega valor a esta mídia e abraça o consumidor no sentido de aproximá-lo, torná-lo cúmplice naquele diálogo explícito e público e o torna obrigado ao reconhecimento.

Sob a ótica do design, percebe-se que o cartaz muda sua orientação vertical para horizontal, na medida que o homem ganha velocidade. Assiste-se ao aparecimento da malha rodoviária, quando então o cartaz expande-se para o formato “*cinemascope*”, assume uma característica outdoor, implantado nas margens das autovias de tráfego rápido ou nas grandes vias urbanas, incorporando a programabilidade e a transitoriedade.

O código cromático permanece inalterado independente das culturas locais, bem como uma unidade tipográfica característica. As tipografias mantêm-se uniformes e tradicionais até o aparecimento de campanhas onde a marca transita por diversos suportes e meios. Assiste-se a uma resistência pela incorporação da linguagem fotográfica até uma homogeneização de valores imagéticos, o que certamente colaborou para sua eficácia.

Quando se sabe que o cartaz tem um poder de despertar desejos, uma vez que ele atua diretamente naquele campo das necessidades, vamos entender que ele atua mesmo assim, indistintamente, sobre aqueles que possuem e sobre aqueles que não possuem condições de satisfazer as necessidades despertadas pela iconografia contida num cartaz. Como a repetição é característica desta mídia, esta constante repetição vai acumulando desejos ativados e desejos não contemplados. Isto gera o que os psicólogos bem conhecem como processo de frustração, ou desejos não satisfeitos, repetidamente. Com o tempo, este estado de “não satisfação” pode caminhar para um outro estágio onde a reação é oposta.

Segundo pontua Milton Santos, “durante séculos, acreditamos que os homens mais velozes detinham a inteligência do Mundo”. (...) “o tempo que comanda, ou vai comandar, é o tempo dos homens lentos”. (...) Quem, na cidade, tem mobilidade (...) acaba por ver pouco, da cidade e do mundo”. Os homens lentos são os desprovidos de velocidade ou da mobilidade automotiva. Assim entendido, compreendemos que o homem rápido está sujeito a uma saturação repetitiva a que o homem lento escapa. Fugindo desse universo de racionalidade, o homem lento recria seu imaginário e reinventa seu próprio espaço, distante da luz e alta-precisão dos meios eletrônicos, fugindo do efeito hipnótico. Por esse caminho lógico, acabam por re-significar objetos, por estar descondicionado da cultura de massa. Assim, torna-se capaz de abrir uma margem muito maior para a criatividade. Mas na medida em que um produto popular como Coca-Cola

impregna o espaço urbano com alta saturação de mensagens, por todos os grupos assimiláveis, acaba por colaborar no sentido de provocar reações previsíveis. Portanto, realmente os homens lentos é que possuem a chance de escapar da uniformização imposta pela comunicação de massa.

Numa cultura que glorifica o movimento sobre o repouso, da circulação sobrepujando a produção, da troca constante, onde tudo muda a todo instante, estas mudanças propiciam o estranhamento. Se, por um lado, ela pode levar para uma nova maneira de olhar, ela é capaz também de produzir uma “desculturização”, ou como vale dizer, uma forma de alienação perniciosa ou a perda do poder do indivíduo.

*“Durante séculos, acreditamos que os homens mais velozes detinham a inteligência do mundo. O tempo que comanda, ou vai comandar, é o tempo dos homens lentos. Quem, na cidade, tem mobilidade (...) acaba por ver pouco, da cidade e do mundo”.(Milton Santos).*

# **O ZÉ CARIOCA NO TRAÇO DO CANINI - AS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS DISNEY DE RENATO CANINI**

**Fernando Ventura**

**Profª. Drª. Cyntia Malaguti (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

Uma das principais características dos quadrinhos Disney é que sua produção não é atrelada diretamente aos estúdios da companhia (como no caso dos animados). Esse trabalho fica por conta de editoras licenciadas ao redor do mundo (são ou foram produtores de quadrinhos na Disney, Holanda, Dinamarca, Itália, Brasil, França e Estados Unidos), que já produzem e publicam esses quadrinhos há muitas décadas.

O resultado disso é que com o passar dos anos, cada editora ganhou autonomia. E também, desde o princípio, os artistas puderam desenvolver estilos próprios. Porém, até que ponto esses artistas tinham liberdade na produção, sem ferir o “padrão Disney de qualidade”? Alguns países como a Itália e o Brasil foram mais longe, com uma arte solta e movimentada. Outros países europeus desenvolveram uma linha tradicional, baseada no legado de desenhistas clássicos, como do criador do Tio Patinhas, Carl Barks, ou baseados no traço de Paul Murry, que desenhou o Mickey durante várias décadas entre muitos outros exemplos. Visto em conjunto, o resultado dessa evolução foi de quadrinhos adaptados aos gostos, necessidades e costumes de cada país que os produzem.

Dentre os muitos desenhistas Disney brasileiros, Renato Canini se destacou por seu trabalho ter sido único, inovador, extremamente pessoal e especialmente, por ter uma cara genuinamente brasileira. E foi exatamente por essas características que as qualidades de seu desenho foram vistas de forma negativa pela matriz. O resultado disso foi que Canini foi cortado da série, depois de apenas cinco anos desenhando o Zé Carioca. Em reconhecimento ao seu talento, Canini acabou aclamado, reconhecido e considerado por muitos o melhor desenhista do papagaio.

Ao se falar sobre quadrinhos Disney nacionais, a maior dificuldade é descobrir exatamente quem foram os autores de cada história, já que esses artistas nunca receberam seus devidos créditos. Depois de levantar, classificar e somar o maior número de informações possíveis sobre cada história que Canini desenhou, o resultado é a lista mais completa (por ora...) de seus trabalhos Disney.

É possível dividir os desenhos Disney de Canini em três grandes fases: de 1971 até 1972, quando seu desenho é basicamente experimental; na segunda fase, que começa em meados de 1973 e vai até o ano seguinte, quando Canini já estabeleceu uma esquematização gráfica e seu estilo já se tornou facilmente reconhecível; e, por fim, na última fase (1975-77), quando Canini está no auge, principalmente no que se refere ao movimento e às expressões dos personagens. É também nessa fase que o artista está mais sintético do que nunca e onde as texturas e a estilização são mais criativas e mais bem elaboradas.

Assim como Canini foi um capítulo importantíssimo na história do personagem mais malandro da Disney, o louro também marcou muito a carreira de Canini.

## **OBJETIVO**

Levantar e analisar historicamente, comparativamente e graficamente a evolução e diferencial das histórias em quadrinhos Disney de Renato Canini, produzidas ao longo da década de 70.

## **METODOLOGIA**

Realizou-se pesquisa bibliográfica e de campo, incluindo artigos de jornal, internet e acervos de originais e de revistas em quadrinhos. Também foram realizadas pesquisas e entrevistas com os autores das histórias em quadrinhos estudadas e trocas de materiais entre o autor e Renato Canini, cujo trabalho é a essência da pesquisa. O resultado foi um levantamento histórico e cronológico das histórias Disney de Renato Canini, cruzadas e analisadas com a biografia do personagem Zé Carioca, de sua criação à sua presença na mídia (impressa ou não) nos dias de hoje.

## **CONCLUSÃO**

Waldyr Igayara nunca escondeu sua paixão pelo trabalho de Canini. Em uma dessas ocasiões,

quando entrevistado para esta monografia, confessou: “Vale ressaltar também que eu considero o Canini, que um dia eu tive que tirar da produção Disney por força e pedido dos americanos, como o maior desenhista que passou pela Abril em termos de histórias em quadrinhos de criação, de genialidade e até de desenho Disney distorcido. A Disney precisaria ser um pouco mais flexível para se atualizar e o Canini era uma amostra do que se poderia fazer com isso. Porém, ninguém soube ver isso direito, nem aproveitar essa luz que o Canini trouxe. Por isso, a Disney se repetiu muito, com desenhos muito iguais, muito certinhos, muito obedientes, mas desenhos inexpressivos, criações de pouco valor! Isso falando num panorama geral da marca. Acho que a Disney precisa de uma revolução”.

As palavras de Igayara apontam questões necessárias para a sobrevivência de personagens que se tornaram clássicos. A vida dessas figuras deve ser perene, porém, sua evolução tem de ser constante. Somente assim o sucesso obtido no seu início continuará a vigorar para as novas gerações.

A magia em torno de um personagem é algo complexo, porque não somente as pessoas se identificam com ele, como criam uma ligação profunda e nostálgica com a figura. Por outro lado, a criação é algo muito pessoal, sendo impossível um artista representar da mesmíssima forma que outros criadores um mesmo personagem. A criatividade tende a dar uma nova vida ao personagem. Os novos artistas podem (e devem) despertar os sentimentos nostálgicos de leitores e espectadores quando dão vida aos clássicos. Porém, eles também têm nas suas mãos a incumbência de desenvolver seu potencial criativo e mostrar sua visão do clássico, revigorando-o de pronto, com uma gama quase que infinita de novas influências.

# **INSTITUTOS CULTURAIS: ENCONTRO DO PONTO IDEAL NO ESPAÇO VIRTUAL**

**Flávia Oliveira Moreira Santa Rosa**  
**Profª. Ms. Margot Pavan (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

A tecnologia permite ao homem o deslocamento no espaço virtual e no tempo, possibilitando uma nova visão do mundo. Com tantos avanços tecnológicos e a criação de novos hábitos, nota-se a importância de uma reflexão sobre as possibilidades de uso da Internet.

Com foco em websites de Institutos Culturais este projeto de pesquisa busca o ponto ideal para a divulgação da arte/cultura na web. Mais do que divulgar os eventos dos institutos, o produto desta pesquisa pretende criar uma comunicação eficiente e multiplicadora, evitando o sub-aproveitamento do meio. Estes estudos estão inseridos em duas áreas: design e arquitetura da informação.

## **OBJETIVO**

Investigar websites de institutos culturais, estudar suas particularidades chegando a conclusão do ponto ideal entre eles, além do estudo de novas possibilidades tecnológicas a fim de criar maior interação/proximidade entre os internautas e a arte/cultura. O produto final será a elaboração de uma proposta.

## **METODOLOGIA**

- Seleção de 5 websites de Institutos Culturais: Santander Cultural, Itaú Cultural, Instituto Moreira Salles, Banco do Brasil Cultural e Instituto Cultural Bandepe.
- Documentação dos websites

- Análise da estrutura de navegação, conteúdos e usabilidade.
- Seleção e análise de critérios de avaliação: usabilidade, arquitetura da informação e estética.
- Elaboração de tabela comparativa e conclusão do ponto ideal de cada item.
- Estudo de inovações não presentes nos websites atuais.
- Análise do ponto ideal com base teórica.
- Elaboração de uma proposta.
- Desenho dos wireframes.

## **CONCLUSÃO**

Com este projeto de pesquisa terei uma visão global das etapas para a elaboração de um website. Tenho a oportunidade de me aprofundar nos processos que antecedem a arquitetura da informação e o layout. Muitas vezes no dia-a-dia estes processos são dificultados pelos prazos curtos. Por outro lado, através das pesquisas teóricas, visita a sites e alguns institutos culturais estarei me realizando pessoalmente. Pretendo encontrar o ponto ideal para a divulgação da arte/cultura na web e realizar uma proposta.

# **FRONTEIRAS ENTRE ARQUITETURA E DESIGN: CARACTERÍSTICAS E APROXIMAÇÕES NO INÍCIO DO SÉCULO XXI**

**Frederico Azevedo Marques da Fonseca**  
**Prof. Dr. Carlos Tadeu Siepierski (orientador)**

## **INTRODUÇÃO**

No início do Século XX, com a velha Europa sacudida pela Primeira Guerra Mundial e convulsionada por agitações políticas, surge a Vanguarda Futurista, exaltando aspectos do mundo moderno em uma sociedade industrializada. Por outro lado, na então União Soviética, a ideologia mecânica era representada pela nova pintura abstrata no movimento artístico popular do Construtivismo, aproximando a arte e a arquitetura. Com ele, surgiu uma nova concepção de design na Europa, influenciando gerações de arquitetos e designers.

Com a aproximação da produção artística e industrial, a escola Bauhaus, na Alemanha, desenvolveu o design e a arquitetura moderna, procurando a integração do homem e seu espaço, a busca da funcionalidade e do racionalismo. Enquanto o Grupo De Stijl, na Suíça, influenciado pelo Construtivismo, utilizava as linhas retas e cores primárias nas pinturas. É o Neoplasticismo de Piet Mondrian.

A ascensão do nazismo na Alemanha e o fortalecimento de Stalin na União Soviética causaram tanto o fechamento da Bauhaus quanto uma evasão de artistas para os Estados Unidos. O racionalismo do Modernismo, com emblema americano, penetra em todos os cantos do globo, acompanhados pela cultura capitalista americana, como Levi's e Coca-Cola, substituindo tradições nativas locais e reafirmando a hegemonia das instituições americanas.

No período após a Segunda Guerra Mundial vários acontecimentos mudaram a maneira de pensar. O avanço tecnológico e o marketing em alta rotação consagraram o consumo massivo. Influenciados pela Cultura Pop Americana e o Futurismo, a arquitetura pós-moderna lançou-se

à procura de uma nova estética bem-humorada, assumindo uma linha oposta ao funcional. Era a oposição ao racionalismo da Bauhaus. Na Itália, O *Grupo Memphis*, com características de design inovador, utilizava novos materiais, seguindo estes conceitos de oposição.

Nas décadas de 70 e 80, o ecletismo na arquitetura, buscando motivos históricos, tornou-se restrito e não mais universal. Estas características do Pós-modernismo ganharam uma grande oposição, fazendo surgir na Europa Ocidental e EUA, a vanguarda Desconstrutivista e as tendências para o *Design Contemporâneo*, em uma época de tecno-informatização, com a adaptação do homem às máquinas com relativa rapidez e a marginalização social e econômica muito maior.

O Desconstrutivismo, influenciado pelo Construtivismo russo, com características de ausência de estabilidade, fragmentação e descontinuidade, tornam-se interpretes da sociedade. Mas estes conceitos podem ser aplicados às tendências da arquitetura e do design contemporâneo?

Hoje, livres do papel, texto e imagens são lançados a uma velocidade incrível por meio de redes de computadores. Temos arquivos on-line, web sites e programas de busca. O e-mail substituiu rapidamente o correio tradicional. Em nossa era tecnológica, aqueles que buscam o conhecimento não precisam mais embarcar em viagens cansativas para obter a informação na fonte. Nem mesmo precisam ir a bibliotecas locais. O comércio não é mais impedido pela distância, tendo assim um equivalente virtual. Como descrever estes conceitos e transformações na arquitetura e no design? Estas mudanças na sociedade seriam influenciadoras de novos movimentos artísticos?

Quais seriam as bases desse novo pensamento urbano? Existe mesmo um espaço público urbano global? Que tipo de arquitetura estaria apto a enfrentar um mundo baseado em uma rede de conexão mundial?

Com a *Hipermídia* e o experimental, a arte se adapta ao nosso mundo tecnológico. Nesse contexto, seriam a arquitetura experimental e o design, ambientes híbridos? O arquiteto multimídia Marcos Novak, com sua *Transarquitetura*, nos leva a um novo pensamento urbano, onde comunidades virtuais mudaram a idéia de cidades. Estas manifestações seriam representações de ambientes virtuais neste início de século XXI? Ou seriam apenas movimentos artísticos experimentando novas possibilidades?

## **OBJETIVO**

Investigar as características e aproximações das fronteiras entre arquitetura e design, procurando compreender os movimentos artísticos do século XX e o início deste século, através de conexões com forças sociais, econômicas, políticas e tecnológicas.

Esclarecer as características e transformações da arquitetura experimental, suas conexões com o design digital, e suas adaptações ao mundo cibernético deste novo início de século.

## **METODOLOGIA**

A presente pesquisa parte de uma investigação bibliográfica explorando as características e aproximações da arquitetura e do design, que influenciadas pelo desenvolvimento tecnológico, político e social, marcaram mudanças profundas no século XX e no início deste novo século.

Procuraremos, inicialmente, entender como os movimentos artísticos do início do século XX, frutos de uma sociedade industrial, marcaram o desenvolvimento da arquitetura e do design. Atenção especial será dada ao Manifesto Futurista e como ele influenciou a arquitetura e o design da vanguarda modernista, na Escola Bauhaus e no Neoplasticismo do De Stijl e, posteriormente, os movimentos contemporâneos.

A pesquisa seguirá analisando o auge e a queda do modernismo na arquitetura e no design e suas relações com o capitalismo e o avanço das forças sociais e tecnológicas. A seguir, serão apontadas as características e as críticas ao movimento Pós-moderno na Arquitetura, seguindo com a revolução no design através do Grupo Memphis, na Itália e a Tipografia Suíça, de Wolfgang, buscando a compreensão das transformações ocorridas na sociedade das décadas de 70 e 80. Será feita uma investigação sobre as características e aproximações das fronteiras da arquitetura e do design nas vanguardas dos movimentos contemporâneos, com atenção especial para o Desconstrutivismo e suas tendências.

As mudanças tecnológicas, nossas adaptações ao mundo cibernético, as relações entre espaço urbano e Internet, a interação do ser humano com ambientes virtuais e os novos conceitos e transformações na arquitetura e no design, serão investigados principalmente através da literatura de William J. Mitchell, em E-topia, e Pierre Levy, em Cibercultura e O que é virtual.

Devido a contemporaneidade da arquitetura experimental e a pouca bibliografia disponível, recorreremos a sites na Internet para poder analisar as características da Arquitetura Experimental, suas conexões com o design digital, e suas adaptações ao mundo cibernético deste novo século. Investigamos também como as redes de conexão mundial e outros avanços tecnológicos são conectados a projetos desenvolvidos por Marcos Novak, o arquiteto multimídia, bem como sobre as características das suas Transarquitecturas, arquitecturas líquidas e mutáveis, explorando suas conexões com o ser humano e o ambiente urbano.

## **CONCLUSÃO**

Com a rápida evolução das telecomunicações e a informatização, haverá uma construção global de telecomunicações de alta velocidade, lugares inteligentes e softwares cada vez mais indispensáveis, mudando as funções e os valores de elementos urbanos existentes, reconstituindo radicalmente seus elementos.

Com estes fatores, arquitetos, designers e outras pessoas, redefinirão suas preocupações com os espaços onde passamos nossa vida diária, construindo cidades eletronicamente servidas e globalmente ligadas para este novo século.

Contudo, através da hipermídia, a arquitetura e o design digital se tornam híbridos. O espaço urbano e a arte se adaptam ao nosso mundo tecnológico. Marcos Novak, o arquiteto multimídia, e as Transarquitecturas, arquitecturas líquidas, nos levam a um novo pensamento urbano, onde comunidades virtuais mudaram a idéia de cidades, interagindo com o meio virtual e a cibercultura. São megacidades de comunicação sem fronteiras. Uma arquitetura líquida, mutável, com prédios que se movem, que reagem ao meio, habitadas por comunidades virtuais.

Finalizando, a transformação faz parte da contemporaneidade. As diversas áreas de design e arquitetura se convergem, e poderiam se aproximar para criar novas realidades.

# MONEYGRAFIA: O DESIGN DAS CÉDULAS MONETÁRIAS BRASILEIRAS

Gustavo Augusto Tavares Cavalheiro  
Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lucrecia D'Alessio Ferrara (orientadora)

## INTRODUÇÃO

MONEYGRAFIA foi um trabalho realizado para obtenção do título de especialista em *design* gráfico, em que propus, com a orientação da Profa. Dra. Lucrecia, um estudo diferenciado que até então não tinha sido realizado no meio acadêmico: promover ao *status* de mídia de comunicação um objeto de representação de valor tão usual ao cotidiano popular, como a cédula monetária, analisando suas *nuances*, como meio e objeto e compreendendo como o *design* se impõe nesse veículo.

## OBJETIVO

Nesse estudo, foi traçado como foco central a discussão da utilização da arte nas notas, a fim de encontrar a verdadeira função do *design* nas cédulas monetárias brasileiras. Para responder essa proposta central, foi utilizado como plano mestre, para o estudo, alguns caminhos como:

- a) Estudar a evolução do sistema monetário, com o objetivo de destacar o papel das cédulas na intermediação de valores;
- b) Estudar detalhadamente as cédulas monetárias para apontar as funções de todos os elementos gráficos e a necessidade de utilização desses elementos;
- c) Destacar os elementos da cédula que utilizam o *design*;
- d) Estudar como o *design* foi utilizado nesses elementos das cédulas (comunicação, representação, segurança);
- e) Estudar como evoluiu o *design* na cédula ao longo do tempo (verificar a evolução do

*design* da cédula em paralelo com os movimentos artísticos e a evolução das artes gráficas).

- f) Concluir o estudo da função do *design* na cédula monetária brasileira atual.
- g) Projetar a função do *design* da cédula monetária no futuro, dando uma visão geral do fim desse objeto como meio de representação de valor e indicar estudos que possam ser feitos a partir deste trabalho.

## **METODOLOGIA**

Algumas decisões muito importantes tiveram de ser tomadas antes do início do estudo, para validar todo o processo de seleção de critérios, em que estaria pautada a pesquisa:

- 1) Área de atuação: As cédulas monetárias são objetos que apresentam mais elementos gráficos que as moedas, por exemplo;
- 2) Local: O Brasil é um país muito interessante para esse tipo de estudo, pois com a hiperinflação, foi forçado a substituir diversas séries de cédulas;
- 3) Período: Séries a partir do Cruzeiro I (1944) até Real (2002). As séries de Mil-Réis, anteriores a 44, não possuíam unidade visual e eram produzidas em vários estados, respeitando apenas as características e vontades dos governantes locais;
- 4) Seleção de notas: Para a escolha desses espécimes, foram adotados critérios como:
  - 4.a) Escolher notas que apresentam características gráficas que possam representar toda sua série;
  - 4.b) Observar as notas que apresentam modificações ou avanços em relação a série anterior;
  - 4.c) Juntar as primeiras notas de cada série para não deixar nenhuma série monetária sem análise, mesmo quando as mudanças foram sutis;
  - 4.d) Analisar as notas que inspiraram séries ou outras cédulas futuras.
- 5) Elementos em análise: todas essas séries tinham muitas características que poderiam ser analisadas, entretanto esse estudo tinha focado nos conceitos do design para responder seus objetivos. Assim sendo, foi tomado como elementos a serem analisados:

5.a) Elementos Gráficos – formato, relação de cores, tipologia aplicada e estrutura de diagramação e tipos de papel/materiais;

5.b) Elementos de Simbólicos e/ou Alegóricos – tema, adornos, inscrições legendas, assinatura do fabricante, valor monetário;

5.c) Elementos de Segurança – assinatura ou chancela, índices contra reprodutibilidade, índices de credibilidade e dados rastreáveis da cédula (nº de série, estampa e cédula).

6) Divisão do estudo: o estudo foi dividido em três tópicos, que acabaram virando capítulos:

6.a) A História dos elementos de valor e riqueza - a evolução e substituição dos signos desse sistema de representação, ao longo do tempo. Dando um destaque todo especial ao dinheiro e principalmente ao papel-moeda, propósito desse estudo. A valoração dos objetos e os sistemas de representação de valor - um levantamento histórico focado nas relações humanas de troca de riqueza, que formaram um sistema de intermediação tão complexo quanto o sistema de comunicação.

6.b) O Design no Papel-moeda – foco central desse estudo, apresentou elementos para responder às perguntas sobre a utilidade e a razão do uso do design nesses objetos, abordando alguns tópicos muito importantes: levantamento completo de todos os elementos presentes nas notas e suas funções; determinação das características comuns às séries de notas, para definição de estilos, padrões e “escolas de notas”; quais elementos utilizam o Design; como o Design é utilizado (comunicar, representar valor, representar segurança) e como a arte e o design gráfico da época podem influenciar na representação visual de uma cédula.

6.c) Finalizando, no capítulo conclusivo com a evolução desse sistema e uma projeção do sistema, futuro, de troca de valores sem os objetos de intermediação. Somente após ter analisado o sistema de intermediação, um dos seus objetos de valor, pudemos projetar como esse sistema funcionará no futuro, sem um objeto “intermediador”.

## **CONCLUSÃO**

Ao final desse estudo, percebe-se claramente que a nota de dinheiro é um objeto, um ícone e uma mídia ao mesmo tempo: Objeto, que ao longo do tempo foi padronizado (formato, estrutura de diagramação, material etc.) para atender às necessidades de utilização, e como objeto pode

ser usado até fora de sua função, como papel de embrulho, roupa, peça de coleção etc.; ícone, no momento em que é sinônimo de posse de riqueza, como o ouro e as pedras preciosas, atuando no sistema de significação; mídia, porque usa a comunicação visual para propagar o seu valor agregado, idéias e mensagens dos governantes.

Basicamente, o dinheiro é um objeto representativo de valor, que transmite segurança e confiabilidade ao receptor, além de comunicar informações sobre a unidade nacional ou as personalidades do país.

Infelizmente, de maneira geral, em poucos momentos da História, os responsáveis pela feitura das notas puderam, pensar e apresentar séries coesas, do ponto de vista técnico, mas mesmo assim, podemos observar na divisão das famílias e das classes que existem, ao menos, três grandes períodos distintos na história das notas: o primeiro, um período tradicional e baseado em padrões estrangeiros (Brasil), um período moderno e arrojado (Aloisianas) e um período repetitivo e padronizado (Martinianas). Mesmo assim, não podemos dizer que há uma “escola brasileira de *design*” nas Notas, por não identificarmos aprendizado ao longo do tempo.

Olhando um pouco mais adiante, podemos perguntar se realmente precisaremos de objetos para transferir valor, com segurança. Não precisaríamos andar com nenhum objeto, pois temos características natas que podem nos diferenciar. Alguns avanços científicos na validação do reconhecimento da íris dos olhos e até na obtenção da seqüência genética (DNA), podem produzir equipamentos receptores infalíveis, uma vez que cada indivíduo possui uma combinação genética.

Você seria o seu próprio dinheiro. Voltaríamos a um dos estágios iniciais da troca de valores, em que a riqueza não era representada, mas essas são apenas algumas possibilidades que nos aguardam num futuro, cada vez mais presente.

# **MADE IN BRAZIL – IDENTIDADE BRASILEIRA EM MARCAS DE MODA**

## **HERING | HAVAIANAS | FORUM | ROSA CHÁ**

**Karina Castardelli**

**Profª. Drª. Cyntia Malaguti (orientadora)**

### **INTRODUÇÃO**

Nos últimos anos muito se tem discutido sobre qual a identidade do Brasil no mercado internacional. Produtores agrícolas brasileiros já descobriram o quanto as frutas e outros alimentos in natura são valorizados no mercado externo. Devido ao reconhecimento das riquezas naturais do país, produtos como o café, o suco de laranja, a banana, pedras preciosas, diversos hortifrutis tropicais e até mesmo a carne são exportados do nosso país com uma qualidade que supera, na maioria das vezes, os produtos para consumo interno. No entanto, o índice de exportação de produtos com alto valor agregado ainda é muito baixo. Destacando-se na exportação de grandes volumes de produtos sem marca, o Brasil perde a preciosa oportunidade de oferecer ao mercado internacional bens de maior valor percebido.

A hipótese principal da qual parte este trabalho é a de que o design é ferramenta essencial na construção da identidade brasileira, hipótese essa que partiu da observação de casos bem-sucedidos de exportação de marcas brasileiras que alcançaram reconhecimento no exterior por extrapolarem o conceito de produto e passarem a refletir modos de vida. O sucesso dessas marcas ocorreu devido a ações conjuntas nas quais marketing, publicidade e design foram administrados de modo a interagir para alcançar grandes resultados.

Assim, para esta pesquisa, foi selecionado o segmento da moda e, dentro dele, quatro marcas de reconhecimento internacional: Hering, Havaianas, Forum e Rosa Chá.

A escolha da moda como universo de pesquisa se deu em função do pioneirismo do segmento na adoção de estratégias sensoriais, racionais e estéticas para a exportação de produtos com marca registrada e características tipicamente brasileiras, elevando a imagem do Brasil perante o consumidor estrangeiro. A seleção das quatro marcas como exemplos seguiu o mesmo critério. Todas contam com alto grau de relevância em âmbito nacional e revelaram-se casos bem-sucedidos de gestão voltada para a exportação, uma vez que perceberam o valor de exportar idéias e conceitos em vez de simples produtos.

Principalmente na moda, a criação e a criatividade são tão bem vistas que a própria marca vem adquirindo ainda mais valor quando assinada pelo estilista responsável. Assim, hoje é possível ver a marca Forum, por exemplo, assinada por Tufi Duek como um atestado de autenticidade, ou ainda a assinatura de Amir Slama endossando a marca Rosa Chá. Dessa forma, o produto ostenta na etiqueta, com a marca, o seu valor comercial e adquire, com a assinatura de seu criador, o status atribuído às obras de arte.

Por outra óptica, há os casos da moda popular, dita moda das ruas, como a Hering e as Havaianas. Essas marcas são valorizadas justamente pelas características opostas. Não se trata de obras de arte, mas de objetos do cotidiano que têm lugar na vida das pessoas.

A escolha dessas marcas reforça, ainda, duas das características brasileiras mais marcantes: a diversidade e o contraste. De um lado, o glamour e o objeto do desejo. Do outro, a simplicidade e a popularidade. Ambos refletem o famoso *“Brazilian way of life”* – modo de vida brasileiro – tão almejado pelos estrangeiros.

## **OBJETIVOS**

Este trabalho se propõe a trazer à cena características brasileiras almejadas pelos estrangeiros, mas ainda desconhecidas pelos brasileiros, que, se bem exploradas, podem ajudar muitas marcas brasileiras a se projetarem internacionalmente. A pesquisa visa contribuir para que empresários de qualquer porte reflitam sobre a personalidade e “brasilidade” natural de suas empresas e descubram maneiras de potencializá-las a fim de expor suas marcas perante o mundo, impulsionando, com isso, o crescimento do país.

O trabalho tem ainda como propósito oferecer material de pesquisa a designers e demais profissionais ligados à estética e à comunicação, uma vez que estes conhecem os recursos e métodos capazes de representar os mais valorizados elementos de brasilidade em produtos e

experiências visuais, sensoriais e perceptivas.

## **METODOLOGIA**

É utilizado método dedutivo, apoiado em fontes primárias e secundárias. A seleção das fontes para pesquisa segue processo qualitativo.

## **CONCLUSÃO**

O Brasil ainda não conta com uma imagem de país completamente definida em âmbito mundial. Até mesmo entre os brasileiros é difícil que se chegue a um consenso sobre a identidade do Brasil, que, na maioria das vezes, lembra uma colcha de retalhos, por ser constituída de estímulos e características tão diversos. Dessa forma, tudo o que o país tem e faz de mais exuberante é o que acaba sendo projetado interna e externamente. Seria perigoso atribuir uma identidade ao país com base apenas em características isoladas, as quais já contam com o reconhecimento dos brasileiros e estrangeiros. Poder-se-ia, dessa forma, fortalecer estereótipos que não condizem exatamente com a essência do país e, o que seria ainda mais grave, construir uma personalidade supérflua sobre valores que são dinâmicos e que podem transformar-se com o passar do tempo. Futebol, música, carnaval e floresta Amazônica são, na verdade, manifestações de valores mais profundos e não devem ser tomados como a própria identidade do país.

O fator humano mostra-se como o grande diferencial do país e já se encontra expresso na moda e no design brasileiro. A imagem do país deverá ser revestida de autenticidade e verdade, evitando-se os estereótipos encontrados nos trajes típicos, nas figuras folclóricas e nas festas displicentes como o carnaval e os campeonatos de futebol. Características positivas, autênticas e humanas deverão ser encontradas nas marcas brasileiras de exportação. Cada uma dessas marcas deverá “ler” a imagem do Brasil à sua maneira e transmiti-la com a “linguagem” que mais bem represente a sua própria personalidade, enraizada na filosofia e valores de cada empresa.

Dessa maneira a imagem do Brasil deverá ser enriquecida com valores emocionais inerentes ao povo, tais como a alegria, a jovialidade, o talento, a criatividade e a sensualidade. Será também dotada de consciência ecológica e social, ressaltando a diversidade natural, a exploração sustentável e as raízes culturais do povo.

A principal contribuição do design será transmitir essas características de brasilidade no desenho

de produtos, de marcas e da moda brasileira, projetando muito mais um estilo de vida do que aspectos técnicos, de função ou de uso. O design se fará especialmente útil como ferramenta de diferenciação em um mercado onde a tecnologia iguala a capacidade de função dos produtos.

Ao mesmo tempo que o exercício de criação da “Marca Brasil” requer um olhar intimista, de autodescobrimento, não se pode perder de vista a expectativa do público externo. Assim, ao se projetar uma imagem para exportação, é necessário que se estabeleça um ponto de conexão real entre a imagem do país e a do público estrangeiro. Trata-se de um fator de identificação pelo qual pessoas de outros países consigam se projetar, compreendendo que aquela imagem lhes é acessível e pode fazer parte de sua vida.

Conforme o processo de descobertas e valores universais evolui, os seres humanos buscam cada vez mais o contato com a sua essência e passam a fazer escolhas que venham de encontro a essa expectativa. O Brasil adquire a grande oportunidade de se destacar, neste momento, por poder conter de forma natural, em sua identidade, aspectos estáveis que vêm de encontro às expectativas mundiais: a busca pela felicidade e alegria, juventude, beleza e valorização da diversidade e da socialidade. Essa pode ser a mensagem responsável por conectar os valores internos do país aos anseios do público externo.

Esta pesquisa mostra que a moda já abriu caminho, levando ao exterior marcas e conceitos fortemente enraizados. Hering, Havaianas, Forum e Rosa Chá são quatro exemplos, entre muitos outros, que mostraram que é possível firmar uma imagem positiva do produto brasileiro, representando vantagens para quem vende e para quem consome. A dimensão que se tem como retorno é um mercado de portas abertas para incontáveis segmentos, com produtos e serviços que tenham o dom de cativar o mundo pelo tão almejado estilo de vida brasileiro.

# **A ANIMAÇÃO COMO COMUNICAÇÃO EM MASSA E PROPAGAÇÃO DE VALORES**

## **O CASO BRANCA DE NEVE**

**Lucyana Reimão dos Santos**

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Paula Csillag (orientadora)**

### **INTRODUÇÃO**

Todos conhecem o conto Branca de Neve e os Sete Anões e muitas outras histórias infantis. Essas histórias marcaram a infância e, inconscientemente, contribuíram para a resolução dos conflitos internos, comuns a todas as crianças e que resulta no crescimento e amadurecimento de cada um.

Muitas vezes, os contos de fada são transformados em animação, uma arte fascinante e intrigante que expressa emoções através de personagens bem estruturados e cenários maravilhosos. Nesse contexto, a animação passa, também, a ser um meio de expressão complexo, um espelho da mente humana.

Nunca ninguém imaginou que uma animação pudesse competir com um filme composto por personagens reais, mas Walt Disney começou a sonhar. Em 1937, Branca de Neve e os Sete Anões transformou-se em sucesso mundial da noite para o dia. O primeiro longa-metragem animado, baseado em velhas histórias européias, estabeleceu um modelo de narrativa para crianças. Branca de Neve e os Sete Anões foi o filme que estabeleceu um padrão de pré-produção baseado em extensas pesquisas, exibindo uma animação exuberante, considerado um dos melhores filmes do século XX.

O desenho animado é reflexo e produto dos atos e manifestações do pensamento humano. Ele não está isento das influências da sociedade, pois é expressão dessa mesma sociedade com

todos os elementos que ela compõem, transparentes ou não, conscientes ou não.

Cada desenho é parte do universo das coisas destinadas a satisfazer os anseios do espírito ou do desejo, tão natural como a necessidade de alimentos para que o corpo sobreviva. O cinema satisfaz necessidades humanas originadas da fantasia ou, mais especificamente, da imaginação. Por trás das imagens dos desenhos animados, aparentemente fantásticas, delineiam-se fatos reais, pessoas vivas, produto da experiência pessoal e das observações do autor. O cinema como manifestação do imaginário expressa-se através de uma linguagem acessível às grandes massas: o alcance da linguagem das imagens é muito mais amplo do que as linguagens escrita e oral.

Além disso, a estrutura narrativa e o conteúdo mítico e simbólico dos desenhos animados demonstraram constituir excelente material de uso pedagógico, uma vez que a análise dos mesmos revelou a importância que tem no desenvolvimento cognitivo e no imaginário infantil. Os desenhos animados também reelaboram mitos, símbolos e metáforas que atingem a subjetividade das crianças, auxiliando-as a solucionar seus conflitos internos através de narrativas que tratam do nascimento, da vida, da morte, do herói arquetípico, da Branca de Neve, do príncipe encantado, do amor e outros.

## **OBJETIVO**

Todos que viram o desenho, pelo menos uma vez na vida, reconhecem o trabalho de Walt, mas não sabem os problemas que foram ultrapassados para a realização do projeto. Não sabem, também, a importância de cada técnica de animação utilizada e do lançamento do primeiro longa animado no contexto histórico. Não conhecem o significado de cada personagem na história e como eles são um reflexo da vida de cada um de nós.

O trabalho abordará itens de pesquisa importantes como Cinema e Animação, Fundamentos da Linguagem Visual, Psicologia das Cores, Psicologia e Desenvolvimento da Criança, História dos Contos de Fadas e Vida e Obras de Walt Disney. A partir desses itens e da intenção original de Walt Disney e algumas interpretações da obra será feita uma análise do longa Branca de Neve e os Sete Anões como comunicação social e propagação de valores através da linguagem visual, simbologia e técnicas utilizadas. A análise resultará numa possível interpretação entre as imagens e o significado que essa animação tem em cada ser humano. Assim, pretendo mostrar como o desenho animado pode ser considerado reflexo do ser humano e expressão da sociedade, originados da fantasia e imaginação da mente de cada um e constituído de uma linguagem

universal que alcança as massas.

A linguagem dos desenhos animados está presente no dia-a-dia das crianças, a fim de prepará-las a enfrentar novas realidades geradas pelos meios de comunicação. Nesse contexto, o trabalho abordará a animação como uma nova dimensão de linguagem verbal e sua importância como linguagem visual, proporcionando, também, uma compreensão maior da sétima arte e do próprio ser humano.

## **METODOLOGIA**

Nesse projeto foi considerada a contribuição de autores para a coleta de dados e interpretação, como: Robert Gillam Scott (2000), Johannes Itten (1994), Gyorgy Kepes (1976), Donis A. Dondis (1991), Rudolf Arnheim (1998), John Dewey (1949), Alfredo Bosi (1985), Omar Calabrese (1987), Roger Bastide (1979), Albert. H. Munsell (1913), Helen Bee (1986), Bruno Bettelheim (1980), John Canemaker (1998), Modesto Farina (2002), Ginha Nader (2003), entre outros. Também foi realizada uma coleta de dados através de seleção de livros e DVDs que mostram making of, imagens, descrições, curiosidades, etc. dos longas e curtas da Disney; pesquisa de textos pela internet, livros, revistas e documentários sobre o cinema, o desenho animado, imagem, cor e forma, criança, mente humana, etc.; e questionamentos sobre as visões e percepções dos textos vistos e lidos.

## **CONCLUSÃO**

O cinema, seja sob a forma de arte ou como meio de registro e comunicação, tornou-se objeto de estudo das várias psicologias, servindo a muitos autores como ilustração de diferentes questões psicológicas; construindo exemplos a partir dos personagens, retratando os caminhos e descaminhos da memória na história dos sujeitos, ou simplesmente caracterizando aspectos da vida emocional por meio da própria estrutura do filme. Atores e diretores oferecem filmes nos quais a analogia psicológica tornou-se de grande utilidade para os estudos de interesse clínico-individual, ou de interesse sócio-cultural. Desse modo, a animação também traz a representação das dores da alma por meio de alusões e figuras cuja presença na mente do espectador pode incomodar tanto quanto a experiência do sofrimento real, arrancando-lhes lágrimas e gemidos do corpo.

Além de ilustrar as várias questões psicológicas, a animação reflete a sociedade e cria uma ilusão de que a vida é passada tal como ela. Isso ocorre através da representação de fatos

reconhecidos pelos indivíduos, comuns ao seu dia-a-dia, buscando a credibilidade e fortalecendo a sensação de que o espectador está vivenciando o que está nas telas. O cinema como comunicação em massa também é influenciado pelo grande número de cópias que pode ser feito de um único negativo, podendo, assim, ser levado a um grande número de pessoas em um curto espaço de tempo.

Outro ponto importante é que, há séculos os contos de fadas possuem uma grande função. As pessoas ficam fascinadas com essas histórias que têm sido passadas; tanto via oral quanto por animação, de geração para geração. Muitas pessoas analisam cada parte de um conto a fim de encontrar as mensagens e isso pode ser muito instrutivo. Assim, essa tradição pode ser considerada uma forma de testamento, poder e influência, sendo considerada uma propagação de valores que se modificam com o passar dos anos, adaptando-se à evolução da sociedade e do ser humano em questão.

Concluindo, a animação *Branca de Neve e os Sete Anões*, além de apresentar inovações no aspecto da animação e ser considerada um marco para iniciar a linha de longas-metragens, resolvendo assim a crise dos desenhos animados de curta duração, cujos custos de realização aumentavam mais do que os lucros provenientes desta forma de produção, serviu como comunicação em massa e propagação de valores. Esse longa conseguiu atenção pela presença de desenhos representando humanos com grande naturalismo, pela perfeita estruturação e adaptação de roteiro, personalidade e traços dos personagens, um estudo de cores como meio de expressão; e criou laços com o público, agradando tanto crianças quanto adultos. Portanto, a animação *Branca de Neve e os Sete Anões* tornou-se uma obra-prima do cinema mundial, consagrando Walt Disney, inovando e estabelecendo a base para outros longas e trazendo um público perpétuo com o renascimento do gênero.

# **IMAGENS DIGITAIS E ABERTURA DE NOVAS ÁREAS DE ATUAÇÃO PARA DESIGNERS PROFISSIONAIS**

**Marcio Corrêa da Silveira**

**Profª. Ms. Margot Pavan (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

Em um cenário de transição tecnológica tão acentuado cresce a necessidade de criação de diferenciais nos laboratórios fotográficos, onde viver basicamente de cópias 10 x 15 cm torna-se inviável para justificar o investimento em novos equipamentos, tecnologia e treinamento especializado, levando em conta um salto de 250 mil câmeras digitais em 2003 para mais de 1 milhão de câmeras vendidas em 2004 e uma população de 792 minilabs<sup>1</sup> no Brasil. Essas novas necessidades fazem aumentar a demanda de serviços digitais nos laboratórios de fotografia, como cartões de visita, calendários, álbuns personalizados, scrapbooking, minibanners e uma infinidade de outros produtos gráficos, transformando alguns laboratórios digitais em gráficas de pequeno porte para pequenas tiragens, criando diferenciais de serviços e atendimento que são fundamentais para o crescimento do negócio. Discussões sobre design dentro do mercado fotográfico brasileiro ainda são pequenas, mas já existe interesse dos lojistas e operadores de estações digitais em estar interados com as novas tendências. Infelizmente ainda existe pouca massa crítica neste aspecto e é necessário criar uma percepção favorável a esta questão.

Em todos os mercados a busca por design é essencial para sustentar uma boa estratégia de marketing. Um material bonito, com certeza, vende muito mais que outro esteticamente mal acabado e a busca por profissionais da área de design, em todos os setores, já é colocada como uma das prioridades.

## **OBJETIVOS**

Esta tese mostrará aos designers profissionais que o mercado fotográfico brasileiro já é um

nicho de atuação para eles e que muita coisa nova já vem sendo feita e que ainda há muito a se mostrar aos lojistas do mercado fotográfico. Nessa nova configuração de mercado é necessário pensar em design gráfico com muito mais cuidado e investir nessa área para melhorar a qualidade de seus serviços e produtos.

## **METODOLOGIA**

Além de pesquisa na bibliografias levantadas, serão realizadas entrevistas com profissionais chaves do mercado fotográfico e designers.

### **1. Especialistas de mercado**

Objetivos: Aprofundar o conhecimento das peculiaridade do mercado fotográfico, descobrir quais as expectativas de um mercado que sofre uma profunda transição tecnológica e quais as expectativas para o mercado futuro pós-tecnologia digital.

### **2. Fotógrafos profissionais**

Objetivos: Descobrir como se deu a transição do trabalho de alguns fotógrafos para o digital e conhecer o trabalho de profissionais que já utilizam o design para melhorar a qualidade dos produtos oferecidos.

### **3. Lojistas (possuidores de minilab digital)**

Objetivos: Mapear se os lojistas já possuem a percepção da importância do design para o desenvolvimento de produtos mais vendáveis e com maior valor agregado, se já estão implantando esse tipo de serviço e como estão fazendo isso.

### **4. Designers profissionais**

Apontar claramente para os designers que já existe uma oportunidade de negócio neste novo mercado de trabalho.

## **CONCLUSÃO**

A questão do uso do “design” deve ser aprofundada dentro do mercado fotográfico brasileiro. A maioria dos lojistas e donos das grandes redes de fotografia ainda não tem uma noção exata do que é design nem do que é visualmente bonito e de que tipo de trabalhos pode ser realizado em seus laboratórios, assim como os designers ainda não tomaram conhecimento da potencialidade do ramo fotográfico. Os minilabs digitais (equipamentos responsáveis pela revelação das fotos digitais) possuem uma infinidade de recursos a serem aproveitados mas, na maioria dos casos, são muito pouco utilizados.

Enfim, em uma nova realidade de mercado, o investimento em design se torna fundamental, os empresários do ramo já estão descobrindo isso e este trabalho pretende ajudar os designers a abrirem os olhos para as novas oportunidades.

## **NOTAS**

<sup>1</sup> Números – Performa, suplemento especial Revista Fhox

# O BIT NOSSO DE CADA DIA

**Martha Carrer Cruz Gabriel**

**Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Elaine Caramella (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

A Revolução Tecnológica e os efeitos da Vida Digital já estão inseridos na nossa cultura há mais de uma década, no entanto esta inserção evoluiu de modos e níveis de desenvolvimento completamente diversificados no tempo e espaço. Temos hoje culturas que são completamente inseridas e dependentes de tecnologia digital, como a japonesa, por exemplo, coexistindo com culturas onde na realidade nem a revolução industrial aconteceu ainda, como em diversas regiões da África.

Neste contexto da vida digital, o advento da internet comercial (que ocorreu por volta de 1995 nos Estados Unidos e 1997 no Brasil) funcionou como um catalisador do uso e desenvolvimento das tecnologias digitais tanto no tempo como no espaço, além de funcionar como a “costura” que começou a formar o real tecido da cultura digital mundial. Antes da internet, a vida digital era composta de nichos isolados interligados precariamente por processos muito dependentes de conversões do tipo “Material para Digital” e “Digital para Material”. Somente com a Internet começou a ser possível uma existência de processos e vida inteiramente no mundo digital. A estrutura espontânea que possibilitou e deu corpo e forma à vida digital, criando o tecido digital global, a Internet.

As mudanças culturais implícitas na incorporação da vida digital no nosso cotidiano são drásticas, complexas e irreversíveis, redefinindo valores antigos e criando valores, necessidades e hábitos novos, que afetam não somente o modo como as pessoas vivem e se comunicam, mas principalmente como pensam.

## **OBJETIVO**

O presente trabalho tem como objetivo analisar em que medida a Internet, através da formação do tecido digital que interliga o planeta (que ainda está em formação), afeta e altera nosso cotidiano, no que se refere à nossa interação com o ciberespaço, que está se tornando o lugar onde tudo acontece, e onde a relação tempo/espaço muda radicalmente em relação às revoluções industrial e elétrica. A primeira tem uma relação íntima com o tempo, e a segunda com o espaço. Nesta revolução tecnológica onde a vida digital realmente acontece, tempo e espaço fundem-se no tecido digital global.

## **METODOLOGIA**

A metodologia de pesquisa foi mapear a evolução da estrutura da Internet, avaliar como a percepção e nossos paradigmas são alterados na vida digital, e então analisar as mídias e meios de comunicação na Internet e a sua convergência. A análise da convergência biológica e digital que é levantada no final do trabalho pincela a ligação entre as duas revoluções que estão acontecendo quase que simultaneamente neste início de milênio – a revolução digital (através da Internet) e a revolução biológica (através do mapeamento do genoma humano).

Para tanto, o capítulo 2 estuda a evolução da estrutura da Internet através de um interfaceamento com a geometria, onde podemos ver a penetração e desenvolvimento da Internet, e qual sua tendência evolutiva. A passagem da Internet de um estado linear e simples nos seus primórdios em 1995 a um estado complexo e fractal que vemos surgir atualmente, possibilitou a transformação de uma forma de vida digital simples para uma forma complexa que tende cada vez mais a “imitar” e a atender à humanidade não linear, complexa, e irreversível, expandindo os limites de interação para muito além do que qualquer outra estrutura de comunicação ou processo digital havia permitido até então.

No capítulo 3 é feita uma análise de como a percepção se altera na era da Internet, e como a vida digital altera nossos paradigmas.

No capítulo 4 são analisados as mídias e meios de comunicação na Internet, bem como o processo de convergência das mídias. Através dessas análises é possível mostrar como a comunicação está mudando em uma velocidade frenética e irreversível, num processo revolucionário no qual estamos todos completamente inseridos, quer queiramos ou não.

O capítulo 5 traz à tona a ligação entre a revolução digital e a revolução biológica. A possibilidade de interligação entre Genes e Bits indica que o corpo humano, e numa segunda instância a mente humana, serão o próprio ciberespaço. Desta interligação entre homem e máquina espera-se no mínimo a solução para alguns problemas humanos antigos, tal como a cura de doenças através de clonagem de órgãos ou sua substituição por chips. Os mais extremistas acreditam que esta seja a solução para um dos mais antigos dilemas humanos – a morte. Este capítulo analisa tendências para o futuro digital baseadas em parâmetros iniciais definidos e algumas regularidades observadas, portanto, essa análise funciona exatamente como um fractal complexo com atratores, conforme estudado no capítulo 1.

## **CONCLUSÃO**

A conclusão apresentada no capítulo 6, de que nosso cotidiano está sendo transferido para o tecido digital global numa velocidade frenética e que as tendências preconizadas para o futuro do homem apontam para uma vida cada vez mais digital, são os novos aspectos do paradigma da vida digital. Novos paradigmas, novas formas de viver.

# O OUT-DOOR E A CIDADE

**Rosane Beatriz Zanetti Putz**

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lucrécia D´Alessio Ferrara (orientadora)**

## INTRODUÇÃO

Entendendo a cidade como um sistema gerador de linguagem, formado por inúmeras linguagens que se somam e se processam, levantou-se o seguinte questionamento: que diálogo o out-door mantém com a cidade?

O tema out-door foi escolhido porque, além da utilização do design gráfico, constitui um elemento gráfico na paisagem que não sugere meramente impacto visual, mas uma transformação desse elemento visual em informação, em todo seu potencial expressivo e comunicativo.

Para este estudo foi necessário decodificar e entender a lógica dos muitos elementos do out-door e da cidade enquanto paisagem urbana e como se estabelece a sintaxe entre eles. Por isso é necessário reconhecer o ambiente, o local em que esta interação se dá, e então, obviamente optou-se pela cidade de São Paulo. Era preciso um instrumento que permitisse ver o local. Assim produzimos um pequeno acervo fotográfico - aproximadamente 300 fotos - que se prestou para ilustrar e foi o objeto que sustentou a comparação e análise. Contextualizados em suas características físicas (preponderantemente de visibilidade, exponibilidade e legibilidade) segundo o ambiente, foram selecionados quatro espaços na cidade, que julgamos referência para o estudo da questão.

Embora este trabalho aborde o out-door sob muitos aspectos e se reconheça que sua linguagem e apresentação possa estar carregada de elaboração estética e ainda tenhamos facilidade em traçar um paralelo dessa manifestação com a pop-art, não faremos relação dessa prática com o campo da arte, por entender que fugiríamos do foco de interesse estabelecido.

## **OBJETIVO**

Esta monografia estuda o out-door em sua relação com a cidade, seu significado e sua interação com o meio urbano, através de uma análise dos muitos elementos dessa mídia e da cidade, enquanto paisagem urbana e canal de comunicação, gerador de inúmeras linguagens e conseqüentemente informação; e como se estabelece a sintaxe entre ambos.

Assim, tece algumas considerações sobre publicidade, estuda o out-door como um todo, ainda que em linhas gerais, seu contexto histórico, sua técnica e sua linguagem. E finalmente apresenta estratégias e contextualização para a decodificação dos elementos citados.

## **METODOLOGIA**

A Proposta de Análise: O diálogo entre o out-door e a cidade.

Para apreender a informação do espaço, é necessário fragmentá-lo, recortá-lo para melhor decodificar a informação. É preciso romper a homogeneidade da paisagem e descobrir seus lugares nos quais a informação pode se concretizar.

Neste sentido, a fotografia é a possibilidade de focalização de aspectos perceptivos da realidade; a fotografia congela a realidade no espaço e no tempo. Aprisiona a informação de um momento que neste caso se mostra fugaz, e se torna instrumento de análise do ambiente urbano apenas daquele momento - são muitas as variáveis a que se submete a leitura do ambiente -, mas com possibilidade de garantir a informação colhida como um todo.

A análise do conjunto de fotos teve 3 focos básicos para seleção:

- diálogo intra-elementos - cartazes em que seus elementos internos despertassem \interesse na discussão enquanto linguagem: estudou-se a organização e, conseqüentemente, sua sintaxe e leitura.

- diálogo entre elementos - a inter-relação entre um cartaz e outro, não somente quando a mensagem era distribuída entre 2 ou mais cartazes, como também, quando eles se relacionavam meramente por estar coincidentemente lado a lado, destacando-se ou anulando-se mutuamente, de forma que a relação de um com o outro gera outra informação

que não aquela contida dentro de cada um separadamente.

- diálogo contextual - o cartaz e os outros elementos de seu entorno e a interferência neles. Neste caso, entra a questão da visibilidade / exponibilidade e a relação do out-door com o lugar em que figura.

A análise parece coerente se feita de forma simultânea, uma vez que elementos internos e externos se relacionam, pois interferem-se mutuamente, porque enquanto “objeto percebido”, não é possível separá-los, no ambiente.

Desse modo, a percepção ambiental, enquanto forma de produzir informação, depende da tradução em signos, e imagens. Na tradução feita através do registro fotográfico, é indispensável admitir certa liberdade do fotógrafo, uma vez que este registro da cena não é apenas documental, mas carrega sobre si toda uma carga interpretativa da realidade. Ela, por si só, já é leitura, podendo, enquanto signo interpretar e ser interpretada.

Porém, a fotografia mostrou-se insuficiente para demonstrar a velocidade e o ritmo das passagens pela cidade. O vídeo, então, se prestou ao papel de instrumento de pesquisa para possibilitar a análise da leitura em movimento contínuo ou nas paradas em semáforos. Embora ele não esteja isento de carga interpretativa, é um documento que serve para mostrar uma dimensão a mais da informação – as variáveis velocidade, tempo e som – geradas no contexto social urbano.

Por outro lado, é possível perceber a freqüência da exponibilidade de um cartaz. O modo como um mesmo cartaz “habita” a cidade, ainda que esta leitura se mostre dentro de um leque de possibilidades em função da dinâmica da cidade. Um mesmo cartaz será sempre lido de forma desigual, sob diferentes luminosidades, horários – que interferem na velocidade de trânsito -, sob diferentes situações climáticas, confrontados com outros cartazes, construções, cores e equipamentos da publicidade urbana, mutantes ao seu redor. A cena torna-se única.

Enfim todas as forças que atuam sobre o espaço urbano implicam na possibilidade ou não da percepção de um cartaz, bem como na sugestão de significados e informação, apreendidos na leitura do ambiente e em seu uso.

## **CONCLUSÃO**

O usuário constrói uma rede de interpretação do ambiente urbano, onde o out-door, faz parte

dele, fundamentada na sua própria experiência. Portanto, não é possível prever sua interpretação e conseqüentemente os significados gerados por essa rede de significações.

O out-door está “colado” à cidade, é impossível falar dele sem falar da paisagem urbana ou na relação com outros signos e imagens que formam o ambiente urbano. Como todo signo interpreta e é interpretado, e no caso do out-door isto ocorre em relação ao ambiente urbano, ele acaba sendo reflexo da cidade, e por extensão da sociedade, ao mesmo tempo em que é refletido por ela, enquanto canal de comunicação. Ambos se denunciam mutuamente, e a cidade no seu contexto urbano social é o canal que os medeia. É o espaço do diálogo, em que a cidade fala para a própria cidade.

A paisagem urbana apresenta a própria cidade como linguagem, e as associações de idéias e interpretações tornam uma forma de conhecimento gerado em muitos níveis e re-conhecimento do próprio espaço social. A vitalidade dos cartazes espalhados pela cidade, nos mostra o que a sociedade deseja, pensa, despreza, seus valores, escolhas e tendências. Descreve ainda a interferência de suas imagens em nosso cotidiano, como referencial estético e plástico.

Apesar de sua constante mudança, sua saturação por vezes não nos permite distinguir elementos novos no conjunto geral da paisagem, passam a ser rotineiros, acostumamo-nos a eles, incorporados que estão no ambiente, esquecemo-nos deles, absorvidos por nossas atividades cotidianas nas passagens pela cidade. Isso não quer dizer que nos furtemos do efeito que nos causam, atuam sobre nosso conceito estético, independente de estarem dirigidos a nós enquanto possíveis consumidores de tal “coisa” anunciada. Criam padrões de decoração (ou diagramação) na cidade. Através deles podemos verificar procedimentos de aprendizagem, aquisição e desenvolvimento de possibilidades de expressão: a proposta de impacto, o apelo visual, o conceito de estrutura dinâmica, o chamar atenção, tentativa de quebrar ou reforçar hábitos de leitura e escrita visual e verbal, negar formas convencionais de linguagem e expressão e recriá-las sob novas formas, numa espécie de metamorfose, mostra o caráter de linguagem e todo um processo de comunicação que a paisagem urbana nos oferece. Mais do que isso, na medida que trabalha o conceito coletivo, acaba por envolver a todos, é um signo da cidade. É um símbolo da metrópole, um signo do nosso tempo.

**INPG**

**IV congresso de  
iniciação científica**

---

**I mostra de  
pós-graduação**

---

**ESPAÇO E  
PAISAGEM**



# A CIDADE DE SÃO PAULO E SEUS ESPAÇOS PÚBLICOS

**Marcella de Moraes Ocké**

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lucrecia D'Alésio Ferrara (orientadora)**

## **INTRODUÇÃO**

Analisando o processo histórico de formação da cidade de São Paulo, podemos considerar que, na época da colonização, o espaço físico existente era vasto. A natureza ia sendo eliminada conforme a necessidade embasada no conceito de obstáculo ao progresso. Pelo aspecto social, os colonizadores trouxeram consigo uma estrutura de classes às quais pertenciam e como classe dominante tinham o dever de orientar a população existente que se tornou classe dominada.

Os portugueses vieram de uma Europa saturada. Havia uma necessidade de mais espaço, pois as áreas de colonização internas estavam esgotadas. O espaço econômico português precisava ser ampliado e essa ampliação não era possível no continente europeu.

Toda sociedade supõe diferença. No entanto, na sociedade brasileira, essa diferença é bastante marcada pelo contingente de pessoas que se encaixam nas divisões de classes. Existe hoje uma pequena minoria numa classe social que se pode chamar de "A" e uma grande maioria numa classe que se pode chamar de "C", e entre essas duas uma enorme classe média toda desestruturada.

Essa fragmentação social é traduzida na fragmentação espacial, a não fluidez dos espaços, a associação de perigo à aproximação com as classes pobres são vivenciadas todos os dias na cidade de São Paulo. Situações vivenciadas, mas nem sempre percebidas pelas pessoas. A paisagem é construção social e vai sendo desenhada de acordo com essa estrutura. Paisagem é processo e não produto.

O processo de urbanização ocorrido em São Paulo foi alterando o modo de vida das pessoas. Essa nova forma de vida fez com que essas pessoas se apropriassem dos espaços de forma

diferente. Os elementos da paisagem não têm valor em si, o que determina o seu significado é o uso estabelecido pelas pessoas que dele se apropriam.

Hoje, a cidade só permite a existência do espaço público se ele próprio for revisado, inclusive conceitualmente. Redesenho do espaço público combinado com uma análise dos seus usuários pode ser a base de novas propostas.

Na cidade de São Paulo, os espaços públicos não têm identidade. Na medida em que não há identidade, as pessoas não percebem esses espaços, pois desconhecem seu significado. Essa ausência de identidade dos espaços públicos está relacionada com a ausência de identidade da própria cidade. Uma característica marcante da cidade de São Paulo é a destruição do velho para a construção do novo, isto é, o progresso implicava em destruição do antigo perdendo assim todos seus possíveis referenciais.

Três fatores podem ser considerados como estruturadores da formação do espaço público na cidade: a posse privada da terra, o desrespeito às formas culturais de organização no espaço público e o ataque à natureza atrelado ao colonizador português.

A formação da cidade se deu de forma bastante fragmentada. As coisas acontecem de forma pontual, sem um planejamento. Provavelmente, isso se deve ao processo de colonização no qual os portugueses trouxeram consigo pré-conceitos e os impuseram sobre os núcleos pré-existentes e esses núcleos se deixaram dominar, ou seja, a cidade aconteceu pela vontade dos outros, e esse caráter “dominável” da cidade existe até hoje. Com isso, o que se apresenta hoje é um grande quebra-cabeças cujas peças não foram recortadas para se encaixar.

A priorização do sistema viário sobre o sistema de pedestres é um dos aspectos que caracteriza a cidade de São Paulo. Com a revolução industrial e a indústria automobilística, o automóvel passou a ser mais importante para o progresso da cidade. Havia a necessidade de favorecer os automóveis criando condições de circulação para eles dentro da cidade. Essa mudança de prioridades alterou o espaço público existente, a escala do pedestre foi subjugada à escala do sistema viário. Os espaços públicos, incluindo as vias pedestrianizadas acabaram se tornando obsoletos e sem uso.

Com o processo de urbanização, a procura por espaços físicos para que o “progresso” continuasse passou a ser crescente. A especulação imobiliária ganhou lugar nessa disputa e a falta de identidade dos espaços públicos acabou permitindo o avanço do privado sobre o público.

## **OBJETIVO**

O objetivo deste trabalho é pesquisar o que ocorreu com os espaços públicos de São Paulo em três momentos diferentes e bem marcantes da sua história: as décadas de 20 e 30, a década de 40 com uma grande transformação causada pelo plano urbanístico de Prestes Maia e a cidade no ano 2000. A abordagem se restringe a um aspecto mais tradicional, sem considerar a complexidade do espaço público em todas as suas dimensões.

## **METODOLOGIA**

A relação da cidade com seus espaços públicos foi estudada através de dois estudos de caso: Avenida Paulista com o Parque Tenente Siqueira Campos e o Parque do Ibirapuera, ambos extremamente ligados ao processo de formação e funcionamento da cidade. Foi feita uma investigação histórica de cada caso, não com o objetivo de compará-los, mas sim levantar questões sobre a relação dos espaços públicos com a cidade e com seus usuários ao longo da história.

## **CONCLUSÃO**

Os exemplos da Avenida Paulista e do Parque Ibirapuera são bastante diferentes nas suas características de áreas públicas, mas ambos refletem as mesmas questões de interface dos espaços públicos com a cidade de São Paulo.

Nos dois casos, fica evidente que o projeto do espaço público, sua função na cidade e seu uso estão totalmente vinculados à história do local onde está inserido. Embora muitas vezes apagada ou camuflada, a história participa da construção da paisagem.

Além do aspecto histórico, dois outros fatores são responsáveis pela concepção das áreas públicas que são o sítio onde são implantadas (físico) e a forma de organização da sociedade da época de suas implantações.

Em função da própria evolução da sociedade esses espaços devem ser revistos e, em alguns casos, repensados para manter um uso efetivo. Espaços públicos que não têm uso efetivo são áreas abandonadas e malvistas das cidades.

Este trabalho não resume nem encerra a questão referente aos espaços públicos. Estas referências mais clássicas abrangem apenas uma fatia da questão e dão margem para a continuação da pesquisa considerando a complexidade do problema e da cidade de São Paulo.

Essa pesquisa deu origem à minha dissertação de mestrado intitulada: Parque Trianon: História, Análise e Subsídios para o Desenho.

## Autores

Almeida, Evandro de, 155  
Amaral, Liliane Simi, 53  
Amaral Júnior, Carlos Costa, 35  
Andreoli, Eliane Aparecida, 78  
Arnas, Teglis Pepe Barbalho, 198  
Bado, Lilian Cardoso, 68  
Barban, Chrissie, 119  
Barbato, André, 50  
Barros, Maria Clara, 119  
Bertoletti, Maria de Fátima Martinho, 131  
Bittencourt, Felipe Rocha, 63  
Bittencourt, Beatriz Siqueira, 65  
Bogéa, Marta Vieira, 177, 183, 191, 195, 210  
Borin, Geraldo Aparecido, 25  
Caramella, Elaine, 198, 203, 232, 260  
Carvalho, José Marcos Cavalcanti de, 91  
Carvalho, Agda Regina de, 119, 137, 140  
Castardelli, Karina, 249  
Cavalheiro, Gustavo Augusto Tavares, 245  
Chicrala, Nikolas Alexander Savio, 88  
Cirrincione, Patrizia de Carvalho, 31  
Cruz, Ernesto, 50  
Cruz, Dirlene Candia Ferreira da, 203  
Csillag, Paula, 253  
Cunha, Anderson Juarez, 219  
Damasceno, João Rodrigo Carciliano, 137  
Damiani, Anna Maria Nascimento, 127, 131  
Doi, Vanessa Tiemi Tsuji, 88  
Eli, Stephanie Marie, 122  
Fantauzzi, Renato Callado, 140  
Fernandes, Luciane Torres, 78  
Fernandes, Natália, 78  
Fernandes, Sonia Regina, 144  
Fernandes, Louise Veronezzi, 167  
Fernandes, Daniela Gumiero, 227

Ferrara, Lucrecia D'Alessio, 206, 214, 219, 222, 245, 263, 269  
Fonseca, Larissa Longatto, 47  
Fonseca, Frederico Azevedo Marques da, 241  
Freddi, Helena Escobar da Silva, 61, 63  
Fukushima, Takashi, 57  
Fuzinelli, Érika dos Santos, 35  
Gabriel, Martha Carrer Cruz, 260  
Garcia, Sueli, 122  
Giglio, Luciano Gomide, 39  
Gosuen, Fábio Rodrigues, 210  
Guerra, Rodolfo Cardoso, 75  
Guerreiro, Liliana Maria Parreira, 98  
Jaccoud Júnior, Eduardo Adalberto, 35  
Laucevicius, Fernando, 31  
Laurentiz, Sílvia, 224  
Leite, Denivaldo Pereira, 31  
Leme, Iracy Sguillaro Abranches, 47  
Leme, Mônica Bueno, 187  
Lima, Patricia Miranda de, 214  
Lins, Mayura Faria Lima da Costa, 187  
Llevadot, Larissa Berdu, 57  
Longhi, Carla Reis, 109  
Madureira, Aline Caroline Michielan, 85  
Maia, Ernani, 177  
Malaguti, Cyntia, 236, 249  
Marques, Christiane Gaspar, 151  
Martinez, Joan Villà, 50  
Matsunaga, Fabio Yoshio Guerrera, 206  
Mazutti, Giselle Moura, 43  
Mendo, Anselmo Gimenez, 222  
Minozzi, Celso Lomonte, 39  
Moraes, Flávio Luiz Marcondes Bueno de, 43  
Muniz, Vagner de Oliveira, 101  
Nagy, Stephanie Christine, 53  
Nakamoto, Kátia Yuka Hattori, 95  
Nakamura, Marina Moral, 167  
Nardin, Lia Raquel, 39  
Ocké, Marcella de Moraes, 269

Oliveira, Felipe Antunes de, 25  
Oliveira, Mila Santos, 47  
Oliveira, Rafael Rezende Francisco de, 159  
Oliveira, Valdete Pinto de, 115  
Ortegosa, Márcia Aparecida, 85  
Ota, Marília Dantas, 101  
Pardini, Douglas Priolli, 53  
Pavan, Gustavo Henrique Ceccato, 35  
Pavan, Margot, 227, 230, 239, 257  
Pedrosa, Ylara Hellmeister, 115, 117  
Pimenta, Célio, 17  
Pinto, Elisângela Gil Lopes, 109  
Pizzini, Mayara Lima, 43  
Putz, Rosane Beatriz Zanetti, 263  
Ribeiro, Carlos Manoel Almeida, 167  
Rodolpho Junior, Paulo, 31  
Rosa, Flávia Oliveira Moreira Santa, 239  
Russo, Silveli Maria de Toledo, 195  
Saito, Cecília Noriko Ito, 224  
Santana, Maria Helena Fogo, 144  
Santana, Helton Reginaldo Presto, 155  
Santos, Ademir Pereira dos, 31  
Santos, Rosana Aparecida Martins, 75  
Santos, Gabriela Passos Alves dos, 88  
Santos, Mayra Collino Rodrigues dos, 117  
Santos, Lucyana Reimão dos, 253  
Sartori, Elcio, 232  
Siepierski, Carlos Tadeu, 65, 68, 91, 95, 98, 107, 241  
Silva, Suzana Moraes da, 57  
Silveira, Marcio Corrêa da, 257  
Souza, Sergio Augusto A. de, 31  
Souza, Nilson Araújo de, 159  
Stucchi, Fernanda, 127  
Teixeira, Paula Maria Magalhães, 191  
Tempestini, Paulo, 151  
Trindade, Nina Ferrari, 107  
Valentin, Daniella Mesquita, 230  
Ventura, Fernando, 236

Vieira, Cleide Aparecida, 61

Zuffo, Élide Regina de Moraes, 183

## Títulos

- PEDRO AUGUSTO GOMES CARDIM O SONHO E O TRABALHO, 17
- RESPONSABILIDADE SOCIAL: AÇÕES SOCIAIS E RESULTADOS PARA AS EMPRESAS, 25
- INVENTÁRIO DA ARQUITETURA MODERNA NA VILA MARIANA, 31
- EDIFÍCIO ESTHER E MORADIA ESTUDANTIL DA UNICAMP, 35
- MODERNIDADE E CONTEMPORANEIDADE NO CENTRO DE SÃO PAULO, 39
- ESTUDO CRÍTICO E HISTÓRICO DA ARQUITETURA MODERNA NO BAIRRO DE HIGIENÓPOLIS, 43
- ARBORIZAÇÃO URBANA: O BAIRRO DA VILA MARIANA, 47
- ILUMINAÇÃO ZENITAL, 50
- ARTE MURAL E ARQUITETURA NO PERÍODO MODERNO DO BAIRRO DE HIGIENÓPOLIS, 53
- ARQUITETURA COMO CENOGRAFIA NO CINEMA, 57
- GRAVURAS E MATERIAIS, 61
- COLAGEM, 63
- GRAFISMOS URBANOS: INQUIETAÇÕES SOBRE O PANORAMA NA CIDADE DE SÃO PAULO, 65
- TERRA DE NINGUÉM - 26ª BIENAL INTERNACIONAL DE ARTES DE SÃO PAULO SOB O FOCO DA MÍDIA IMPRESSA, 68
- LINGUAGEM PUBLICITÁRIA COMO LEITURA DO SOCIAL, 75
- DISCURSO: VEÍCULO COMUNICACIONAL QUE ORA FAVORECE ORA NÃO A INCLUSÃO SOCIAL, 78
- JOGOS DE CONSTRUÇÕES DE IMAGENS NO CINEMA CONTEMPORÂNEO, 85
- A IMPORTÂNCIA DA SINGULARIDADE DE UMA MARCA, 88
- OS MEIOS ANALÓGICOS E DIGITAIS COMO MEDIADORES DA PERCEPÇÃO, 91
- A DIMENSÃO SIMBÓLICA NA FORMAÇÃO DO DESIGNER, 95
- IMAGENS GRÁFICAS NA INDÚSTRIA JOALHEIRA: A IMAGEM ENQUANTO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO E ACTUALIZAÇÃO DO IMAGINÁRIO, 98
- OS PARADIGMAS DA PRODUÇÃO VISUAL INDIVIDUAL, 101

- AS TRANSFORMAÇÕES SÓCIO-CULTURAIS INSCRITAS NA ORGANIZAÇÃO ESPACIAL DO AMBIENTE DOMÉSTICO CONTEMPORÂNEO, 107
- O DESIGN DE INTERIORES E A SUA PROFISSIONALIZAÇÃO NO BRASIL, 109
- A INDUMENTÁRIA RELIGIOSA E SUA SIMBOLOGIA, 115
- OS TÊXTEIS ARTESANAIS E A MODA BRASILEIRA, 117
- O ESCAPISMO DA DÉCADA DE VINTE, 119
- A ROUPA LÚDICA, 122
- O EXPRESSIONISMO COMO AGENTE FACILITADOR DA PRÁXIS PEDAGÓGICA EM SALA DE AULA, 127
- TERCEIRA IDADE SUAS NECESSIDADES E ASPIRAÇÕES, 131
- HIP HOP – O RITMO QUE MEXE O ÂNGELA, 137
- A GARRA APRISIONADA: AS HARPIAS – DO TEXTO À MATÉRIA, 140
- ARGILA É VIDA: EXPERIÊNCIA ARTÍSTICA COM CRIANÇAS NA PERIFERIA DE OSASCO, 144
- TERCEIRO SETOR: ASCENSÃO E FORMAÇÃO DE UM ESTADO SUPRACIONAL, 151
- O IMPACTO DOMÉSTICO DAS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO (OMC): GRUPOS DE INTERESSE DOMÉSTICOS BRASILEIROS, 155
- POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA, FORMAÇÃO DA COMUNIDADE SUL-AMERICANA DE NAÇÕES, 159
- A QUESTÃO DA MÍDIA NA DIFUSÃO DA GASTRONOMIA NIPÔNICA NO BRASIL. RELAÇÕES INTERÉTNICAS – FRICÇÃO E INTERAÇÃO, 167
- EM QUE MEDIDA OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS PODEM INFLUENCIAR NAS ESTRUTURAS DAS CIDADES, 177
- A PRESENÇA DOS EQUIPAMENTOS NA EVOLUÇÃO DA CASA BRASILEIRA, 183
- ESPAÇOS COMERCIAIS CONTEMPORÂNEOS ABERTO X FECHADO: RUA OSCAR FREIRE E SHOPPING IGUATEMI, 187
- ARQUITETURA E IDENTIDADE CULTURAL BRASILEIRA: UM RECORTE NA PRODUÇÃO CONTEMPORÂNEA, 191
- CASA ATELIÊ: A UTILIZAÇÃO DO ESPAÇO DE MORAR, 195
- CADEIRAS MODERNISTAS NO PÓS-MODERNISMO, 198
- ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO: A IDENTIDADE DO LUGAR – ESTUDO DE CASO – PÁTIO DO COLÉGIO E PRAÇA VILABOIM, 203

- CONSUMO E PROJETO: GESTÃO DO DESIGN NO SETOR MOVELEIRO, 206
- “ATÉ QUE PONTO O DESENHO DO AUTOMÓVEL DEVE SEGUIR UM PADRÃO ESTÉTICO A FIM DE GARANTIR A FIXAÇÃO DA IMAGEM DA MARCA?” UM ESTUDO DAS POSSÍVEIS RELAÇÕES ENTRE A IDENTIDADE VISUAL DA MARCA E O DESENHO DE SEUS PRODUTOS, 210
- MICHAEL THONET E DEZ CADEIRAS DE PRODUÇÃO INDUSTRIAL, 214
- O QUE É DESIGN TÊXTIL?, 219
- HISTÓRIA EM QUADRINHOS: ELETRÔNICO X IMPRESSO, 222
- A LINHA COMO ELEMENTO COGNITIVO, 224
- A INVESTIGAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DE UMA INTERFACE DIGITAL QUE TORNE MAIS AGRADÁVEL A ESTADIA DE CRIANÇAS INTERNADAS EM HOSPITAIS E CONTRIBUA DE ALGUMA FORMA PARA O TRATAMENTO. “CALENDÁRIO (DIGITAL) DOS SEGUNDOS SOCORROS”, 227
- O DESAFIO NA EXPOSIÇÃO DE WEBARTE, 230
- O DESIGN DO CARTAZ DA COCA-COLA NO SÉCULO XX, 232
- O ZÉ CARIOCA NO TRAÇO DO CANINI - AS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS DISNEY DE RENATO CANINI, 236
- INSTITUTOS CULTURAIS: ENCONTRO DO PONTO IDEAL NO ESPAÇO VIRTUAL, 239
- FRONTEIRAS ENTRE ARQUITETURA E DESIGN: CARACTERÍSTICAS E APROXIMAÇÕES NO INÍCIO DO SÉCULO XXI, 241
- MONEYGRAFIA: O DESIGN DAS CÉDULAS MONETÁRIAS BRASILEIRAS, 245
- MADE IN BRAZIL – IDENTIDADE BRASILEIRA EM MARCAS DE MODA: HERING | HAVAIANAS | FORUM | ROSA CHÁ, 249
- A ANIMAÇÃO COMO COMUNICAÇÃO EM MASSA E PROPAGAÇÃO DE VALORES O CASO BRANCA DE NEVE, 253
- IMAGENS DIGITAIS E ABERTURA DE NOVAS ÁREAS DE ATUAÇÃO PARA DESIGNERS PROFISSIONAIS, 257
- O BIT NOSSO DE CADA DIA, 260
- O OUT-DOOR E A CIDADE, 263
- A CIDADE DE SÃO PAULO E SEUS ESPAÇOS PÚBLICOS, 269

