

**VIII Congresso de
Iniciação Científica**



EXPEDIENTE

ENTIDADE MANTENEDORA FEBASP ASSOCIAÇÃO CIVIL

Diretor-Presidente

Prof. Dr. Paulo Antonio Gomes Cardim

Diretora-Financeira

Profa. Maria Lúcia de Oliveira Gomes Cardim

Diretora-Administrativa

Priscila Gomes Cardim

ENTIDADE MANTIDA CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO

Reitor

Prof. Dr. Paulo Antonio Gomes Cardim

Assessoria de Planejamento

Profa. Maria Lúcia de Oliveira Gomes Cardim

Assessoria Institucional

Patrícia Gomes Cardim

Supervisor Acadêmico

Prof. Dr. Mucio Whitaker

Supervisor Administrativo

Prof. Dr. Sidney Ferreira Leite

Assessoria de Desenvolvimento Educacional

Prof. MSc. Auresnede Pires Stephan

ANAIS DO VIII CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

Organização

Profa. Dra. Maria Augusta Justi Pisani

Secretária da Central de Orientação à Pesquisa

Ana Paula Pinto Gomes

Divisão de Comunicação

Giselle Mendes

Direção de Arte

Fabio Espíndola

Fernando Antunes

Capa

Leandro Reis

Revisão de Texto

João de Oliveira

VIII CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
DO CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO



10 E 11 DE SETEMBRO DE 2009
SÃO PAULO

VIII Congresso de Iniciação Científica (8.: 2009: São Paulo)

Anais do VIII Congresso de Iniciação Científica do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo

Organização: Maria Augusta Justi Pisani

São Paulo, FEBASP, 2009. p.: 30cm

ISSN: 2175-6449

Capa: Leandro Reis

Revisão de texto: João de Oliveira

Diagramação: Fernando Antunes

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

ÍNDICE

INICIAÇÃO CIENTÍFICA

ARQUITETURA E URBANISMO

O Desen(ho)volvimento de São Paulo através dos Planos - **21**

Biografia Técnica dos Arquitetos Formados na Escola de Belas Artes de São Paulo - 1931/1934 - **27**

As Belas Artes e a Contemporaneidade - **30**

Pré-Fabricação e Construção industrializada – A Estética da Montagem - **32**

Ensino da Plástica para a Formação do Arquiteto e Urbanista - **35**

Tecnologias e Sistemas Construtivos para Arquitetura Sustentável no Brasil - **38**

A Estrutura Espacial Urbana de São Paulo sob a Visão Histórica da Industrialização - **41**

Transformações Urbanas Recentes nas Antigas Áreas Industriais de São Paulo ao Longo dos Eixos Ferroviários - **45**

BACHARELADO EM ARTES VISUAIS

Artistas que Passaram pelo C.U.B.A.S.P. - **49**

Professora Artista: Renina Katz - **52**

Professores Artistas: A Belas Artes dos Anos 70 - **55**

Modificações do Veículo da Pintura a Óleo: Uma Análise através de Rembrandt - **58**

Ciberarte Mapeando Conhecimento - **61**

A Criação em Arte entre os Paradigmas Perceptivos do Cinema - **64**

Penetráveis e Parangolés: A Experiência de Hélio Oiticica sob a Perspectiva da Imersão - **69**

Experimentações Fotográficas - **73**

BACHARELADO DESIGN DE INTERIORES

Estudo de Criação Guiada: Aula de Criação do 2º. Semestre do Curso de Design de Interiores do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo - **78**

Estudo do Uso Contemporâneo no Espaço Edificado para o Curso de Design de Interiores do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo - **81**

A Cenarização dos Espaços Interiores - **84**

Elementos Sagrados na Composição de Espaços Interiores - **87**

Sustentabilidade no Design de Interiores - **91**

COMUNICAÇÃO SOCIAL

- Criação Publicitária na Internet: Alternativa de Baixo Custo e Eficácia para Propaganda? - **95**
- Publicidade e Arte Política - **98**
- Estéticas Plásticas e Teatrais na Teledramaturgia Brasileira - **100**
- Ficção e Realidade na Leitura do Ônibus 174 e a Última Parada - **103**
- 174 – Uma história, Dois Olhares - **105**
- Responsabilidade Social na Construção da Identidade nos Três Setores - **107**
- Responsabilidade Social ou Marketing Social nas Organizações com Fins Lucrativos - **109**
- Relações Públicas como Mosaico de Profissões e sua relação com as Instituições de Ensino Superior - **111**
- Responsabilidade Social na Indústria do Entretenimento - **114**
- Comunicação Instantânea e Mobilidade – Mudança de Comportamentos Linguísticos e Sociais? - **117**
- Infância Oscilante: Assistindo Tevê com os Olhos de Criança - **122**
- As Ações do Profissional de Relações Públicas na Comunicação Empresarial e Mercadológica - **125**
- Produto Fonográfico e/ou Experimentações Estética? - **129**
- Sites de Relacionamentos: Internet e a Nova Sociabilidade Contemporânea - **131**
- A Censura na Televisão Brasileira - **133**
- A Expansão da Internet para as Camadas mais Populares da População Brasileira e as Novas Formas de Comunicação Decorrentes deste Processo - **135**

DESIGN INDUSTRIAL

- Tok e Stok 30 Anos: Design, Cultura Material e Sociedade - **140**
- Interatividade: Ilustração Infantil e seus Processos de Criação - **143**
- Diversidade Cultural Brasileira na Pós-Modernidade e o Design: A Etnografia como Ferramenta - **146**
- A Valorização do Homem através da Análise da Linguagem do Transporte Público - **150**
- A Cadeira Bamba: Apontamentos para um Design Libertador - **153**
- Avon: Design e Beleza - **156**
- Designer Competitivo/Design Estratégico – Novos Desafios - **159**
- O Conceito de Forma na Contemporaneidade e sua Relação com a Estética e o Design - **163**
- Estudos sobre a Estratégia de Marketing do Mercado Editorial para o Público Feminino Jovem e a Criação de uma Marca, e de um Estilo de Vida - **167**

DESIGN DE MODA

- O Homem: A Moda, O Comportamento e a Música - **170**
- Inter-relações entre Moda e Ambientes Virtuais - **174**

Têxtil Arte, Transformando em Produto: Reaproveitamento de Resíduo da Indústria Calçadista - **177**

O Figurino de Balé do Grupo Corpo: Cia. De Dança Contemporânea - **180**

Figurino no Cinema: Um Estudo sobre a Obra de Frederico Fellini “Julieta dos Espíritos” - **184**

FORMAÇÃO DE PROFESSORES

A Arte: De Figurante a Protagonista - **190**

RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Percepções do Brasil nos Países do Mercosul Ampliado - **194**

O Significado da UNASUL da Integração Regional - **198**

A Nova Roupagem Sul-Americana como Política de Resistência e Oposição à Influência dos Estados Unidos na Região - **201**

Novo Paradigma: Os Países Emergentes e a Crise da Economia Mundial - **205**

REFLEXOS DA INICIAÇÃO CIENTÍFICA

É com alegria que a COP – Central de Orientação à Pesquisa apresenta os resultados do oitavo ano consecutivo de realizações na pesquisa em Iniciação Científica no Centro Universitário Belas Artes de São Paulo

Os Anais do VIII Congresso de Iniciação Científica apresenta e discute os resultados de mais um ano de trabalho intenso de pesquisa que tem como objetivos: despertar a vocação científica de todos os envolvidos no processo e incentivar seu aprimoramento; proporcionar ao aluno um domínio da metodologia científica e estimular o desenvolvimento do pensamento científico sem reprimir a criatividade.

Em setembro de 2009 55 trabalhos foram concluídos nas áreas de Arquitetura e Urbanismo, Bacharelado em Artes Visuais, Comunicação Social, Design, Design de Interiores, Design de Moda, Formação de Professores e Relações Internacionais. A tabela 1 abaixo mostra a distribuição de trabalhos que foram publicados pela COP, com fomento da FEBASP, por ano e por área, de 2002 a 2009, num geral de 309 pesquisas.

Cursos	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Arquitetura e Urbanismo	17	06	07	08	10	10	07	08	73
Bacharelado em Artes Visuais	10	02	02	04	04	07	04	08	41
Bacharelado Design de Interiores	02	01	01	02	01	04	04	05	20
Comunicação Social	00	01	04	02	05	08	17	16	53
Design de Gráfico/Produto	04	00	07	06	07	06	07	08	45
Design de Moda	00	00	00	04	05	06	07	05	27
Formação de Professores	01	01	00	02	02	01	01	01	09
Relações Internacionais	00	00	01	03	04	03	05	04	20
Outros	00	04	08	05	02	02	00	00	21
Total	34	15	30	36	40	47	52	55	309

Tabela 1- Distribuição das pesquisas publicadas, por curso e ano.

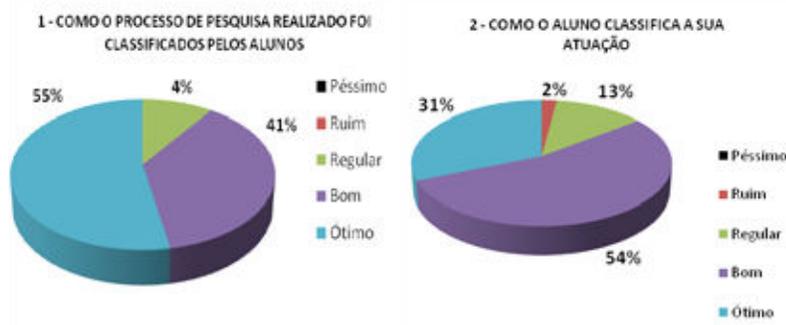
É importante destacar que o processo se estende por todo o ano letivo e envolve alunos, professores orientadores, bibliotecas e laboratórios, passando pelas etapas metodológicas a seguir:

- elaboração do primeiro anteprojeto de pesquisa pelo professor candidato a vaga;
- apresentação do projeto nas coordenações de curso;
- avaliação entre os professores da área;
- indicação do Professor Orientador;

- divulgação dos projetos de pesquisa;
- seleção dos alunos pesquisadores;
- início das reuniões de trabalho;
- aprimoramento do projeto de pesquisa com toda a equipe;
- início da aplicação da metodologia;
- elaboração de relatórios mensais;
- elaboração de relatório semestral;
- preparação do resumo para os anais do próximo congresso;
- preparação do pôster para o congresso anual;
- finalização e entrega do trabalho completo;
- preparação de artigos e pôsteres para outros eventos científicos;
- apresentação do trabalho em eventos acadêmicos, técnicos e científicos.

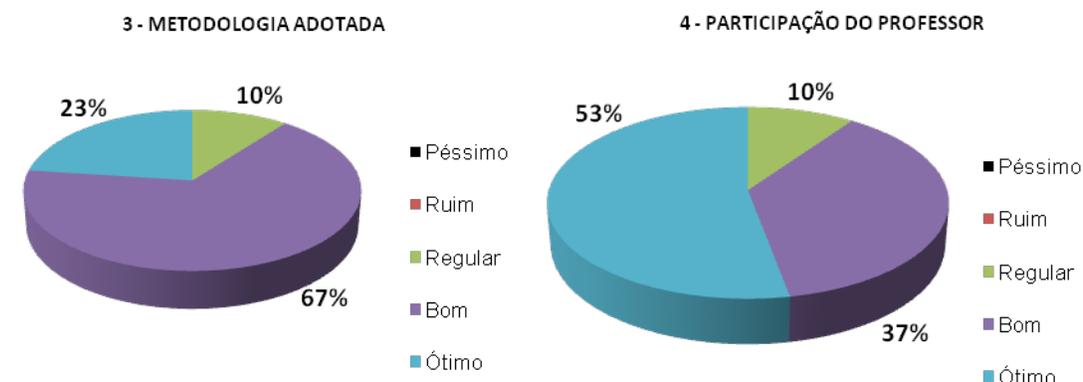
Este processo é árduo e requer muita disciplina e dedicação. Para aprimorar todas as etapas metodológicas deste trabalho a COP faz avaliação contínua. Para se localizar os pontos críticos, em julho de 2009, foi aplicado um questionário aos alunos pesquisadores para que o programa de iniciação científica fosse novamente avaliado, detectando-se assim os quesitos que carecem de melhorias e continuar com àqueles que porventura estão apresentando resultados satisfatórios.

O gráfico 1 abaixo mostra o efeito da avaliação do aluno-pesquisador, quanto aos resultados gerais da experiência de um ano junto ao programa de iniciação científica e no gráfico 2, ao lado, são apresentados os resultados das respostas sobre a participação do aluno em todas as atividades propostas pelo projeto de pesquisa apresentado no início dos trabalhos

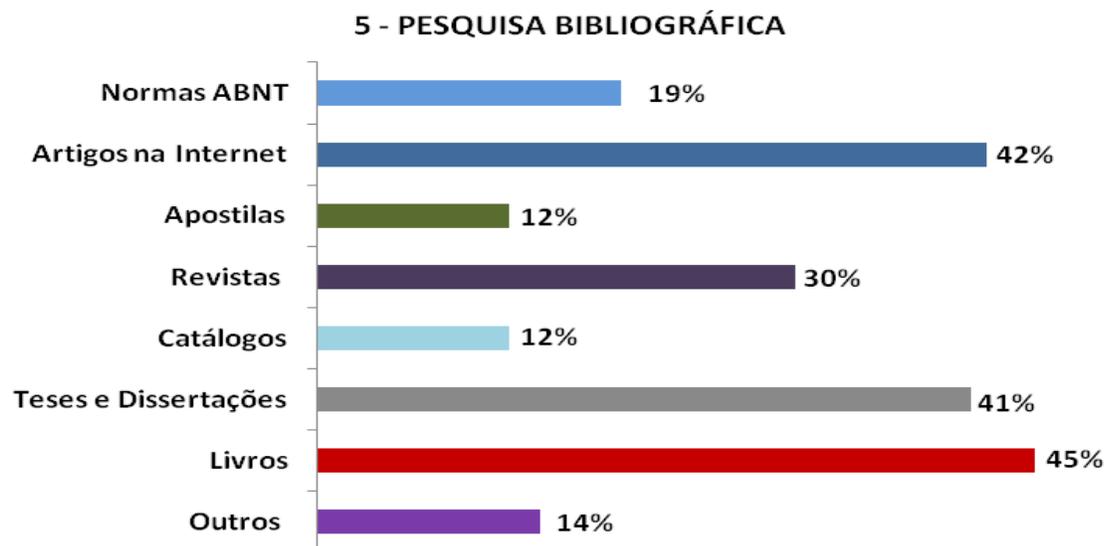


Observa-se no gráfico 1 que apenas 4% dos alunos julgaram a experiência regular, 96 % deles a julgaram entre boa e ótima, enquanto que sobre a própria participação nas atividades, no gráfico 2, 851% consideraram boa e ótima, sendo que os 15% julgaram que poderiam melhorar o próprio desempenho nos trabalhos, pois se auto-avaliaram como regular e ruim.

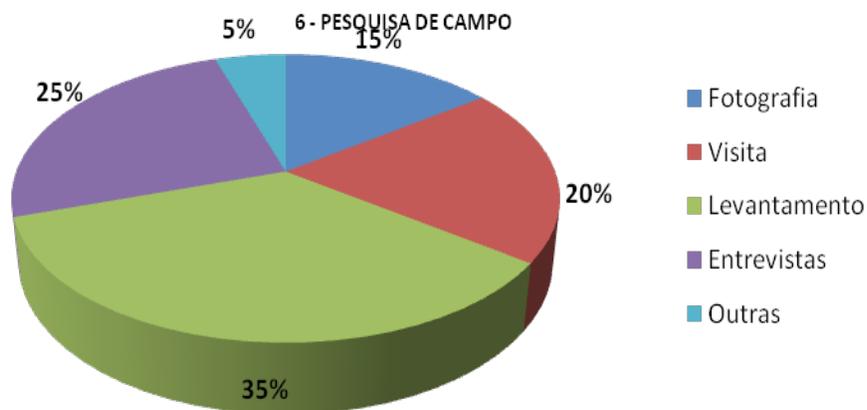
Nos gráficos 3 a seguir, nota-se que a maioria dos pesquisadores têm acertado na metodologia proposta para a elaboração dos trabalhos, mas que ainda 10% que consideraram regular podem melhorá-las. No gráfico 4, sobre a participação do Professor, 90% destes tiveram um desempenho considerado ótimo e bom enquanto apenas 10% foram avaliados como regular. Estes resultados serão discutidos durante as atividades do VIII Congresso de Iniciação Científica do Belas Artes e todos os quesitos considerados regulares poderão sofrer melhorias



No gráfico 5 a seguir são tabulados os resultados das fontes empregadas nas pesquisas bibliográficas

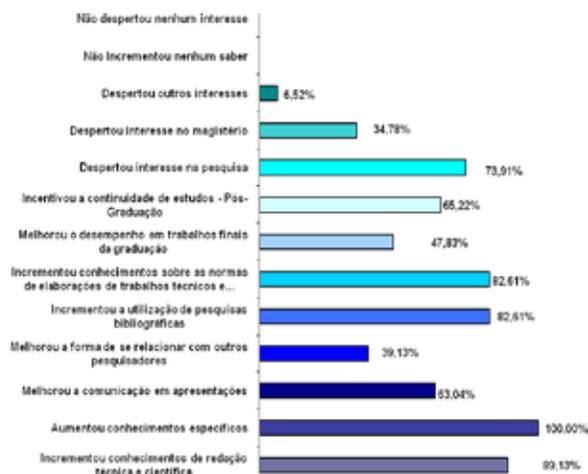


O gráfico 6 abaixo detalha os trabalhos feitos nas pesquisas de campo, que é um dos recursos metodológicos que mais cresce no desenvolvimento dos trabalhos. Este ação se deve ao fato de que muitas pesquisas trabalham com temas que não possuem bibliografia farta e o levantamento “in loco” traz constatações e contribuições inéditas às pesquisas.



Finalmente o gráfico 7 a seguir mostra os reflexos das atividades de iniciação científica na postura dos alunos:

7 - Resultados da Pesquisa

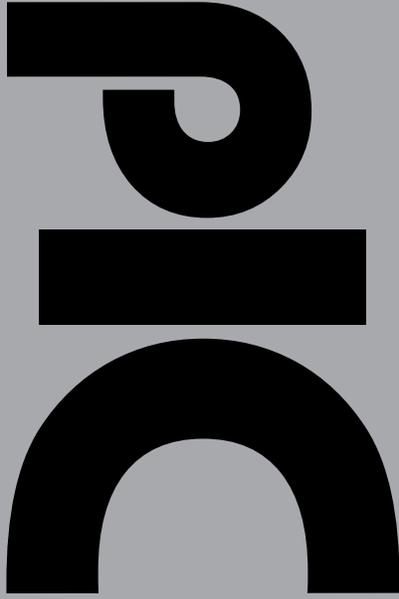


Estes reflexos do processo de pesquisa mostrados nesta avaliação do PIC – Programa de Iniciação Científica indicam que os objetivos pretendidos foram alcançados e constatamos que com os resultados do VIII Congresso o Centro Belas Artes de São Paulo cumpre a missão de fomentar, apoiar e divulgar as recentes preocupações científicas das suas áreas de ensino. Os resultados destes trabalhos e o envolvimento de toda a comunidade acadêmica nas pesquisas demonstram que a Iniciação Científica tem sido um diferencial em nossos cursos de graduação.

Esta produção só é possível graças à Mantenedora, às Coordenações de Curso, aos Professores, aos Funcionários e em destaque aos nossos prezados ALUNOS.

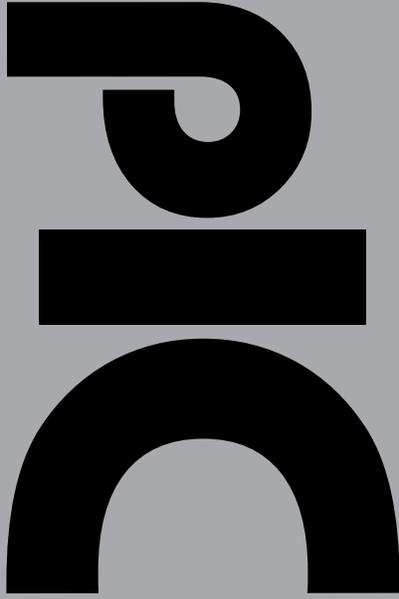
São Paulo, setembro de 2009

Profª. Drª. Maria Augusta Justi Pisani



**VIII Congresso de
Iniciação Científica**





VIII Congresso de
Iniciação Científica

Arquitetura e Urbanismo



O DESEN(HO)VOLVIMENTO DE SÃO PAULO ATRAVÉS DOS PLANOS

Fernanda Dadas Pimenta

Kátia Ribeiro Soares Silva

Mariana Ribeiro de Andrade

Paola Álvares Nogueira

Valter dos Santos Lameirinha

Prof. Ms. Antonio Rodrigues Netto (orientador)

INTRODUÇÃO

Na história da cidade de São Paulo, surge um momento em que se pré-configura sua importância como formação urbana, extrapolando seus limites e influenciando decisivamente na expansão do estado e mais ainda, contribuindo na formação da nação brasileira. Como ponto estratégico irradiador de desenvolvimento, a cidade que praticamente durante três séculos permaneceu inalterada, vê-se transformada pelo crescente contingente populacional e as implicações daí advindas.

Esse acelerado crescimento urbano iniciado no final do séc. XIX (e que se mantém de forma ininterrupta até os dias atuais) teve como instrumento regulador e transformador um conjunto de intervenções urbanísticas que permitiram, ou melhor dizendo, impuseram à cidade as características urbanas que regulam e determinam a forma como esta é vivenciada e usufruída.

Retratados nas Leis reguladoras - aprovadas e colocadas em vigor - e em Planos – desenvolvidos, e/ou aprovados, e/ou implantados – diversos princípios urbanísticos, políticos e/ou casuísticos ao longo do século XX resultaram, ainda que não intencionalmente, no desenho e desenvolvimento da mancha urbana de São Paulo.

Com base nesse processo de regulação e ordenamento, foi definida uma periodização dos planos e projetos urbanos – em nível de análise crítica – estabelecendo seus principais pontos de proposta de mudanças significativas no desenho da cidade - em função de formas institucionalizadas de controle e uso e ocupação do solo, e também do planejamento urbano e de transportes, até final do século XX.

Propôs-se um recorte entre os principais tipos de intervenção da administração municipal no urbano ao longo do século XX, identificado por seis períodos:

1. **Início do século até 1926: saneamento e embelezamento do núcleo urbano:**

- Código de Posturas de 1886;
- I Plano de Grandes Avenidas de Alexandre Albuquerque de 1910;
- Lei 2611 de 1923 – Continuidade Viária;

2. De 1926 a 1945: as grandes obras:

- Plano da Light de 1926;
- Lei 3427 de 1929 – Código Artur Sabóia;
- Plano de Avenidas de Prestes Maia e Ulhoa Cintra de 1930.

3. De 1945 a 1954: iminência do planejamento urbano:

- Plano Diretor - Esquema Anhaia Melo de 1954.

4. De 1954 a 1968: propostas e preparação do Plano Diretor da cidade:

- Lei Ademar de Barros de 1957;
- Pesquisa SAGMACS do Padre Lebret de 1958.

5. De 1968 a 1972: a elaboração dos planos:

- Plano Urbanístico Básico – PUB de 1968;
- PDDI / Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1972.

6. De 1972 a 1999: transporte e expansão urbana através da estruturação da malha viária:

- SISTRAN – Estudo para a região metropolitana de São Paulo de 1975;
- Novo Código de Obras e Edificações de 1975;
- Plano Diretor Mario Covas de 1985;
- Plano Diretor Jânio Quadros de 1988;
- Plano Diretor Luíza Erundina de 1991;
- Pitu 2020 – Plano Integrado de Transportes Urbanos de 1999.

OBJETIVOS

Durante as primeiras décadas do século XX o Poder Executivo do município de São Paulo trabalhou com o saneamento e o embelezamento da área mais central da cidade. A partir daí a Administração Pública voltou-se para o Transporte e a Expansão Urbana através da estruturação da malha viária.

Este divisor de “águas” está afeto à própria característica profissional e ideológica dos governantes da cidade e, mais adiante às condições e características do poder econômico e das condições sociais que implicam na organização do espaço urbano.

O objetivo principal da pesquisa, com base nessas premissas, é desenvolver uma análise crítica das diversas Leis Reguladoras e Planos Desenvolvidos, ao longo do Século XX para a cidade (município) de São Paulo, identificando, com base nas diferentes propostas de **desenvolvimento** apresentadas, se houve ou não mudanças significativas na proposta do **desenho** da cidade.

A partir dessa análise crítica, tendo como tema “O **Desen(ho)volvimento** da Cidade de São Paulo através dos Planos”, a pesquisa surge como instrumento de estudo, objetivando, mais amplamente, o

entendimento do processo de crescimento e desenvolvimento urbano por que passou uma grande cidade.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do trabalho foram estabelecidas três etapas de estudos e atividades, assim organizadas:

1ª – Leitura e análise crítica dos Planos e Leis Reguladoras selecionados, estabelecendo seus principais pontos de conexão e sua representação gráfica;

2ª – Pesquisa bibliográfica sobre as críticas aos Planos segundo o enfoque histórico, econômico, político e social;

3ª – Trabalho de síntese sobre as questões identificadas no estudo com relação à evolução/alteração do desenho (através de tratamento gráfico dos mapas e desenhos coletados) e do desenvolvimento da cidade a partir dos Planos e Leis Reguladoras estudados (através do relato sucinto de sua estrutura e conteúdo).

O conjunto de Planos e Leis selecionados para desenvolvimento do estudo está relacionado na Introdução, distribuídos nos seis períodos identificados como diferentes atuações do Poder Público em relação ao tratamento do espaço urbano de São Paulo.

RESULTADOS

Por meio de produtos desenvolvidos com o fim de propiciar melhoria das condições de vida dos habitantes – os Planos – o Poder Público, por intermédio de seus técnicos ou de especialistas contratados, “impõe” à cidade os princípios, métodos e conceitos em voga a cada época, caracterizando assim em cada documento uma forma diferente de pensar o desen(ho)volvimento da cidade. O presente estudo se propôs a possibilitar este conhecimento das diferentes formas e vertentes de pensamento urbanístico que surgem ao longo do tempo e que produzem o espaço urbano de uma cidade.

O conjunto do trabalho permitiu analisar e compreender as primeiras iniciativas de ordenamento e embelezamento da cidade em fins do séc. XIX como as propostas de João Teodoro e as do Código de Posturas de 1886; o projeto de remodelação urbana proposto por Alexandre de Albuquerque em seu projeto de “Grandes Avenidas” envolvendo o centro histórico e o centro novo da cidade de São Paulo; e o Código Arthur Sabóia de 1929 como última norma a tratar do zoneamento da cidade na República Velha. Os projetos de expansão urbana e expansão viária como o Plano da Light de 1926 que

pretendia o crescimento da cidade através do transporte sobre trilhos e que acabou sendo vencido pelo Plano de Avenidas de Prestes Maia e Ulhoa Cintra de 1930, impondo um caráter rodoviarista à cidade, permitiram visualizar uma nova fase de ordenamento do crescimento da cidade, ampliando a ocupação do território e configurando um novo desenho ao sitio urbano.

Uma nova etapa se consolida com os projetos de planejamento urbano, de expansão e de uso e ocupação do solo, como pretendia Padre Lebreton com a Pesquisa SAGMACS, opondo-se ao pensamento exclusivista de grandes avenidas para o crescimento da cidade e propondo uma linha de pensamento conciliando desenvolvimento econômico e bem-estar social e que acabou engavetado sendo substituído pela Lei de Ademar de Barros em 1957.

Na sequência, possibilitou entender porque o PUB – Plano Urbanístico Básico de 1968 elaborado na Gestão do Prefeito Faria Lima não alcançou o status de Plano Diretor da cidade, sonho que somente se realizaria em 1971 com a elaboração do PDDI – Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado que regularia a metrópole paulistana na esfera municipal e o PMDI – Plano Metropolitano de Desenvolvimento Integrado em escala metropolitana, além da lei de zoneamento de 1972 que surge como novo instrumento regulador do uso e da ocupação do território da cidade, ou ainda o desenvolvimento do SISTRAN – Sistema de Transportes Urbanos de Passageiros na região Metropolitana de São Paulo de 1975, que surge como instrumento para organizar e planejar, em âmbito metropolitano, a estrutura de transportes; compreender no campo de planejamento estratégico os planos diretores que se sucederam para inovar, ajustar e democratizar a cidade como o da gestão de Mário Covas de 1985, o de Jânio Quadros em 1988 e o de Luiza Erundina em 1991, complementados pelo Plano Integrado de Transportes Urbanos de 1999 – PITU 2020, que surge como proposta para um processo contínuo de planejamento de transportes da cidade, induzindo ao planejamento permanente e integrado.

Através do levantamento destas iniciativas propostas pelos governantes e de outras Leis surgidas ao longo deste período, verificando as implicações resultantes das intervenções realizadas e/ou quando não executadas, como influíram ou serviram de base para realização de novas propostas, desenvolveu-se a análise crítica das tentativas reguladoras de crescimento da cidade pelas Leis e Planos urbanos desenvolvidos, o que possibilitou visualizar o desenho urbano que se configurou e como se modificou ao longo do séc. XX.

BIBLIOGRAFIA

- **Toledo**, Benedito Lima de. Prestes Maia e as origens do urbanismo em São Paulo. São Paulo: Empresa das Artes, 1996

- **São Paulo**, Prefeitura do Município de. Plano Urbanístico básico de São Paulo. São Paulo: PMSP, 1969
- Código de Posturas do Município de São Paulo. São Paulo, 6 de outubro de 1886 – s/d
- **Albuquerque**, Alexandre. As novas avenidas de São Paulo s/d
- **Somekh**, Nádia; **Campos**, Candido Malta. A Cidade que não pode parar: Planos urbanísticos de São Paulo no séc. XX. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2002
- **Eletropaulo**. História & energia – O metrô da Light - Plano Integrado de transportes.– s/d
- Mapas: Coleção editada em comemoração ao IV Centenário de São Paulo. s/d
- Plano de Avenidas Prestes Maia - 1930
- Plano Diretor – Esquema Anhaia Melo de 1954
- Lei Ademar de Barros de 1957
- SECRETARIA DE OBRAS. Departamento de Urbanismo. Prefeito Adhemar de Barros 1957 – 1961 Planejamento. São Paulo, PMSP, 1961.
- **SÃO PAULO**, Prefeitura Municipal. Planejamento: *Adhemar de Barros, 1957-1961*. São Paulo, Prefeitura Municipal, 1961.
- **Sistran**
- -Relatório Preliminar Fase 1: Resumo de Recomendações para a Prefeitura do Município de São Paulo. São Paulo, 1976.
- -Relatório Fase 2: Programa de Transporte Recomendado. São Paulo, 1976. V.1,
- -Estudo do Plano Funcional do Corredor Viário Oeste: Projeto Final. São Paulo, 1976.
- -Estudo do Plano Funcional do Corredor Viário ABD: Relatório Final. São Paulo, 1976.
- -Sistema de Tróleibus Especiais: Estudo de Viabilidade – Relatório de Opções Básicas.
- -Sistema de Tróleibus Especiais. Estudo de Viabilidade Técnica, Econômica e Financeira. São Paulo, jan. 1976. V. 1.
- -Sistema de Tróleibus Especiais: Estudo de Viabilidade Técnica, Econômica e Financeira. São Paulo, jan. 1976. V.2.
- -Coletânea: Planejamento Geral do Sistran – Organização interna. São Paulo, 1976. V.3.

FONTES DE PESQUISA – ACERVOS

- Fundação do Patrimônio Histórico da Energia de São Paulo
- Rua Lavapés, 463 – Cambuci.
- Site: www.fphesp.org.br
- Arquivo do Estado de São Paulo

- Rua Voluntária da Pátria, 596.
- Site: www.arquivoestado.sp.gov.br
- Arquivo Histórico de São Paulo
- Site: www.arquivohistorico.sp.gov.br
- Universidade Presbiteriana Mackenzie
- Biblioteca da faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Site: www.mackenzie.br
- Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Site: www.belasartes.br

BIOGRAFIA TÉCNICA DOS ARQUITETOS FORMADOS NA ESCOLA DE BELAS ARTES DE SÃO PAULO - 1931/1934

Fernanda Cruzeiro Barbosa

Paola Cristina Asta

Patrícia Hamsi Antunes

Regina Rochanne Devásio de Rezende

Sara de Menezes Bueno

Prof. Ms. Carlos Costa Amaral Junior (Orientador)

INTRODUÇÃO

Complementamos as fichas biográficas elaboradas no trabalho de Iniciação Científica - *Os arquitetos formados na Escola de Belas Artes de São Paulo – 1931/1934* - sobre os primeiros arquitetos formados na Escola. Em 1931 formaram-se 9, em 1932 foram 10 os arquitetos formados, em 1933 foram 12 formandos e em 1934 o grupo conclui com 8 arquitetos, constituindo um total de 39.

O trabalho busca completar a coleta de informações, realizar uma revisão crítica do material coletado e delinear uma retrospectiva histórica, buscando qualificar a estética elaborada pela Escola de Belas Artes de São Paulo nos seus primórdios. Buscamos traçar um panorama esclarecendo as origens e influências absorvidas pela Escola, e confirmar se foi a primeira a oferecer um curso de formação de arquiteto, pois as outras escolas atuantes no mesmo momento – Escola Politécnica, 1894 a 1954 e Escola de Engenharia Mackenzie, 1917 a 1946 formavam o engenheiro-arquiteto.

OBJETIVOS

O trabalho trata de um estudo acerca da obra de 39 arquitetos formados pela Escola de Belas Artes de São Paulo, os arquitetos belasartinos, no curso criado por volta de 1928 e existindo em 1934.

Coletar e organizar material relacionado a projetos, detalhes, “desenhos autógrafos”, fotografias, depoimentos, notícias, enfim, coletar o maior número de informações possíveis para uma descrição precisa das obras deste grupo de arquitetos. Como meta final, constituir um registro impresso para divulgação, documentação e fonte de futuras pesquisas sobre o tema, possibilitando a produção de conhecimentos concretos e específicos que venham facilitar a extração de conclusões sobre este assunto, contribuindo para a ampliação do material de pesquisa referente a este tema.

METODOLOGIA

A técnica que utilizamos é a análise bibliográfica e o estudo de campo.

Realizamos uma revisão bibliográfica para elaborar a trajetória desde a graduação na Escola de Belas Artes de São Paulo até a produção de cada um dos arquitetos citados. Estamos também realizando levantamentos junto aos arquivos do Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia – CREA buscando coletar documentos acerca destes profissionais.

A abordagem estabelecida, além da descrição conta com ilustrações através de fotocópias de reportagens publicadas em revista da época, artigos publicados em revistas, livros, catálogos de exposições, de plantas, cortes, elevações, perspectivas, esquemas, fotografias e gravações de voz.

Na apresentação dos edifícios estudados utilizamos sempre que possível a situação no contexto urbano, plantas, cortes, elevações, fotos, perspectivas, contexto histórico buscando constituir uma figura para analisarmos a evolução das cidades. Alguns edifícios serão escolhidos para ensaios fotográficos com intuito de qualificar a obra quanto método construtivo, inserção na cidade, etc.

RESULTADOS

Revisamos e ampliamos o conjunto de informações acerca do grupo de arquitetos belasartinos formados na década de 30 do século 20. Constituímos um panorama mais nítido das artes na cidade de São Paulo nos anos 20 e 30, período de grande efervescência cultural - marcado pela celebração do Centenário da Proclamação da Independência do Brasil e entre outros eventos aconteceu a Semana de Arte Moderna -, em 23 de setembro de 1925 foi instalada a Academia de Belas Artes e em 1928 criado o Curso de Arquitetura.

BIBLIOGRAFIA

ARGAN, Giulio Carlo e **FAGIOLLO**, Maurizio. Guia de História da Arte, Editora Estampa, (2ª edição) 1994.

CALIXTO Maria Alice. sem título – texto de três páginas datilografadas com a biografia de seu pai, Benedicto Calixto de Jesus Netto, s/l, s/d.

FICHER, Sylvia. Escola de Belas Artes de São Paulo (1928-1934) – São Paulo: Ática Atena, 1986.

Os Arquitetos da Poli: Ensino e Profissão em São Paulo – São Paulo: Fapesp, Editora da Universidade de São Pulo, 2005.

MODERNELL, Renato; fotos Nelson Kon, Samuel Lavelberg, Ademar Nunes. Belas Artes 75 anos – São

Paulo: Faculdade de Belas Artes de São Paulo, 2001.

OLIVEIRA, Turguenev Roberto de. Breve Histórico do curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo – São Paulo: folder impresso pela Instituição, julho/2006.

RIOS, Gilberto Calixto. A família Calixto de Jesus - Ascendentes e descendentes de Benedicto Calixto de Jesus. – S/L: 3ª edição, impressa por computador, março / 2000.

ROSA, Tatiane Schilaro Santa. Memória Histórica do Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. – Trabalho de Iniciação Científica - orientador: Prof. Dr. Ademir Pereira dos Santos, Unicentro, São Paulo: Centro Universitário Belas Artes, 2004.

VERRI JR., Aníbal. Obra de José Augusto Bellucci em Maringá. – Trabalho de Iniciação científica – Orientador: Dr. Júlio Roberto Katinsky, São Paulo: Universidade de São Paulo Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, 2001.

AS BELAS ARTES E A CONTEMPORANEIDADE

André Sebastião da Silva

Larissa de Cristo Galvão

Luiza Amaro Azuma

Renata Aparecida da S. Ferreira

Prof. Ms. Celso Lomonte Minozzi (Orientador)

INTRODUÇÃO

Como elemento de partida para a pesquisa foram levantados os conceitos de estética na França a partir do século XIX.

No romantismo a arte é um elemento dependente da história, da religião, da cultura e dos costumes de uma sociedade; ao artista é essencial a originalidade. O ecletismo francês trás a ideia de ordem, a arte como fim de produzir a ideia e o sentimento do belo. O naturalismo de Baudelaire, que perdura em dominância na última metade do século XIX, é de certa forma uma reação contra o romantismo, onde a arte está ligada a ideia de abstração e a ciência predomina.

Os conceitos estéticos no século XX ficaram divididos em dois períodos, o primeiro que antecede a guerra (1939-1945), e o segundo após o momento da Libertação (1945). Neste primeiro período, de alguma forma, racionalista, equilibrado e com um método rígido e lúcido, a estética é tida como uma consagração do reinado do espírito, após a Libertação, sob novas condições de vida, o espírito parece ter sido chocado e ferido de traumatismo. Depois da guerra surgiu na França o surrealismo, o qual teve e tem até os dias de hoje, influência sobre novas doutrinas, tanto na França quanto nos outros países.

No Brasil, as Escolas de Belas Artes se iniciaram com forte influência dos conceitos estéticos franceses na arquitetura e na arte.

O Centro Universitário Belas Artes de São Paulo nasceu com o primitivo nome de Academia de Belas Artes de São Paulo, fundada por Pedro Augusto Gomes Cardim no dia 23 de setembro de 1925. Dele são estas palavras que lembram o estilo peculiar e floreado da época: "A arte, como um organismo moral que é, com sua função social determinada, pode, assim como a flor, brotar espontânea, com a irial beleza e o inebriante perfume, dotados pelo alento criador da terra; mas, se for cultivada, aumentarão as irradiações de sua beleza e a sutil suavidade de seu aroma. Uma academia não é fábrica de produtos cerebrais, morais ou artísticos, nem de aptidões e talentos. É o centro cultivador das aptidões naturais, onde se as desenvolvem e se as tornam aptas para frutificar".

OBJETIVOS

- Analisar as mudanças do conceito de belo entre o século XIX e XXI na arquitetura e na arte.
- Questionar a relação do conceito estético francês com o conceito das Escolas de Belas Artes no Brasil.

METODOLOGIA

- Método de abordagem dedutivo.
- Método de procedimento comparativo.
- Pesquisa bibliográfica.
- Observação direta intensiva com a técnica da observação

RESULTADOS

O conceito de belo dentro das Escolas de Belas Artes entre o período do século XIX e XXI passou por mudanças, acompanhando o contexto histórico no qual se encontrava.

Hoje não há estabelecido um conceito estético padrão, cada indivíduo possui sua visão sobre o belo, influenciado por diversas vertentes da arte e arquitetura. A Escola de Belas Artes tem como função o desenvolvimento dessa percepção nos alunos, a pensar e desenvolver seus próprios conceitos.

BIBLIOGRAFIA

- BAYER, Raymond. História da estética.
- Arquivos: Da escola nacional de Belas Artes.
- http://en.wikipedia.org/wiki/%C3%89cole_des_Beaux-Arts
- <http://www.belasartes.br/institucional/historia.php>

PRÉ-FABRICAÇÃO E CONSTRUÇÃO INDUSTRIALIZADA – A ESTÉTICA DA MONTAGEM

Ana Flávia de Faria Franco

Carol Spercel

Juliana Brigadão de Carvalho

Thaís Cristina Siqueira

Prof. Ms. Joan Villà (Orientador)

INTRODUÇÃO

A palavra indústria é de origem latina que, na arquitetura, significa a capacidade e o domínio técnico da transformação; esse termo está diretamente relacionado aos conceitos de organização, produção em série e mecanização dos meios de produção.

O que evidencia as construções atualmente são os materiais industrializados que estão sendo incorporados no mercado de construção levando em consideração sua forma, estética e desempenho.

A necessidade de um método construtivo rápido devido a Segunda Guerra Mundial gerou um crescimento de construções pré-fabricadas e conseqüentemente, padronizadas. Atualmente o mercado industrial produz materiais de diversos tipos, formas, tamanhos e cores dando uma possibilidade maior de fazer uma construção rápida e eficiente ao mesmo tempo, resultando uma arquitetura qualificada.

A industrialização deu início à construção industrializada e pré-fabricada, sendo que a construção industrializada é uma construção heterogênea e a pré-fabricada, homogênea.

Na construção heterogênea são empregados diferentes materiais, onde sua composição se faz devido a evidente separação destes por juntas. As juntas são necessárias para a junção de diferentes materiais, já que estes são finitos em função de suas dimensões definidas, facilitando no transporte e diminuindo seu peso. Além disto, as juntas auxiliam na separação de espaços quando necessário a utilização de diferentes materiais. A relação físico-química, em função da dilatação dos materiais também é separada por junções, caso contrário estes trincariam ou rachariam. Elas não são necessariamente uma matéria física, mas também pode ser a ausência de matéria, como por exemplo, o ar. A estética da montagem dos elementos se faz pela composição dos elementos construtivos.

Já na construção homogênea é empregado um material predominante, como por exemplo, nas construções em concreto armado como o projeto estudado do alojamento de professores em Brasília do arquiteto João Filgueiras Lima, Lelé. Este tipo de construção é feita a partir de moldes,

gabaritos ou formas, resultando uma estética de montagem que se distingue por esta geometrização e padronização.

OBJETIVOS

Valorizar a importância da estética da montagem através da relação entre a arquitetura e a construção dentro do conceito da pré-fabricação e da construção industrializada diferenciando-as e relacionando-as com a construção homogênea e a heterogênea, respectivamente.

Mostrar aos estudantes de arquitetura a necessidade no conhecimento do assunto que é de suma importância para sua formação acadêmica e aprimorando sua percepção.

METODOLOGIA

Foram empregadas diversas etapas metodológicas ao longo da pesquisa. O estudo foi iniciado com a análise da tese de doutorado de Paulo J. V. Bruna, que nos introduziu e facilitou na compreensão do tema.

Com a utilização de materiais didáticos, como revistas, livros e artigos da internet, escolhemos algumas obras de interesse e relacionadas ao tema, analisando de forma a observar a geometria existente representando-as por meio de análises gráficas, desenhos e textos, a fim de melhor compreensão do leitor.

RESULTADOS

Com base nas pesquisas feitas, aprimoramos nosso olhar para a arquitetura podendo distinguir obras pré-fabricadas das industrializadas visando a estética de sua montagem.

Conhecemos também vantagens dos materiais industrializados, seus processos metodológicos de montagem e diferentes materiais que são apropriados e qualificados na arquitetura.

A pesquisa também contribuiu para aumentar nossos conhecimentos específicos com a elaboração de trabalhos técnicos e científicos, incrementou a utilização de pesquisas bibliográficas, melhorou a comunicação em apresentação e desempenho de trabalhos finais de graduação e despertou interesse na pesquisa.

Consequentemente, desenvolvemos um reconhecimento maior da estética conseguindo aceitar e entender melhor a arquitetura.

BIBLIOGRAFIA

BRUNA, Paulo Julio Valentino. Arquitetura, Industrialização e Desenvolvimento: Tese de doutoramento. São Paulo: SAESP, 1972.

PAPE, Thomas; **MARTON**, Paolo; **WUNDRAM**, Manfred. Andrea Palladio. Alemanha: Benedikt Taschen, 1994.

OCTÁVIO, Luciano. João Filgueiras Lima, Lelé. São Paulo: Blau, 2001.

ALBERNAZ, Maria Paula; **LIMA**, Cecília Modesto. Dicionário Ilustrado de Arquitetura. São Paulo: Pro Editores, 1998.

LIMA, João Filgueiras. Escola Transitória. Brasília: MEC/CEDATE, 1984.

Revista Tectonica. Hormigón I. Madrid: ATC Ediciones, S.L., 1996.

Revista Tectonica. Hormigón II. Madrid: ATC Ediciones, S.L., 1997.

Revista Tectonica. Hormigón III. Madrid: ATC Ediciones, S.L., 2007.

Revista aU. Especial João Filgueiras Lima. São Paulo: Pini, 2008.

ENSINO DA PLÁSTICA PARA A FORMAÇÃO DO ARQUITETO E URBANISTA

Ian Duarte Lucas

Leonardo Moretto Rio

Tânia Ribeiro Soares

Profª. Ms. Liliane Simi Amaral (Orientadora)

INTRODUÇÃO

O arquiteto e urbanista trabalha fundamentalmente com a organização espacial e a criação estética. Para desenvolver habilidades de criar e representar o espaço construído se faz necessário o conhecimento de elementos artísticos e arquitetônicos, como o código de uma linguagem, e o domínio de determinadas técnicas de desenho. De todas as técnicas das quais se valem os arquitetos, a que se torna mais facilmente compreensível aos olhos de qualquer leitor, não exigindo conhecimentos prévios de convenções e códigos, é a perspectiva.

No estudo da disciplina Plástica os alunos aprendem diferentes técnicas de representação de objetos em perspectiva, além de serem incentivados a criar novos objetos a partir do estudo de obras de artistas ou movimentos artísticos que são referência na História da Arte, como por exemplo, a criação de um objeto arquitetônico contemporâneo de inspirações góticas ou de um sólido tridimensional que siga a estética de Piet Mondrian.

Para demonstrar a importância dessa disciplina no curso de Arquitetura e Urbanismo, este trabalho faz um panorama da descoberta e desenvolvimento da perspectiva na cultura visual do Ocidente bem como dos estilos artísticos e arquitetônicos e apresenta a maneira com que esses temas são trabalhados em sala de aula por meio de desenhos de alunos de diferentes grupos.

OBJETIVOS

Esta pesquisa teve como objetivo conhecer os movimentos artísticos e arquitetônicos ocidentais e seus principais elementos plásticos bem como a descoberta e desenvolvimento da perspectiva ao longo da história a fim de estabelecer relações com a criação arquitetônica contemporânea.

METODOLOGIA

A pesquisa foi dividida em duas fases: pesquisa bibliográfica sobre Histórico da Perspectiva e

pesquisa bibliográfica sobre os Movimentos Artísticos e Arquitetônicos e seus representantes. Buscaram-se definições dos movimentos e imagens de croquis e fotos de obras criadas por diferentes arquitetos ocidentais, a fim de estabelecer um panorama do uso da perspectiva na representação arquitetônica. Fez-se ainda uma coletânea dos desenhos de alunos, produzidos em sala de aula na disciplina de Plástica I. Estes desenhos relatam o aprendizado das técnicas de representação durante o desenvolvimento dos exercícios sugeridos pelos professores.

RESULTADOS

Por meio desta pesquisa atingiu-se um bom nível de entendimento da importância da linguagem do desenho através do estudo do desenvolvimento da perspectiva ao longo da história da arte e da arquitetura. A coletânea de desenhos de alunos bem como a pesquisa de croquis de arquitetos ilustres ajudou os pesquisadores a perceber as diferentes formas de usar o desenho não só como forma de representação, mas também como maneira de abrir a percepção visual para o processo criativo em arquitetura. Após a conclusão da pesquisa serão produzidos artigos e apresentações audiovisuais para divulgar o trabalho no meio acadêmico.

BIBLIOGRAFIA

- BECKETT**, Wendy. História da Pintura. Editora Ática. São Paulo, 1997.
- CARRANZA**, Edite Galote Rodrigues e **CARRANZA**, Ricardo. Escalas de Representação em Arquitetura. Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. São Paulo, 2007.
- CHILVERS**, Ian. Dicionário Oxford de Arte. Martins Fontes Editora Ltda. Tradução: Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo, 1988.
- GOMBRICH**, Ernst H. A História da Arte. Rio de Janeiro: LTC. 16ª Edição, 1999.
- GOMBRICH**, Ernst H. Breve História do Mundo. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- MARCONDES**, Luiz Fernando. Dicionário de Termos Artísticos. Rio de Janeiro: Edições Pinakothek, 1998.
- PEREIRA**, Aldemar. Desenho técnico Básico. Livraria Francisco Alves Editora S.A.. Rio de Janeiro – RJ, 1988.
- PROENÇA**, Graça. História da Arte. Ática S.A. São Paulo, 2007.
- STRICKLAND**, Carol. Arte Comentada – Da Pré-História ao Pós-Moderno. Ediouro Publicações. Rio de Janeiro, 1999.

TOMAN, Rolf. A arte da Renascença Italiana - Arquitetura, Escultura, Pintura e Desenho. Konemann. Colônia, Alemanha, 1994.

UPJOHN, Everard M. História Mundial da Arte: dos etruscos ao fim da Idade Média. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1975.

TECNOLOGIAS E SISTEMAS CONSTRUTIVOS PARA ARQUITETURA SUSTENTÁVEL NO BRASIL

Bruno Henrique da Costa Milan

Daniel Braz de Medeiros

Felipe Catelani Pereira Matias

Gabriel Paulo Antonio Kieling

Julio Battistin Neto

Mariana Bertarelli

Paulo Andréas Montes

Regina Leal Soares

Roberta Faustino Failla

Silvia Naomi Fujii

Profª. Drª. Lúcia Fernanda de Souza Pirró (orientadora)

INTRODUÇÃO

No início da década de 90, fruto das iniciativas mundiais em direção ao desenvolvimento e à sustentabilidade do planeta, tais como a Agenda 21 e o Protocolo de Kyoto, este importante tema passou também a ser abordado e incorporado ao processo de concepção dos projetos de arquitetura, assim como da execução e manutenção dos edifícios.

A consciência do grande impacto ambiental provocado pela construção civil levou à criação de Leis, Normas e importantes Sistemas de Certificação, tais como LEED (EUA), BREEAM (UK), HQE (França) e outros voltados a garantir a qualidade dos futuros edifícios, assim como estimular processos de retrofit nos edifícios antigos.

De maneira geral, as grandes áreas abordadas na concepção de edifícios sustentáveis são:

A escolha do sítio, sua localização, densidade, interatividade e centralidade;

O uso racional da água;

O uso racional da energia: economia e produção on site;

O uso de materiais de construção: reuso, racionalização e reciclagem;

A qualidade do ambiente interno.

Arquitetos da atualidade devem conceber edifícios incorporando tecnologias específicas e muitas vezes inovadoras para o sucesso de seu projeto. No entanto, muitas delas ainda necessitam ser conhecidas, desenvolvidas e apropriadas pelos projetistas, pelo mercado de prestação de serviços e pelos administradores dos edifícios.

OBJETIVO

Este trabalho tem como objetivo identificar e caracterizar algumas das principais tecnologias e sistemas construtivos indispensáveis para que se realize arquitetura sustentável, assim como verificar a sua disponibilidade no mercado brasileiro; os impactos no desenvolvimento de projetos arquitetônicos e complementares; e demonstrar sua aplicabilidade em alguns estudos de caso realizados no Brasil.

Os sistemas contemplados nesta pesquisa foram:

- Reaproveitamento de águas pluviais
- Reuso de águas servidas
- Coletores solares para aquecimento de água
- Painéis fotovoltaicos
- Automação de fachadas
- Coberturas vegetais

METODOLOGIA

Pesquisas bibliográficas em publicações, revistas e livros especializados, catálogos das empresas e sites da web. Visitas a empresas e obras.

RESULTADOS

O produto final é um conjunto de soluções e aplicações em estudos de casos das principais soluções de sustentabilidade que se aplicam ao nosso país, mostrando a sua conceituação, a viabilidade econômica e os efeitos na arquitetura, do ponto de vista técnico, estético e de conforto, assim como a exemplificação por meio de estudos de caso.

BIBLIOGRAFIA

SITES:

<http://www.aquasol.com.br/estudoEconomico.htm>

http://ecen.com/eee47/eee47p/energia_solar_domestico.htm

[http://www.ecotelhado.com.br/;](http://www.ecotelhado.com.br/)

<http://www.h2ot.com.br/index.htm>

<http://www.inova.unicamp.br/inventabrasil/asbc.htm>

<http://www.mundoagua.com.br/aquecedor-solar-gas-trocador-calor.html>

<http://penta3.ufrgs.br/CESTA/fisica/calor/coletorsolar.html>

http://www.procobre.org/pr/aplicacoes_do_cobre/energia_solar_detalle3.html

-Site: TV Ideal, Programa “Entre formigas e gafanhotos”, Reportagem “Arquitetura”, edição do dia 10/12/2008;

LIVROS

Green Roof, autor Earth Pledge, Editora AtIgen Schiffer, ano 2005;

Manual do Arquiteto Descalço, autor Johan Van Lengen, Editora Porto Alegre, ano 2004;

Aula: Iracy Sguilaro, dia 26/02/2009.

Por Leonardo Chamone Cardoso, engenheiro de Aplicação/Gerente técnico Transsen Aquecedor Solar

A ESTRUTURA ESPACIAL URBANA DE SÃO PAULO SOB A VISÃO HISTÓRICA DA INDUSTRIALIZAÇÃO

Aline Cristine da Silva Oliveira

Vinicius Luis de Asevedo

Profª. Drª. Luiza Naomi Iwakami (orientadora)

INTRODUÇÃO

A grande e confusa metrópole paulistana que se conhece hoje já foi uma pequena vila, local de passagem e confluência dos caminhos de tropeiros à margem da importância econômica das cidades costeiras do Brasil colonial. Desde sua ocupação inicial, com a chegada de padres jesuítas à colina central, à conquista e conexão a uma outra colina ligada pelo viaduto do Chá, ao advento do café que lhe trouxe a ferrovia, ao surto de urbanização e industrialização que fez com que a expansão da cidade chegasse aos subúrbios, o espaço a ser ocupado sempre manteve relações com as questões sociais, culturais e geográficas e que influenciou na São Paulo atual.

Esta pesquisa visa primeiramente localizar fatores históricos e de modo principal, da industrialização, usando como objeto de estudo o bairro da Mooca, que permitam uma compreensão e melhor reconhecimento da estrutura espacial urbana dos diferentes períodos de crescimento da cidade de São Paulo para gerar uma reflexão de como estes se sucedem, sustentam e suportam as atuais condições de estruturação espacial.

RESUMO:

A expansão urbana de São Paulo se desenvolveu a partir de uma estrutura apoiada em elementos articuladores característicos, condizentes com seus processos de evolução, tais como espaços e edificações de notável importância. Esses elementos permitem uma leitura cronológica dos passados sobrepostos da metrópole, de modo a construir uma visão que possibilite o entendimento espacial de trechos específicos da cidade e passagens históricas em seu contexto urbano geral.

Como síntese, a Mooca, este característico bairro industrial paulistano, símbolo da cultura do trabalho, contempla muitos dos processos existentes no complexo tecido urbano das grandes cidades. Sendo um bairro essencialmente operário, teve a indústria como principal força motriz de sua configuração, aproveitando a presença das ferrovias e suas eventuais facilidades, como escoamento de produção e terrenos planos, aglutinando ao seu redor a força de trabalho, principalmente imigrante, e originando uma ocupação residencial característica, trazendo infraestruturas necessárias para o pleno funcionamento de um bairro industrial.

Enquanto São Paulo sofria transformações em grande parte de seu perímetro, ora valorizando trechos de urbanização recente ou nula, ora desvalorizando locais com infraestrutura ideal, tal como se observou no centro histórico, cujo coração financeiro e cultural se expandiu na direção do eixo sudoeste da cidade (passando pela Av. Paulista, e chegando hoje ao eixo da Marginal Pinheiros), a Mooca se manteve com poucas transformações, preservando parte de suas características originais. Esse fato se deve à configuração intrínseca do bairro, delimitado pela área de várzea do Rio Tamanduateí, pelas ferrovias (São Paulo Railway e Central do Brasil), pela Av. Alcântara Machado (Radial Leste), e ainda pelo espigão da Av. Paes de Barros, somado à relação de identidade espacial travada pelos moradores para com o bairro. Apesar da decadência industrial das áreas centrais, já que as indústrias migraram para outras cidades da região metropolitana, para as margens de grandes rodovias e para as regiões periféricas, o bairro da Mooca manteve grande parte das atividades de produção, que funcionam até hoje de forma atuante na malha urbana (no corredor de indústrias e armazéns da Av. Presidente Wilson).

A pesquisa parte de dados históricos da industrialização, visando a compreensão de estruturas urbanas que sustentam a sobreposição de acontecimentos determinantes e condicionantes para a configuração do tecido atual. Partindo dessa leitura, é possível perceber as transformações da paisagem através da percepção das tipologias espaciais, buscando uma representação gráfica capaz de revelar uma identidade física da indústria e diferenciá-la das novas intervenções, distanciadas do cotidiano operário da Mooca (construção de condomínios residenciais de alto padrão, a partir do remembramento de lotes antigos), observando como as transformações modificam substancialmente as relações sociais e ambientais já estabelecidas.

OBJETIVOS

Partindo de pesquisas históricas previamente realizadas, organizar um levantamento que caracterize o bairro da Mooca no contexto industrial de São Paulo, inserindo-o em um sentido de relação da cidade como um todo, situando-o em seus diferentes períodos.

METODOLOGIA

A partir da leitura de textos relativos às temáticas, tais como história da evolução urbana (do país e da cidade de São Paulo), história da industrialização, teses relativas a assuntos pertinentes ao bairro da Mooca e a levantamentos anteriormente realizados, fazer um novo levantamento da identidade espacial, sempre se utilizando de tais bases teóricas.

O trabalho será acompanhado de um manuseio contínuo de mapas e bases fotográficas para a referência dos espaços urbanos e seus usos, de maneira a realizar a leitura atenta no plano do solo. Para a análise da qualidade urbana e ambiental, serão utilizados relatórios de visita e leituras urbanas a partir de registros de depoimentos e registros fotográficos.

RESULTADOS

Com as leituras realizadas, houve o conhecimento a respeito dos processos formadores do espaço urbano do país e do processo de industrialização, e de modo especial o da cidade de São Paulo, tendo como maior referência o bairro da Mooca, alvo deste estudo.

Nos levantamentos já realizados foi possível constatar como a base teórica se materializa nos casos existentes, e como em determinadas situações, a realidade está aquém das leituras, mas estas servem como suporte para a compreensão dos novos casos e possibilita futuras conclusões. No caso da Mooca, percebemos que o estereótipo de conjunto unitário não é a única face do bairro, pois ao contrário do que se possa imaginar, a Mooca também possui diversidades em sua malha urbana, como loteamentos modernos posteriores à construção das vilas operárias, corredores exclusivamente compostos por galpões e armazéns, áreas de condomínios fechados contemporâneos, e ainda, a requalificação de espaços previamente existentes (ícones da era industrial) para utilizações variadas do cotidiano atual.

Através da realização de entrevistas com moradores da região e visitas aos locais determinantes na configuração da Mooca, foi possível estabelecer graficamente um histórico da ocupação espacial, da evolução e transformação deste espaço dentro da cidade, até chegar à época atual, onde o bairro se vê novamente em destaque, desta vez através do interesse imobiliário e de sua requalificação urbana.

BIBLIOGRAFIA

- BLAY, Eva A. **“Eu não tenho onde morar”**, Editora Nobel, São Paulo, 1985.
- DEAN, Warren. **“A Industrialização de São Paulo”**, Editora Bertrand Brasil, São Paulo, 1991.
- LANGENBUCH, Jurgen Richard. **“A Estruturação da Grande São Paulo”**, Editora FIBGE, Rio de Janeiro, 1971.
- ROLNIK, Raquel. **“A Cidade e a Lei”**, Editora FAPESP, São Paulo, 1997.
- ROLNIK, Raquel. **“São Paulo”**, Editora PubliFolha, São Paulo, 2001.
- RUFINONI, Manoela Rossinetti. **“ Preservação do patrimônio industrial na cidade de São Paulo: o bairro da Mooca”**, Tese de mestrado, FAUUSP, 2004.

SIMÕES JÚNIOR, José Geraldo. **"Anhangabaú – História e Urbanismo"**, Editora Senac, 2004.

VILLAÇA, Flávio. **"Espaço Intra-urbano no Brasil"**, Editora FAPESP, São Paulo, 2001.

TOLEDO, Benedito de Lima. **"São Paulo: três cidades em um século"**, Editora Livraria Duas Cidades, 2º ed., São Paulo, 1983.

TRANSFORMAÇÕES URBANAS RECENTES NAS ANTIGAS ÁREAS INDUSTRIAIS DE SÃO PAULO AO LONGO DOS EIXOS FERROVIÁRIOS

Bruno Azevedo

Jéssica Canassa de Moraes

Luana Carvalho Filho

Profª. Drª. Luiza Naomi Iwakami (orientadora)

INTRODUÇÃO

Brás, Mooca, Pari, Bom Retiro. Até a década de 40, os limites entre esses bairros só existiam nos mapas cadastrais. No cotidiano dos moradores, oriundos das fábricas existentes no eixo da ferrovia São Paulo Railway, posteriormente denominada Santos-Jundiaí, os três bairros formavam uma só região, onde costumes, etnias e atividades diversas coexistiam em harmonia.

Os delimitadores desse espaço agiram como estruturadores urbanos e econômicos da região - falamos dos eixos da ferrovia São Paulo Railway e da Ferrovia Sorocabana (atual linha do metrô), da Avenida Rangel Pestana e sua continuação na Avenida Celso Garcia (antigo caminho de tropeiros) e por fim do leito do Rio Tamanduateí. Ao longo destes é que se formaram os primeiros povoamentos - resultantes da expansão do município para além do Tamanduateí, posteriormente os primeiros empreendimentos fabris ao longo das ferrovias e conseqüentemente as primeiras ocupações operárias no seu entorno próximo.

Todos esses fatores determinaram a formação espacial da região, que em termos físicos e memoriais ainda a mantém, porém sua condição de centralidade econômica sofreu modificações profundas com o desenvolvimento da cidade.

OBJETIVOS

A partir dos fatos citados (estudo histórico-espacial), compreender a formação do espaço físico, econômico e social que compõe esses quatro bairros ícones do desenvolvimento da São Paulo do século XIX e entender a causa de sua atual condição no espaço da cidade bem como na memória dos moradores.

METODOLOGIA

Para a realização do trabalho, cumprimos as seguintes etapas:

1. Leitura de textos e livros relacionados ao tema em estudo, pertinentes à formação histórico-espacial de São Paulo, à expansão industrial na zona em estudo, os meios de povoação e ocupação, a diversidade étnica e a visão dos moradores a respeito dos bairros onde residem, visando o embasamento do conhecimento necessário acerca do tema em estudo;
2. Utilização das informações obtidas pelas leituras anteriores para a elaboração de mapeamento histórico-espacial, visando compreender a dinâmica da evolução física da região, e conseqüentemente perceber a tipologia dos espaços construídos, social e econômica presente;
3. Análise em conjunto dos mapas executados e das informações bibliográficas.
4. Visita a campo:
 - a) regiões onde se localizam ou localizavam as indústrias mais influentes na estruturação do espaço em estudo (nos eixos das ferrovias, Avenidas Rangel Pestana e Celso Garcia) para documentação fotográfica e complementação do mapeamento já realizado;
 - b) Vila Maria Zélia, ícone das diversas moradias operárias existentes dentro do período em estudo para documentação fotográfica e complementação bibliográfica, a partir de informações de moradores antigos da vila, do papel desse tipo de ocupação na formação da cidade e também como parte da memória coletiva;
 - c) regiões onde se desenvolveram atividades fabris relacionadas com a etnia dos imigrantes que povoaram intensamente a cidade no período estudado, além da Hospedaria dos Imigrantes, com estudos referentes à influência da diversidade étnica na organização e estruturação espacial da cidade;
 - d) Realização de entrevistas com moradores das diferentes localidades dos bairros identificando a visão e memória da cidade para estes moradores;

RESULTADOS

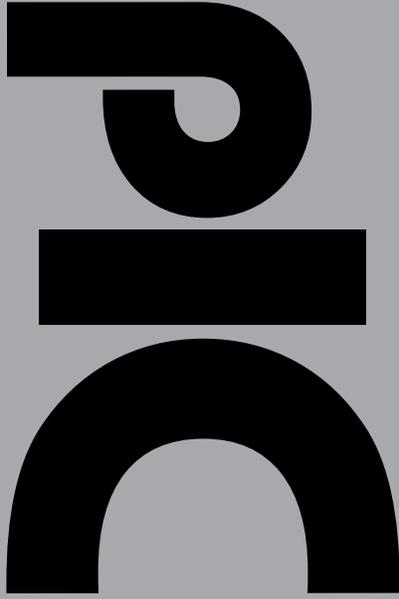
Através de coletas de dados, análise histórica e entrevistas com moradores, concluímos que os bairros em questão, são resultados de diversos fatores que, com o passar do tempo foram sendo alterados de acordo com as necessidades da sociedade. No primeiro momento estes bairros possuíam forte característica industrial, sendo que posteriormente continuaram no cenário econômico, porém com diferentes especializações no setor comercial.

Observamos também que estes bairros contribuíram muito para a formação espacial e étnica da cidade

de São Paulo, uma vez que se constituíam como referências de chegada e partida de imigrantes; vemos que estas localidades receberam e continuam recebendo populações de diversas nacionalidades, e que mesmo com o passar do tempo vêm contribuindo para difusão de diversas culturas.

BIBLIOGRAFIA

- CANO, Wilson. Raízes da Concentração Industrial em São Paulo. Rio de Janeiro: Difel, 1977.
- CARONE, Edgar; MORAES, A. P. Quartim de (Ed.). Evolução industrial de São Paulo, A : 1889 - 1930. São Paulo: SENAC, 2001.
- DIAFÉRIA, Lourenço. Brás : sotaques e desmemórias. São Paulo: Boitempo, 2002.
- EMPLASA, Memória urbana: a grande São Paulo até 1940. São Paulo: Emplasa, 2001.
- IWAKAMI, Luiza Naomi; SCHIFFER, Sueli Ramos (Orient.). Espaços da reestruturação industrial: alterações urbanas do Grande ABC Paulista. São Paulo: s.n., 2003.
- LANGENBUCH, Juergen Richard. Estruturação da grande São Paulo, A: Estudo de geografia urbana. Rio de Janeiro: IBGE, 1971.
- MICELI, Paulo. Além da fábrica: o projeto industrialista em São Paulo 1928-1948. São Paulo: Senai, 1992.
- PEREIRA, José Carlos. Estrutura e expansão da indústria em São Paulo: Nacional, 1967.
- PEREIRA, Verônica Sales; Brás : canteiros da memória na modernidade de São Paulo. São Paulo: s.n., 2002. 351 p., 30cm.
- SÃO PAULO, Governo do Estado. Cenários da urbanização paulista: Região administrativa da grande São Paulo, A. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, 1992. v. 5. (São Paulo no limiar do Séc. 21).
 _____. Cenários da urbanização paulista: Região administrativa da grande São Paulo, A. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, 1992. v. 6. (São Paulo no limiar do Séc. 21).
- SOMEKH, Nadia. Cidade vertical e o urbanismo modernizador, A: São Paulo 1920-1939. São Paulo: Edusp, 1997. (Cidade aberta)
- VILLAÇA, Flávio. Espaço intra-urbano no Brasil. 2. ed. São Paulo: Nobel, 2001.



VIII Congresso de
Iniciação Científica

Bacharelado em Artes Visuais



ARTISTAS QUE PASSARAM PELO C.U.B.A.S.P

Bruna Costa de Oliveira

Profª. Ms. Débora Gigli Buonano (Orientadora)

INTRODUÇÃO

A pesquisa propõe o resgate da história do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo através da passagem de alguns de seus alunos dentro desse ambiente acadêmico, alunos esses que desenvolvem atualmente atividades nas diferentes vertentes do campo das artes.

Para tanto, é da competência desta pesquisa a tentativa de compreensão, em primeiro lugar, da concepção e dos desdobramentos do trabalho de um curador e, em seguida, do exemplo de alguém que estivesse inserido dentro desse contexto e que tivesse alguma ligação com a Faculdade de Belas Artes de São Paulo.

Desse modo, a artista cujo trabalho foi estudado é Maria Alice Milliet, curadora em Artes Visuais, crítica e historiadora da Arte, formada em Educação Artística pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo no ano de 1983. Milliet possui Mestrado em Artes (1989) e Doutorado em História da Arte (1999), ambos realizados na Universidade de São Paulo, além de ter atuado como Diretora- Técnica da Pinacoteca do Estado de São Paulo (1989-1992) e curadora do Museu de Arte Moderna de São Paulo (1993-4 e 2002-4). Dirigiu a Fundação José e Paulina Nemirovsky, em São Paulo, e como curadora independente tem realizado exposições em inúmeras instituições e galerias de arte.

Atualmente, Milliet é curadora da exposição do acervo da Fundação Nemirovsky: O Olhar do Colecionador, que é um dos mais importantes acervos em exposição de longa duração na cidade de São Paulo. Essa exposição, que ocorre na Estação Pinacoteca do Estado de São Paulo, apresenta uma seleção de obras da arte moderna brasileira realizada pelo casal de colecionadores José e Paulina Nemirovsky.

OBJETIVOS

O trabalho científico pretende aprofundar-se em alguns tópicos que direcionam essa pesquisa. São eles:

- O levantamento e aprofundamento do conceito da vertente artística curatorial;
- O estudo e compreensão da trajetória das curadorias brasileiras;
- A análise da trajetória relacionada às atividades curatoriais de Maria Alice Milliet;

- A contribuição para que a história do ensino do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo se mantenha viva, servindo de base para novas possibilidades de estudo.

METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa seguiu-se uma trajetória com diversos tópicos a serem analisados: o contexto em que a artista viveu, o significado de curadoria e como ela acontece, a criação do eixo das pesquisas curatoriais de Maria Alice Milliet, bem como sua contribuição para o cenário artístico brasileiro.

Para a pesquisa a respeito do contexto histórico em que Maria Alice Milliet viveu durante o período em que cursou sua graduação, foi feito um levantamento panorâmico das diversas formas de expressões artísticas, das exposições e curatorias mais significativas.

Seguindo a pesquisa, foi analisada qual a função do curador dentro de uma exposição, tendo como base alguns estudos de curadoria.

Posteriormente, foi feita uma pesquisa acerca da carreira curatorial da artista, desde o momento em que saiu da Faculdade de Belas Artes de São Paulo, através de documentos encontrados no Cedoc da Pinacoteca do Estado de São Paulo e do Museu de Arte Moderna de São Paulo.

Por fim, para traçar uma linha de raciocínio comum entre as curatorias realizadas por Milliet, foram analisados textos de catálogos de exposições em museus e galerias de arte de São Paulo.

RESULTADOS

Esta pesquisa possibilitou o levantamento de informações sobre a aluna Maria Alice Milliet, produzindo referência para o muBA – Museu Belas Artes de São Paulo.

O produto deste trabalho certamente é o questionamento dos eixos curatoriais existentes nas artes brasileiras. A importância da capacitação em artes dos profissionais que atuam nesta área, pois a formação requer conhecimentos em História da Arte, Crítica, Produção e Montagem de Exposições.

BIBLIOGRAFIA

VÁRIOS AUTORES, Anos 70: trajetórias. São Paulo: Iluminuras, 2001.

CASTILLO, Sonia Salcedo Del. Cenário da Arquitetura da arte: montagens e espaços de exposições. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO, Grupo de estudos sobre curadoria: exposições

organizadas em 1998. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM, 2000.

MILLIET, Maria Alice. Coleção Nemirovsky / Nemirovsky Collection. São Paulo: Fundação Nemirovsky – MAM, 2003.

PROFESSORA ARTISTA: RENINA KATZ

Carlos Alberto Negrini

Profª. Ms. Débora Gigli Buonano (Orientadora)

INTRODUÇÃO

Neste trabalho a professora artista analisada é Renina Katz Pedreira, uma das mais importantes gravadoras brasileiras, tendo participado de duas Bienais de Veneza e de diversas exposições internacionais consagrando-se como uma das maiores artistas de nosso legado. Formou-se na Escola Nacional de Belas Artes - Enba, no Rio de Janeiro, entre 1947 e 1950. Lecionou na Faculdade de Belas Artes de São Paulo nos anos 80. Optou-se por um recorte dando enfoque à produção litográfica de Renina Katz nas décadas de 70 e 80.

A presente pesquisa está inserida num estudo de âmbito maior cuja finalidade é o levantamento e registro da atuação de professores artistas que fizeram parte do corpo docente da Faculdade de Belas Artes de São Paulo e das ações por esta instituição realizadas, vinculando-se aos trabalhos de pesquisa do Museu Belas Artes de São Paulo – muBA.

OBJETIVOS

Um levantamento histórico detalhado da produção, vida e obra de Renina Katz Pedreira, nos reafirma a importância desta artista para o cenário das artes visuais no Brasil e no mundo, e sua importante contribuição como referência artística e educacional.

Identificar e analisar toda a produção litográfica discutindo a construção formal e o pensamento poético.

Assim, além de homenagear uma artista já consagrada, o presente trabalho visa contribuir para a reconstituição da história da instituição de ensino Belas Artes de São Paulo.

METODOLOGIA

A pesquisa parte da análise e reflexão de referências políticas, sociais e culturais no Brasil nas décadas de 70 e 80, marcando uma fase da trajetória poética da artista; documentação diversificada, composta por fotografias, catálogos, books de exposições, cartas e bilhetes pessoais, artigos de jornais, revistas e textos críticos referentes a toda sua produção;

Para que todo esse processo pudesse ser realizado, houve um levantamento bibliográfico significativo em grande parte de acervos que possuem relevantes materiais e obras da artista, incluindo uma entrevista com ela própria.

Esta pesquisa se baseia em levantamento efetuado em museus que possuem em seus acervos expressivo número de obras de Renina Katz Pedreira: Pinacoteca do Estado de São Paulo, Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo (MAC-USP) e Museu de Arte de São Paulo (MASP).

A bibliografia iniciou-se a partir de levantamento efetuado nos seguintes arquivos e bibliotecas: Arquivo da Fundação Bienal de São Paulo Wanda Svevo; Biblioteca do Museu de Arte de São Paulo; Biblioteca da Pinacoteca do Estado de São Paulo; Centro de Documentação da Pinacoteca do Estado de São Paulo – CDOC; Biblioteca da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo e Biblioteca do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

RESULTADOS

Os resultados mais expressivos resultantes da investigação e pesquisa foram as descobertas e o resgate de materiais que atestam e documentam grande parte da trajetória da artista e seus vínculos profissionais principalmente em sua passagem pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo como docente em 1980.

Esta pesquisa possibilitou, ainda, dar início ao processo de documentação, digitalização e formação dos arquivos do Museu Belas Artes de São Paulo com a compilação e organização das referências e materiais utilizados.

BIBLIOGRAFIA

1. LIVROS

ANOS 70: TRAJETÓRIAS – São Paulo : Iluminuras Itaú Cultural 2005. 201 p. Vários Autores.

RENINA KATZ – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo 1997. – (Artista da Usp, 6) 280p.

RENINA KATZ: gravuras – Rio de Janeiro: Artepadiilha, 2008

A GRAVURA – Lisboa: Editorial Estampa - Coleção Artes e Ofícios 2003. 161p. Jordi Catafal e Clara Oliva

A DÉCADA DE 80 – Brasil: Quando a multidão voltou às praças; editora Ática 1999. 80p. Marly Rodrigues

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez Editora, 2007.

ZAMBONI, Silvio. A Pesquisa em Arte. Campinas, SP: Autores Associados, 2006. (Coleção polêmicas do nosso tempo, 59).

2. CATÁLOGOS

A Fronteira dos Vazios – Livro Objeto: Centro Cultural Banco do Brasil, Rio de Janeiro, 27/04 a 5/06 /1963

Renina Katz Litogravuras - Art Gallery of The Brazilian-American cultural Institute, Washington, de 15/04 a 12/05/1977

Renina Katz Aquarelas – Múltipla Arte, SP, de 9 a 30/11/1987

Acuarela Brasil – Museo Nacional de La Acuarela, México, de 7/7 a 6/08/1996

Ares e Lugares: Gravuras sobre metal 1996

3. TESES

NOGUEIRA, Ana Maria Netto. O FEMININO E A CRIAÇÃO POÉTICA NAS AQUARELAS DE: FAYGA, IOLE, **RENINA E ANA**. Dissertação de mestrado em Artes Visuais apresentada à UNESP – Instituto de Artes, SP, 1997

REA, Silvana. TRANSFORMATIVIDADE. Dissertação de mestrado apresentado à USP - Universidade de São Paulo, SP, 1998.

PROFESSORES ARTISTAS: A BELAS ARTES DOS ANOS 70

William Keri

Profª. Ms. Débora Gigli Buonano (Orientadora)

INTRODUÇÃO

A produção artístico-cultural dos anos 70 no Brasil representa um momento de nova sensibilidade marcado por manifestações alternativas e pelo crescente desenvolvimento de uma indústria cultural e sistema de arte paralelamente ao contexto político de ditadura militar a partir de 1964. No campo das artes visuais ao lado dos meios tradicionais de expressão somam-se processos de diversificação de experiências aliados a novas mídias e procedimentos que passam a discutir além das questões técnicas, a cultura em geral, o consumo, a política e os problemas ético-estéticos.

Neste período, São Paulo, que já se constituía como importante cenário para as artes passa a ser um centro aglutinador e difusor da vanguarda artística nacional não somente pelo enriquecimento de seu mercado como pela presença de museus e instituições de ensino de arte. Nesse contexto a Escola, e posteriormente Faculdade de Belas Artes de São Paulo seria responsável pelo desenvolvimento de uma produção local e pela formação de toda uma geração de profissionais sob orientação de importantes professores-artistas.

Evandro Carlos Jardim, Donato Ferrari, João Calixto, Miriam Chiaverini e Mário Ishikawa são os artistas analisados nesta pesquisa, cujas produções refletem a diversidade de proposições na arte do período.

OBJETIVOS

Este trabalho tem por objetivo resgatar as atuações destes artistas em suas práticas poéticas e educacionais reafirmando suas posições nas artes visuais em São Paulo e no Brasil.

A pesquisa está inserida num estudo de âmbito maior cuja finalidade é o levantamento e registro da atuação de professores-artistas que fizeram parte do corpo docente da Academia, Escola, Faculdade e atualmente Centro Universitário Belas Artes de São Paulo e das ações por esta instituição realizadas, vinculando-se aos trabalhos de pesquisa do Museu Belas Artes de São Paulo – muBA.

METODOLOGIA

Os referenciais de base para a pesquisa são compostos, além de bibliografia, por artigos de jornais, revistas e textos críticos abarcando as produções dos artistas, consultados em bibliotecas, arquivos, hemerotecas e acervos que possuem significativas obras dos artistas, entrevistas com ex-alunos e entrevistas com os próprios artistas.

Dentre os acervos consultados estão o Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo (MAC-USP), Museu de Arte de São Paulo (MASP), Pinacoteca do Estado de São Paulo, Arquivo da Fundação Bienal de São Paulo Wanda Swevo, Biblioteca da Pinacoteca do Estado de São Paulo, Centro de Documentação da Pinacoteca do Estado de São Paulo – CEDOC, Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), Biblioteca da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP) e Biblioteca do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Resgatar e contextualizar os artistas professores e o ensino de arte na Escola de Belas Artes de São Paulo nos anos 70 possibilitando apreender a diversidade cultural do período e sua importância ao mesmo tempo em que ajuda a traçar um panorama da história da instituição.

BIBLIOGRAFIA

- CANONGIA**, Ligia. O legado dos anos 60 e 70. São Paulo: Jorge Zahar, 2005.
- FREIRE**, Cristina. Arte conceitual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- FREIRE**, Cristina. Poéticas do processo – arte conceitual no museu. São Paulo: Iluminuras, 1999.
- HOBBSAWM**, Eric J. Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- MACAMBIRA**, Yvoty de Macedo Pereira. Evandro Carlos Jardim. São Paulo: Edusp, 1998.
- MALPAS**, James. Realismo. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.
- MATIAS**, Alecsandra de Oliveira. Mario Schenberg: contexto sócio-cultural da década de 70. Schenberg arte e ciência, Elza Ajzenberg (Coord.) São Paulo: ECA/USP, 1996.
- MODERNELL**, Renato. Belas Artes 75 anos. São Paulo: Faculdade de Belas Artes de São Paulo, 2001.
- , Daisy Valle Machado. Figurações Brasil anos 60: neofigurações fantásticas e neo-surrealismo, novo realismo e nova objetividade. São Paulo: Itaú Cultural: Edusp, 1999.

PECCININI, Daisy Valle Machado. Objeto na arte: Brasil anos 60. São Paulo: FAAP, 1978.

SÃO PAULO (município) Departamento de Informação e Documentação Artísticas. Centro de Pesquisas de Arte Brasileira. Linguagens experimentais em São Paulo 1976. Coordenação de Raphael Buongiorno Netto. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura, Departamento de Informação e Documentação Artísticas, Centro de Pesquisa de Arte brasileira, 1980.

SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2002.

VÁRIOS AUTORES. Anos 70: Trajetórias. São Paulo: Iluminuras, 2005.

ZAMBONI, Silvio. A pesquisa em arte: um paralelo entre arte e ciência. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.

ZANINI, Walter. História Geral da Arte no Brasil. São Paulo: Instituto Walter Moreira Salles, 1986.

MODIFICAÇÕES DO VEÍCULO DA PINTURA A ÓLEO: UMA ANÁLISE ATRAVÉS DE REMBRANDT

Luciana Marques Guilharducci

Márcio Alexandre Pulga

Prof. Ms. Fernando José Amed (Orientador)

INTRODUÇÃO

Estão os processos da cozinha da pintura¹ se perdendo? Numa visão mais ampla da história dos materiais artísticos empregados na pintura a óleo, é fácil notar que o antigo sistema de pintura usado antes do séc.17 fora gradualmente, e drasticamente, **simplificado**. Embora essa simplificação tenha acarretado um novo sistema de pintura, mais ágil, fácil e prático, perdeu-se a vantagem de ajustar ou personalizar as características reológicas² da tinta, médium³ e veículos⁴.

A indústria dos materiais artísticos, como qualquer outra indústria, obedece à lei de procura e oferta: investem em tudo que possua mais procura, geralmente, produtos práticos, polivalentes e prontos para o uso.

A origem da necessidade de simplificação, praticidade e rapidez no sistema de pintura ainda não possui resposta quanto à sua origem, nenhum estudo acadêmico. É possível que seus primórdios tenham vindo com o novo estilo de vida que a revolução industrial trouxe ao mundo, a necessidade de desenvolver produtos que atendessem artistas com uma nova sensibilidade. A problemática no entanto, é que a informação da possibilidade do “ajuste fino” dos materiais, ao gosto do artista, não é mais veiculada em nenhum círculo: o artista simplesmente compra um produto pronto, sem ter conhecimento da possibilidade de uma personalização. Não consta então, no início do processo criativo, algumas opções plásticas porque o artista desconhece tais práticas. Essa falta de conhecimento é então, um limitador para o artista.

O sistema de pintura a óleo foi simplificado a ponto de perder sua característica mais fundamental: que o artista conheça profundamente seus materiais através da manipulação. Conhecendo as formas de alteração, ou modificação, pode-se

¹Termo de origem desconhecida, usado em várias partes do mundo. Comumente aplicado as práticas de feltio e modificação dos materiais usados na pintura. Ex.: *Kitchen of Painting*, usado nos países de língua inglesa.

²Do grego rheo= fluxo logos= estudo, a reologia é o estudo da fluidez da matéria. Investiga mais profundamente a elasticidade, plasticidade, viscosidade e a mecânica dos fluidos, através de suas micro ou nanoestruturas. Termo criado em 1920 por Eugene Bingham. *The Origins of Rheology*; by Deepak Doraiswamy, University of Sidney.

³Medium é o termo usado para a mistura de um ou mais ingredientes no veículo, serve para modificar as características reológicas da tinta. A aplicação do medium acontece de duas maneiras: misturado com uma espátula numa pequena porção de tinta a ser usada, ou molha-se o pincel nessa mistura e com o mesmo pincel carregado de medium pega-se a tinta para levá-la a tela. O médium comumente usado no Brasil é uma mistura de 50% de óleo de linhaça e 50% de terebintina.

⁴Os veículos da tinta óleo são substâncias que dão maior fluidez a tinta, para que possa deslizar mais facilmente na tela. Compreendem vários óleos vegetais secantes como os óleos de linhaça, nozes e papoula, e também substâncias voláteis como a terebintina, embora essa seja considerada também como diluente, devido ao fato de que evapora muito rápido.

adequar o material para que ele obedeça a uma necessidade plástica para diferentes tipos de trabalhos e possibilidades de estilos.

Tomando um dos maiores gênios da pintura como exemplo, Rembrandt Harmenszoon Van Rijn 5, podemos estudar uma, dentre muitas, possibilidade de feitiço de materiais baseado em alterações caseiras que permitem controlá-los, personalizando-os. Tomando o mestre holandês como exemplo, há de se notar a importância que cada material pode adquirir dentro de um meio, e de quanta complexidade e riqueza são alcançadas quando um artista mune-se de conhecimento e investigação de seus próprios materiais.

Compreendendo visualmente os resultados plásticos obtidos por Rembrandt, veremos como esse sistema pode nos ajudar a criar nossas próprias alterações, que permitem uma mobilidade expressiva, garantindo longevidade e conservação das obras.

OBJETIVOS

- a) Análise e estudo do feitiço e alterações do óleo de linhaça, sendo esse o mesmo veículo usado pelo artista
- b) Pesquisa nas célebres fontes compilando todas as opiniões pertinentes sobre cada uma dessas alterações
- c) Obter resultados práticos e teóricos de cada processo, organizando esses resultados em tabelas que possam ser comparadas e facilmente consultadas
- d) Apresentação detalhada através de registro fotográfico da modificação dos materiais e seus resultados pictóricos
- e) Sugerir novas possibilidades de expressão na linguagem pictórica através de algumas possibilidades de modificações reológicas

METODOLOGIA

Um cruzamento das informações pesquisadas gerará conteúdo que será posteriormente analisado e testado na prática, apresentando vários exemplos visuais (fotografias e registros) durante todo o andamento da pesquisa, e finalmente, uma conclusão.

RESULTADOS PARCIAIS

A partir da leitura de extensa bibliografia, eliminamos os materiais que possivelmente não foram usados durante a época do artista. Testamos vários tipos de modificações no óleo de linhaça prensado a frio e a calor. Testes de amarelecimento, secagem e de reologia foram feitos, observados e anotados. A partir dessa pesquisa, foi necessária a criação de uma tabela que descrevesse com precisão as características dos materiais resultantes dessas modificações para que o leitor possa avaliar os resultados.

BIBLIOGRAFIA

DE VETERING; Ernst Van; Connoisseurship and Rembrandt's Paintings: New Directions in the Rembrandt Research Project; The Burlington Magazine; Artigo; 2006.

DOERNER; Max; The Materials of the Artist and Their Use in Painting; 1921.

EASTLAKE; Sir Charles Lock; Methods and Materials of Painting of the Great Schools and Masters; Dover; 1847.

GETTENS; Rutherford J.; **STOUT;** George L.; Painting Materials: A Short Encyclopedia; D. Van Nostrand Company; 1942.

GROVES; James C.; Rembrandt Self-Portrait; Artigo; 2006.

KEUNE; Katrien; Binding Medium, Pigments and Metal Soaps Characterised and Localised in Paint Cross-sections; Monografia; MOLART; FOM Institute – Amsterdam; 2005.

LOON, Annelis Van; Color Changes and Chemical Reactivity in Seventeenth-Century Oil Paintings; Monografia; MOLART; FOM Institute – Amsterdam; 2008.

MAROGER; Jacques; The Secret Formulas and Techniques of the Old Masters; 1948.

WETERING; Ernst Van De; Rembrandt: The Painter at Work; Amsterdam University Press; 1997.

⁵ Pintor e gravurista holandês do período barroco (1606 –1669). The History of Art; Gombrich

CIBERARTE MAPEANDO CONHECIMENTO

Cesar Tavares de Souza

Prof. Ms. Paulo Mattos Angerami (Orientador)

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos vimos a arte feita por intermédio ou com a ajuda de computadores ter um enorme crescimento. O computador pode ser usado no processo criativo de um artista de várias maneiras. Neste trabalho as propostas que usam o computador como uma ferramenta ativa para gerar ambientes responsivos que criam realidades, situações ou ecossistemas insólitos é que são objeto de estudo. Esse tipo de arte, muitas vezes demanda alto investimento financeiro e humano. Recursos muitas vezes raros. Nos pareceu oportuno tentar saber como os artistas brasileiros vêm se relacionando com esse tipo de produção artística emergente mundo afora. A questão é saber em qual volume e frequência temos esse tipo de obra sendo inscrita em festivais internacionais ou mesmo nacionais. Assim, esta pesquisa fez um balanço de produção e exposição de obras interativas e imersivas brasileiras. Para tanto pesquisamos o histórico de festivais dedicados às novas mídias, nacionais e internacionais, que ocorreram entre os anos de 1998 e 2008 a procura de ciberartistas brasileiros.

OBJETIVOS

Objetivo geral: estudar o conceito de imersão dentro da arte contemporânea e desenvolver uma obra com base nesse estudo.

Objetivo específico: fazer um levantamento da produção de ciberarte brasileira e de como ela se insere no cenário internacional. Selecionar e analisar em detalhe três obras documentadas na literatura e uma obra inédita desenvolvida como parte prática desta pesquisa.

MATERIAIS E MÉTODOS

Através de uma extensa pesquisa na Internet selecionamos 90 festivais especializados em novas mídias. O histórico de cada uma das edições ocorridas entre 1998 e 2008 foi estudado e os artistas foram catalogados. Posteriormente foi feita uma pesquisa nos sites dessas pessoas para checar se havia no seu currículo outros trabalhos em outras exposições. Outra fonte de pesquisa foi o acervo do Instituto Itaú Cultural, um banco de dados bastante extenso sobre a produção de arte em novas mídias.

RESULTADOS

Através da pesquisa de festivais e blogs pudemos ver que as produções artísticas e grupos de estudo estão localizados principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul como pode ser observado no gráfico da figura 1.

Produção artística por estado (%)

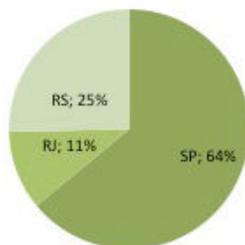


figura 1

O próximo gráfico (Figura 2) nos mostra que o pico de produção se deu entre os anos de 2004 e 2006. Antes desse período os festivais que hoje apresentam instalações com computadores apresentavam, principalmente, obras que fazem uso da Internet, a chamada net-arte. O festival FILE em suas primeiras edições tem muito de net-arte e obras apresentadas em CD-ROM. É a partir de 2002 e 2003 que as instalações começam a aparecer com mais força.



figura 2

Onde a ciberarte mais tem se destacado é na Europa. Países como Alemanha, Espanha e Inglaterra possuem diversos institutos de pesquisa e festivais já há muitos anos. Um dos primeiros festivais foi o festival Cybernetic Serendipity ocorrido em 1968 em Londres. Ainda que não tivesse atividades ou produções diversificadas o Brasil se iniciou na produção de festivais nessa área cedo. Em 1969 o festival Computer Plotter-Art (bancado por uma instituição norte-americana) teve, entre as obras expostas, Derivadas de uma imagem de Waldemar Cordeiro - essa foi a primeira obra feita com auxílio de um computador no Brasil.

Ainda assim, concordamos com Oliver Grau quando ele diz que a ciberarte é um tipo de arte quase inacessível a artistas que não fazem parte do hemisfério norte ocidental do planeta. Como pode ser observado no gráfico da figura 3 é na Europa, em especial na Alemanha, onde nossos artistas mais encontraram vazão.



figura 3

Os festivais FILE, Prêmio Sérgio Motta e a bienal Emoção Art.ficial! nos mostram que há uma produção nacional consistente, mas não há muita participação internacional.

Assim, a informação que foi organizada (lista de festivais e blogs) neste estudo será disponibilizada na internet (<http://festivaisdeciberarte.wordpress.com>) com o intuito de dar uma pequena ajuda às pessoas que têm projetos e que desejam inscrever-se em festivais, ou simplesmente facilitar a vida daqueles que querem informar-se (através dos blogs coletados) sobre o assunto.

BIBLIOGRAFIA

GRAU, Oliver. *Arte Virtual: da ilusão à imersão* / Oliver Grau; tradução Cristina Pescador, Flávia Gisele Saretta, Jusânia Costamilan. – São Paulo : Editora UNESP: Editora Senac São Paulo, 2007.

PLAZA, Julio. *ARTE E INTERATIVIDADE: autor-obra-recepção*, 2000. Disponível em: < <http://www.cap.eca.usp.br/ars2.htm> > Acesso em: 11 Abril. 2009.

DOMINGUES, Diana. *Criação e interatividade na ciberarte* - São Paulo: Experimento, 2002.

WE MAKE MONEY NOT ART. Disponível em: <http://www.we-make-money-not-art.com>

Acesso em: de 07/2008 a 03/2009.

TAGR.TV. Disponível em: <http://tagr.tv/about>

Acesso em: de 07/2008 a 02/2009.

A CRIAÇÃO EM ARTE ENTRE OS PARADIGMAS PERCEPTIVOS DO CINEMA

Karine Orlando Guerra

Prof. Ms. Paulo Mattos Angerami (Orientador)

INTRODUÇÃO

Entende-se por imersão um estado mental de envolvimento, experimentação ou mergulho a outras realidades. O anseio pela vivência da imersão tem seus primeiros vestígios históricos nas cavernas pré-históricas de Lascaux, concebidas há cerca de 15.000 anos a.C., como câmaras envoltórias do corpo (onde nas paredes encontravam-se animais e garatujas pintados por xamãs) para o acontecimento de rituais evocativos e suscetíveis estados perceptivos alterados de seus participantes. O desejo de transporte a planos imaginários, entre outros exemplos, aparece também na ocasião do teatro grego, na grandiosidade arquitetônica das catedrais europeias e em óperas que seguiam a proposição de Gesamtkunstwerk (ou obra de arte total) de Richard Wagner, na apresentação de uma relação entre efeitos visuais e sonoros (surround-sound) adicionados ao escuro do teatro, para que os espectadores experimentassem maior sensação de veracidade da obra (JORDAN e PACKER apud DOMINGUES, 2002). Mas muito antes de Wagner, na retomada dos esforços da antiga tragédia grega na conjugação de diferentes linguagens para envolver o público, aconteciam, entre os séculos XIII e XVII, experiências de proposição de imersão condizentes aos passos iniciais de formação da linguagem cinematográfica, essencial a esta pesquisa.

No contexto do pré-cinema, a imersão teve princípio nos truques com a câmara escura e espelhos. Truques que, pelo grande interesse do público, impulsionaram o aparecimento da lanterna mágica (século XVII) e a disseminação dos espetáculos de “fantasmagoria” (século XVIII). Como sugere Diana Domingues (2002), esse forte recurso de influência social encontrado em experiências imersivas como as do pré-cinema, levou ao gradativo interesse de geração das ciências da imagem e indústria da ilusão, responsáveis por várias outras invenções como o panorama, o diorama, as caixas ópticas, entre outros, até a própria técnica cinematográfica, que segundo Laurent Mannoni (2003), foi marcada pela captação das várias fases do movimento em um único suporte fotográfico, pelo fisiologista francês Étienne-Jules Marey e sua câmera cronofotográfica, em 1890.

Vê-se que a história do cinema tem caráter experimental e híbrido, desde a pesquisa de dispositivos de exibição dos filmes até a do conteúdo dos mesmos, afim da geração de cada vez maior envolvimento sensorial. Talvez por conta desse ponto de convergência, tenha-se dado abertura há cerca de 15 anos, como denomina Dominique Païni (2008), ao cinema que se expõe, isto é, à efetiva relação entre

artes visuais e cinema. Nesse campo de interesse (o de re-significação do cinema) encontra-se a problemática desta investigação: por meio da ligação de uma estratégia incomum ao dispositivo cinematográfico a ele, busca-se testar se o envolvimento psicológico e potencialidade imersiva próprios do cinema serão mantidos. E isso se dará através de experimentações acerca do projeto de trabalho prático desenvolvido para esta pesquisa (passo inicial e motivador da mesma).

Esse projeto, que recebeu o título de *Da [sua] duração*, referiu-se primeiramente à montagem de uma estrutura de cubo com lado de 3 metros. Suas faces de tecido receberiam a projeção de imagens (em 3 de suas faces e no teto) que descreveriam um ambiente de campo, arborizado. O filme dessa paisagem, com mais de 72 horas de duração, seria apresentado em loop e velocidade acelerada: um dia seria mostrado em 40 segundos (o que subverte um padrão propositivo de imersão, o de apresentar no filme a passagem do tempo de modo que esse transcorrer seja o mais real e natural possível). A estratégia da obra baseia-se em ativar uma região limítrofe do conceito de imersão: a do presente simulado, que consiste, em meio à ilusão proporcionada pela sala escura e projeção, na simultaneidade ou coincidência entre o tempo vivido pelo observador e o tempo simbólico apresentado pelo filme. O questionamento do trabalho recai sobre a ambivalência entre a sensação corriqueira da passagem rápida do tempo (impulsionada pelos dispositivos tecnológicos e a vida em metrópole) e a oportunidade de experimentá-la virtualmente, através de uma possível figuração da velocidade.

As investigações teóricas seguiram as orientações de mudanças nos experimentos práticos. Por motivos de viabilidade, optou-se por uma simplificação do trabalho, mantendo-se a ideia motivacional da pesquisa, a da tentativa de dar corpo (através da reordenação do dispositivo imersivo cinema) a algo próprio da vivência da sensação do conceito abstrato do tempo (vê-se a marca do tempo nas coisas e nas pessoas, mas não a passagem do tempo em si) e portanto, uma experiência intangível materialmente. Depois de alguns experimentos, decidiu-se projetar as mesmas imagens em um objeto menor (ver no capítulo “Reflexões sobre a obra *Da [sua] duração*”), uma espécie de caixa, abarcando assim a pesquisa uma outra problemática à imersão: o da construção de uma obra de pequenas dimensões físicas em uma época marcada por sistemas de imersão total intensificados, como lembra Janet Murray (2003), por meios participativos e estímulos marcados pela grandiosidade e complexidade tecnológica, que prometem satisfazer de forma mais complexa a sensação de estarmos envolvidos em outra realidade. Assim, o curso do trabalho levou também a uma breve reflexão sobre o uso de tecnologias no campo da arte imersiva, entre ganhos e eventuais indiscernibilidades desta com o campo do entretenimento, casos em que a tecnologia parece não estar especialmente a serviço da arte.

OBJETIVOS

Testar por meio de um trabalho prático o envolvimento psicológico que pode ser proporcionado através de reordenações no dispositivo cinematográfico que acionam limites do conceito de imersão. Refletir sobre os resultados conseguidos na produção prática e em razão de o cerne da pesquisa estar relacionado aos processos de re-significação do cinema, estudar a trajetória histórica do mesmo (incluindo o contexto de ligação com as artes visuais), marcada pela experimentação, produzindo, conforme sugere Victa de Carvalho, (2006, p.83) um entendimento não teleológico dos processos de mudança das técnicas de visão, abarcando “uma investigação transversal capaz de apreender as diferentes modalidades discursivas, estéticas e estruturais (...)” do dispositivo em questão. Por fim, espera-se que o material prático e teórico tenha a qualidade de fomentador de novas relações entre arte e cinema hoje.

METODOLOGIA

O método inicial de testar limites do conceito de imersão foi a projeção de um trabalho prático e seus subsequentes experimentos, que guiaram leituras e reflexões ao longo da pesquisa. O trabalho prático foi alterado e simplificado por questões de viabilidade, mas o projeto na forma inicial não foi descartado e espera-se realizá-lo em momento futuro. Esse projeto, envolve a construção de um cubo de 3 metros de lado, com faces de tecido (menos a do solo), das quais 4 recebem projeção (sendo uma a do teto). O filme projetado procuraria criar a ambientação de uma paisagem de campo apresentada em tempo acelerado: 40 segundos corresponderiam a 24 horas. Após as experimentações e mudanças citadas, decidiu-se que esse mesmo filme seria projetado em uma caixa, que permite a projeção também na parte inferior (simulando o solo). Conforme a primeira fase de experimentações, as referências bibliográficas voltaram-se principalmente à área de Arte e Tecnologia. Depois, novamente segundo orientações ditadas pelo trabalho prático, as leituras passaram à área de História do Cinema, que envolveu naturalmente artigos, ensaios e entrevistas fundadas na pesquisa das relações entre artes visuais e cinema. Nesse período ocorreu de forma mais efetiva o levantamento (por meio de pesquisa a livros, catálogos, internet e visita a exposições) de obras e artistas que pesquisam essas relações, o que impeliria ao seu maior entendimento. As informações foram cruzadas através de resenhas, fichamentos e relatórios da parte processual do trabalho prático e das pesquisas *in loco*.

RESULTADOS

A pesquisa propiciou a maior percepção e subsequente satisfação de um interesse na investigação das relações entre cinema e artes visuais – e seus experimentos na exposição da “matéria tempo”, como propõe Dominique Païni (2008, p.31). O trabalho prático procura levar ao limite a ideia de tempo exposto e como visto através da pesquisa textual, os processos históricos de transformação no dispositivo cinema apontam para articulações em regiões fronteiriças do mesmo, que é quando se tem a impressão do alargamento de seus paradigmas. O entendimento desse processo (ilustrado por seus participantes, prática ou teoricamente), portanto, pode impulsionar a pesquisa para novas rearticulações do dispositivo cinematográfico. Além dos questionamentos sobre a tecnologia e a matéria tempo, esta pesquisa também suscitou a atenção sobre a região fronteira das artes visuais com a indústria do entretenimento. Levando assim, também, a questionamentos sobre os limites da arte, na recordação de seus esforços de criação de objetos que propiciem movimentação de ideias, a ativação da sensibilidade, imaginação e interpretação.

BIBLIOGRAFIA

- BARDONNÈCHE**, Dominique de. Espécies de Espaços. In: DOMINGUES, Diana (org). A arte no século XXI: a humanização das tecnologias. São Paulo: UNESP, 1997.
- CARVALHO**, Victa de. Dispositivos em evidência: a imagem como experiência em ambientes imersivos. In: FATORELLI, Antonio; BRUNO, Fernanda (orgs). Limiares da imagem: tecnologia e estética na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.
- COUCHOT**, Edmond. A tecnologia na arte: da fotografia à realidade virtual: Sujeito Aparelhado e as Tecnologias da Comunicação e do Cálculo. Crad Sandra Rey. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- DOMINGUES**, Diana. Criação e Interatividade na Ciberarte: Interatividade e imersão em ambientes de realidade virtual. São Paulo: Experimento, 2002.
- GRAU**, Oliver. Arte Virtual: da ilusão à imersão. São Paulo: Unesp/Senac, 2007.
- KOTZ**, Liz. Videoprojeção: o espaço entre telas. In: MACIEL, Kátia (org). Cinema Sim: Narrativas e Projeções: Ensaio e Reflexões. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- MACHADO**, Arlindo. A Arte do Vídeo: O eterno presente. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MACHADO**, Arlindo . Pré-cinemas e Pós-cinemas. Campinas: Papirus, 1997.
- MANNONI**, Laurent. A grande arte da luz e da sombra: arqueologia do cinema. Tradução Assef Kfourri. São Paulo: SENAC São Paulo: Unesp, 2003.
- MURRAY**, Janet H. Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço: Estética do Meio. Crad

Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: UNESP, 2003.

OSORIO, C. Luis. Razões da Crítica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

PAÏNI, Dominique. O Cinema Exposto. In: MACIEL, Kátia (org). Cinema Sim: Narrativas e Projeções: Ensaios e Reflexões. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

PAREYSON, Luigi. Os Problemas da Estética. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

PENETRÁVEIS E PARANGOLÉS: A EXPERIÊNCIA DE HÉLIO OITICICA SOB A PERSPECTIVA DA IMERSÃO

Marília Lourenço Guimarães

Prof. Ms. Paulo Mattos Angerami (Orientador)

INTRODUÇÃO

O trabalho desenvolvido nesta pesquisa parte de uma triangulação de ideias onde se relacionam um interesse pessoal em performance, os trabalhos de Hélio Oiticica (em especial, os penetráveis e os parangolés) e o conceito de imersão, que vem sendo discutido e apresentado por um grande número de artistas contemporâneos.

O primeiro contato com o conceito de imersão veio por meio da leitura de alguns textos em sala de aula, principalmente um que o define como um termo que tem sido utilizado para “descrever uma situação em que o espectador experimenta um estado de ilusão capaz de provocar uma sensação de realidade, de presença à distância ou de telepresença”. Estar imerso significa estar dentro de um espaço que não é o seu, é experimentar um estado de ilusão capaz de provocar uma sensação de realidade e os dispositivos imersivos criam um espaço que possibilita àquele que adentra este espaço, algum tipo de imersão. (CARVALHO, 2006, p.77).

O contato com as obras de Oiticica deu-se através da visita à exposição Penetráveis, no Centro Municipal de Arte Hélio Oiticica, Rio de Janeiro, dezembro de 2008 a abril de 2009, onde foi possível entrar em contato direto com a atmosfera proposta pelo artista.

A partir dessas leituras e visita, foi possível começar a elaborar uma performance que dialoga tanto com o conceito de imersão, quanto com as obras já citadas de Oiticica e investigar melhor as possíveis relações que existem entre os penetráveis e os parangolés, e a imersão.

OBJETIVOS

A imersão é um conceito que vem sendo muito explorado pela arte contemporânea e pode ser observado como uma de suas tendências.

A pesquisa visa estudar os trabalhos de Hélio Oiticica sob esta perspectiva e investigar as possíveis leituras ou relações entre as obras citadas e este conceito. Além disso, é um caminho para entender algumas possíveis relações e diálogos que existem entre os trabalhos de Oiticica e a performance que está sendo elaborada neste trabalho.

METODOLOGIA

A exposição Penetráveis, visitada em abril de 2009, apresentou nos três andares do Centro Municipal de Arte Hélio Oiticica (dezembro de 2008 a abril de 2009), as obras: Penetrável PN1 (1960), Tropicália PN2, PN3 (1967), Éden (1969) Rhodislândia: contact (1971) e Rijanviera PN27 (1979).

Oiticica, nesses trabalhos, cria ambientações e as compõem com elementos que seriam parte do ambiente “real”, que podem ser facilmente reconhecidos por quem a percorre. Nesse sentido, aquele que participa da obra, se conecta com ela à medida que percebe esses elementos, sejam eles visíveis (como as araras e as tendas presentes no Éden) ou sensoriais (como a textura da areia e das pedras ou a temperatura e velocidade da água em Rijanviera).

Os penetráveis são espaços táteis e muitas vezes performáticos, onde através desses elementos (integrantes do mundo externo à obra), o espectador pode ser transportado para um terceiro espaço, que não é nem o espaço da obra, nem o espaço do “real”, mas o espaço da memória (subjetivo, e não visível). E é justamente nessa experiência, nesse momento em que o espectador é transportado para esse espaço da memória, que a imersão pode ser colocada em questão.

Foi possível pensar na possibilidade de imersão em ambientes que não dependessem exclusivamente da tecnologia atual, a partir da fala de Guy Brett ao se referir à obra de Hélio Oiticica no artigo Tendência para o concreto: mitologia radical de padrão iniciático de Suzana Vaz (BRAGA, 2007, p. 67), onde o conceito de imersão estaria embutido na ideia de Dreamtime, o que Hélio Oiticica interpreta como “o tempo do sonho”: a dispensa de obrigações comunitárias e uma “libertação do pensamento”. Numa formulação avançada, um “padrão comportamental” que se define em contraponto ao modelo comportamental estabelecido; de fato, caracteriza uma dinâmica de consciência pela qual se realiza a “experimentação total”.

O corpo humano, dentro das performances, e as ambientações de Hélio Oiticica, que não necessariamente levam o espectador a uma realidade virtual, ou que brinquem com a noção de tempo e espaço, poderiam ser atingidos pela “experimentação total” e até mesmo pela imersão.

A autora, Janet H. Murray (MURRAY, 2003, p. 113), define imersão como “um termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso na água. (...) a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar, que se apodera de toda a nossa atenção, de todo o nosso sistema sensorial.” O conceito de imersão num meio participativo, segundo a autora seria: “aprender a nadar, a fazer as coisas que o novo ambiente torna possíveis”.

O conceito de imersão também encontra-se embutido na discussão de Lúcia Santaella em “Corpo e Comunicação: sintoma da cultura” (SANTAELLA, 2004, p. 47), na medida em que discorre sobre o comportamento humano frente às tecnologias: “quando o usuário pilota o computador, esteja ele

transitando por um CD-Rom ou nas redes, ele está sempre dentro de um espaço informacional, um ambiente de signos híbridos no qual imagens, gráficos, desenhos, figuras, palavras, textos, sons e mesmo vídeos misturam-se na constituição de uma metamídia complexa. Essa complexidade não é devida apenas à complexidade dos signos que aciona, mas também às exigências que demanda do usuário. É preciso movimentar-se no ambiente, encontrar caminhos nessa floresta de signos e rotas(...) O usuário-operador tem de interagir com o que vê, através das escolhas daquilo que vê. (...) o usuário deve, antes de tudo, ter aprendido a reconhecer os diferentes signos que se exibem na tela(...) entretanto, muito mais do que meramente reconhecer, o usuário deve explorar o ambiente. Para isso ele deve transitar dentro deste, agir nele”.

Jordan Crandall (BRAGA, 2007 P. 147), por sua vez, ao refletir sobre os parangolés (baseando-se em escritos do próprio Oiticica) afirma que “o trabalho de arte, não mais uma coisa separada, transforma-se em algo no qual a pessoa imerge: um ‘ciclo de participação’, no qual observador e observado, ‘espectador’ e ‘usuário’, são emaranhados em padrões circulatorios, modificadores”. O parangolé leva o participante para dentro do espaço do trabalho de arte de forma parecida com a maneira como a interface conduz o participante para dentro de um espaço ou situação híbrida, alternativa”.

O parangolé, diferente dos penetráveis é algo que o público veste, e com ele, age e modifica as relações de corpo e espaço da obra de arte. Já nos penetráveis, o público entra nas ambientações e é a partir da maneira como ele age dentro desse espaço, que a imersão pode ocorrer ou não.

RESULTADOS

Pode-se afirmar que existem elementos imersivos nas obras estudadas comuns às obras ditas imersivas que fazem uso das novas mídias, como: situação de experimentação para o receptor, e oferta de possibilidades inéditas para a recepção, via-interatividade, que coloca problemas para a noção de artista-autor (PLAZA, 2007 p. 19 e 20). Isso significa que já que o conceito de imersão ainda não possui seus limites estabelecidos, fixados, podemos discuti-lo e encontrá-lo em obras de arte que não necessariamente fazem uso das novas tecnologias, como é o caso dos penetráveis de Hélio Oiticica.

A performance que está sendo elaborada juntamente com essa pesquisa consiste na exploração, por meio do corpo da artista, de um espaço criado pela mesma no qual elementos que remetem ao “real” estão dispostos e são sentidos, tocados e com isso, modificados.

A obra trabalha tanto as questões propostas por Oiticica nos penetráveis, de criar espaços performáticos no qual as pessoas deveriam entrar e vivenciar diferentes experiências por meio do contato com elementos externos à obra, que remetem ao espaço “real” e questões propostas nos parangolés, onde através do corpo, o espaço é sentido e modificado.

BIBLIOGRAFIA

BRAGA, Paula. Seguindo fios soltos: a arte de Hélio Oiticica. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2008.

BRETT, Guy. Brasil experimental: arte/vida, proposições e paradoxos. Rio de Janeiro: Contracapa, 2005.

BRETT, Guy. Hélio Oiticica. Paris: Galeria Nacional de Jeu de Paume, 1992.

CARVALHO, Victa de. Dispositivos em evidência: a imagem como experiência em ambientes imersivos. In: FATORELLI, Antonio. *Limiares da Imagem: tecnologia e estética na cultura contemporânea.* Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

FAVARETTO, Celso. A invenção de Hélio Oiticica. São Paulo: Edusp, 1992.

MURRAY, Janet H. Hamlet no Holodeck, o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Ed. Unesp, 2003

PARAGUAI, Luisa Donati; PRADO, Gilberto Wearcomp: dispositivos móveis de presença mediada . In: Lúcia Leão. (Org.). *Derivas: cartografias do ciberespaço.* São Paulo: Annablume, 2004, v. 1

PLAZA, Julio. Arte e interatividade: autor-obra-receptor. Disponível em: <<http://www.cap.eca.usp.br/ars2/arteeinteratividade.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2007.

SALOMÃO, Wally. Hélio Oiticica: qual é o parangolé. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. Corpo e Comunicação: sintoma da cultura. São Paulo: Ed. Paulus, 2004.

VIEIRA, Regina Melim Cunha. A experiência ambiental de Hélio Oiticica. 1995. Tese de Mestrado - PUC-SP, São Paulo.

EXPERIMENTAÇÕES FOTOGRÁFICAS

Pablo Vieira Pereira

Prof. Ms. Paulo Mattos Angerami (Orientador)

INTRODUÇÃO

É quase um senso comum que a fotografia é uma extensão do olhar do homem. De fato a “construção gramatical” apresentada em uma imagem fotográfica diz muito a respeito de quem apertou o gatilho que a gerou. Angulação, quantidade de luz, tipo de filme, tempo de exposição e outros aspectos formais, técnicos e temáticos são às vezes tão diferentes entre os fotógrafos como os estilos entre os pintores. Mas será que essa afirmação é válida para todos os casos?

Para Flusser existe uma “magicização” do aparelho, de fato, para as grandes potências é tão (ou mais) importante demonstrar superioridade de pensamento quanto superioridade no campo da força militar, no entanto, mesmo com o esforço de se manter a aura mágica que cerca a tecnologia vemos a possibilidade de subversão e reinvenção da técnica aplicada.

Mesmo antes dos avanços tecnológicos, que propiciaram a possibilidade das montagens feitas por computador, já existia a possibilidade - explorada com fins políticos na antiga URSS e com fins artísticos pelos surrealistas - de “iludir”, ou criar novas realidades ao expectador. No final do século XIX, se utilizando de variados métodos de manipulação de imagem fotográfica, o movimento Pictorialista obteve uma enorme expansão dos recursos estéticos na linguagem fotográfica, numa tentativa de afirmar a fotografia como uma modalidade da então chamada artes plásticas. Muitas décadas depois, os métodos desenvolvidos pelos pictorialistas voltaram a ser empregados, da mesma forma que Man Ray já no século XX reinventa a técnica desenvolvida por Talbot para fazer suas fotos surrealistas.

OBJETIVOS

Esta pesquisa começou com a exploração do que era entendido por processos alternativos da fotografia. Com o decorrer dos trabalhos notou-se que o objeto de pesquisa não era especificamente os processos alternativos. Procurando demonstrar como ao longo da historia processos foram suplantados por outros de menor custo e posteriormente reassumidos como recurso poético por artistas, bem como estabelecer um paralelo entre as manipulações produzidas pelo homem no processo fotográfico e seus efeitos no campo artístico e político.

METODOLOGIA

Varias experimentações foram realizadas acerca dos três principais passos para obtenção da imagem fotográfica: captura, revelação e ampliação. Estas experiências convergiram no estudo das inserções programáticas realizadas em dispositivos tecnológicos sensíveis à luz, que apontam relevantes alternativas à linguagem fotográfica. Tais experimentos foram subdivididos em três tópicos. São eles:

- A) Experimentos com matérias fotossensíveis, que compreendem as experimentações com goma bicromatada e cianotipia.
- B) Experimentos com câmeras de orifício, que abarcam as experiências feitas com câmeras pinhole.
- C) Experimentos com aparelhos portadores de CCD, que abarcam os experimentos feitos a partir de modificações em scanners e webcams.

As considerações teóricas foram guiadas pelo resultado dos trabalhos práticos.

Faremos uma análise histórica das modificações e inserções feitas por fotógrafos/artistas principalmente no século XIX e início do século XX usando como exemplo os movimentos pictoralista e surrealista. Tomaremos como base para essa discussão os processos estudados nesta pesquisa, goma bicromatada e cianotipia, assim como tentaremos traçar um paralelo entre os experimentos realizados com scanners e câmeras digitais e os autores Flusser e Chiklovsk, sobre o estranhamento e o “clareamento da caixa preta”, situando a discussão sobre arte e tecnologia e o uso da técnica no campo da arte e da política no mundo ocidental.

RESULTADOS

Descrição dos experimentos realizados:

A) *Cianotipia*

Devesse sensibilizar uma superfície (papeis cartão, de gramatura mais alta, resistentes à água, mas com boa absorção) com a emulsão e expor à luz, praticamente qualquer superfície que apresente essas características pode ser sensibilizada, alguns artistas sensibilizam paredes, tecido, madeira, etc.

Descobriu-se que o tempo adequado de exposição fica entre 5 e 10 minutos diretamente no sol para as provas de contato, vale lembrar que os experimentos relacionados à cianotipia foram produzidos no início do verão, em um dia de sol forte, verificando se variações quanto ao tempo de exposição, dependendo da época do ano e do clima do dia, podem se verificar variações também dependendo do posicionamento sobre o globo terrestre. Os químicos para a produção desse processo podem ser

encontrados com relativa facilidade em casa especializadas e até mesmo pela internet; por se tratar de um processo químico, recomenda-se sempre o uso de material protetor, como luvas e máscaras. Esse processo foi deixado de lado nas pesquisas, quando se tomou conhecimento de outro método ainda mais barato, rápido e de fácil produção: a goma bicromatada.

B) Goma bicromatada e suas variações

Goma bicromatada é um processo muito simples, no entanto, dos processos químicos que se tomou contato nessa pesquisa é o que apresenta o maior grau de possibilidades de inserção.

Basicamente se mistura goma-arábica, pigmento e dicromato de potássio que pode ser substituído por dicromato de amoníaco. A pesquisa com esse processo se mostrou promissora. A maior dificuldade apresentada foi no que se refere ao tempo de exposição correto, apresentando variações de experimento para experimento.

Uma variação desse método foi desenvolvida substituindo-se a goma-arábica por cola PVA – acetato de polivinila e dicromato por sensibilizante serigráfico (composto por dicromato de amoníaco e água), mas os experimentos resultaram em fracasso, pois o processo era instável, ora revelando partes da imagem, ora não revelando absolutamente nada. São necessárias mais pesquisas para que possamos identificar onde está exatamente a falha no processo e se realmente é possível substituir os elementos originais por outros de baixa qualidade.

C) Modificações feitas em webcam caseiro

Os experimentos em webcam foram realizados como preparatório para o que seria feito a respeito do CCD linear no scanner de mesa. Basicamente a webcam e o scanner têm o mesmo princípio quando se trata da formação da imagem, com a diferença que o CCD linear do scanner produz as informações com base na variação de luz pelo movimento do carro, já o CCD da webcam não necessita de um trajeto para a formação da imagem. Nesse experimento, foi substituída a carcaça de plástico da webcam pela carcaça de uma câmera Zeiss Ikon Mettar de médio formato. Notou-se uma drástica mudança quanto ao produto final da imagem, devido à substituição das lentes de plástico por uma lente de vidro Novar – Anastigmat 75mm f/4.5. O experimento indica possibilidades ainda maiores de inserção.

D) Câmera de fenda feita a partir de um scanner caseiro

Com o conhecimento adquirido nos experimentos da webcam, a pesquisa se voltou novamente para o scanner caseiro. O processo de reorganização dos componentes do scanner foi guiado pelos textos de Guilherme Maranhão. Basicamente foram retirados os espelhos e a lâmpada do scanner, a lente foi recuada alguns milímetros para um melhor ajuste focal, redefiniu-se um caminho que seria “scaneado”. Pretende-se substituir futuramente a lente de plástico por uma lente de vidro e tornar a câmera mais portátil e mais fácil de operar. Outro problema a ser solucionado é a baixa resolução das imagens.

BIBLIOGRAFIA

<http://www.alternativephotography.com/process.html> acessado pela última vez em 23/04/09 12:56h

<http://unblinkingeye.com/Articles/Emulsion/emulsion.html> acessado pela última vez em 23/04/09 12:50h

<http://www.eba.ufmg.br/cfalieri/frame.html> acessado pela última vez em 23/04/09 4:45h

<http://www.rever.fot.br/pdf/ccdlinear.pdf> acessado pela última vez em 25/02/09 12:20h

Monforte, Luiz Guimarães. Fotografia Pensante – São Paulo: Senac São Paulo, 1997

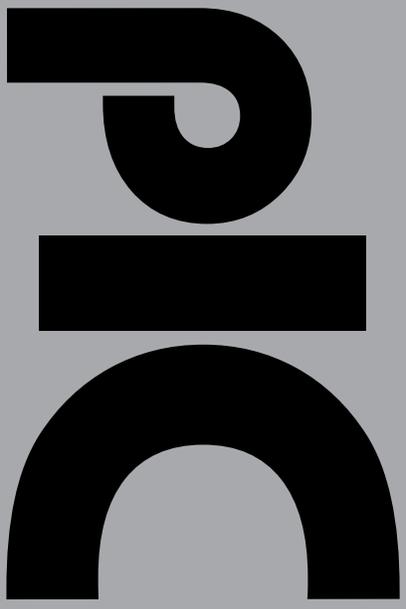
FLUSSER, Vilem. Filosofia da Caixa Preta - Ensaios para uma futura filosofia da fotografia - São Paulo: Hucitec, 1985

ADAMS, Ansel. A Camera – São Paulo: editor Senac São Paulo, 2000

ADAMS, Ansel. O Negativo – São Paulo: editor Senac São Paulo, 2000

ADAMS, Ansel. A Cópia – São Paulo: editor Senac São Paulo, 2000

GERALDO, Barros de. Fotoformas – São Paulo: Cosac Naify, 2006



VIII Congresso de
Iniciação Científica

Bacharelado em Design de Interiores



ESTUDO DE CRIAÇÃO GUIADA: AULA DE CRIAÇÃO DO 2º. SEMESTRE DO CURSO DE DESIGN DE INTERIORES DO CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO

Fernanda de Abreu Rodrigues Murta Nobre

Prof. Ms. Jéthero Cardoso de Miranda (Orientador)

INTRODUÇÃO

A criatividade é a habilidade de produzir algo original e adequado às circunstâncias presentes. Constitui-se como a ferramenta mais valiosa para lidar com os desafios atuais. De maneira individual, a criatividade resolve problemas do cotidiano trazendo melhor qualidade de vida. Socialmente, a criatividade pode gerar descobertas científicas, movimentos artísticos e novas invenções. A criatividade é um fenômeno complexo, pois o ato de criar resulta de interações entre elementos internos e externos no indivíduo que cria. Independentemente de qualquer outra definição, existe um consenso atual que a criatividade é uma combinação de múltiplos fatores. Dentro deles estão: personalidade, intelecto e contexto ambiental.

A disciplina Projeto II busca aprimorar técnicas de observação e modelagem 3D, direcionando os alunos a criarem objetos para interiores. A partir de observações e exercícios inferem-se outras possibilidades para ampliar técnicas e materiais para que possam ter um melhor resultado na busca por soluções para suas propostas. Com resultado da pesquisa teórica e de campo é possível propor diferentes maneiras para gerar motivação intrínseca e flexibilidade nos processos de criação que são desenvolvidos pelos alunos.

A criação e a criatividade são assuntos infinitos e de natureza ambígua, e por se esperar, contraditória. O que foi definido nesse estudo é tomado como verdade apenas para sua própria funcionalidade; tendo em vista que por esse mesmo motivo haverá lacunas e erros que, apesar de grande esforço, não cessarão de aparecer. Este trabalho não tem como objetivo um estudo de grande magnitude, mas sim de compreender a dificuldade de criação que os alunos enfrentam e tentar adequar outras possibilidades para obter um melhor rendimento.

OBJETIVOS

Os objetivos desta pesquisa são: estudar e entender a dificuldade dos alunos em criar; observar características e padrões de alunos bem sucedidos; construir e justapor técnicas de observação, desenho e modelagem aumentando de forma gradativa e contínua a facilidade em criar, liberando o aluno de frustrações e paradigmas.

METODOLOGIA

Este trabalho realiza uma pesquisa bibliográfica na área de criatividade, criação, imaginação, representação e modelagem, com o objetivo de esclarecer os processos que envolvem os aspectos da criação.

No segundo momento, o trabalho executa uma pesquisa de campo acompanhando os exercícios realizados na disciplina de Projeto II do curso de Design de Interiores, a qual tem como foco desenvolver o potencial criativo dos alunos através de exercícios de desenho de observação, modelagem e criação de protótipos de objetos e design de superfície. A pesquisa tem como ferramenta a utilização de métodos conhecidos, observação e associações com material teórico.

RESULTADOS

Esta pesquisa tem como proposta analisar o rendimento criativo dos alunos da disciplina Projeto II do curso de Design de Interiores e, através das observações e estudo do material bibliográfico, buscar novas maneiras para facilitar a criação e o aumento da criatividade. Busca-se orientação e base nas pesquisas previamente concluídas sobre a psicologia da criatividade, para assim formar paralelos com as circunstâncias da aula e desenvolver novas possibilidades de exercícios e métodos.

A criatividade pessoal é o maior recurso para enfrentar as tensões diárias da vida. Assim, o indivíduo pode construir e moldar sua vida para que a mesma faça sentido. Essa habilidade inerente ao homem pode ser reavivada a qualquer momento. A liberação da mente para a criação beneficia não só os alunos, mas a todos. A intenção e o ato de criar geram sentido às coisas, surpreendem, motivam, animam, dão paz e força.

Concluimos que para motivar intrinsecamente os alunos é imprescindível valorizar o pensamento criativo, gerar ambiente com várias possibilidades, manipular objetos variados, desenvolver habilidade de pesquisa, tolerar novas ideias e estimular o autoaprendizado. Cabem aos instrutores conscientizar os alunos de seus problemas e deficiências, utilizar crítica construtiva, recompensar as realizações individuais e ajudar o aluno a reconhecer o valor da sua criação. Os alunos precisam enxergar a necessidade da criatividade. Para isso deve-se abrir o pensamento não só dentro da sala de aula, mas em todos os momentos. Como Fayga Ostrower declarou de forma concisa e impactante: "Criar é tão difícil ou fácil como viver. E é do mesmo modo necessário".

BIBLIOGRAFIA

BOHN, David. **On Creativity**. Nova York, Routledge Classics, 2008.

DE MASSI, Domenico. **Criatividade e Grupos Criativos**; tradução Léa Manzi e Yadyr Figueiredo. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

LUBART, Todd. **Psicologia da Criatividade**, tradução Márcia Conceição. Porto Alegre: Artmed, 2007.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. 23. Ed.-Petrópolis, Vozes, 2008.

STERNBERG, Robert. **Handbook of Creativity**. Estados Unidos: Cambridge University Press, 2008.

TAYLOR, Taylor W. **Criatividade: Progresso e Potencial**, tradução José Reis. São Paulo: IBRASA, 1976.

ESTUDO DO USO CONTEMPORÂNEO NO ESPAÇO EDIFICADO PARA O CURSO DE DESIGN DE INTERIORES DO CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO

Lais Marcon

Prof. Ms. Jéthero Cardoso de Miranda (Orientador)

INTRODUÇÃO

A proposta deste trabalho de iniciação científica surgiu da observação da imensa variedade de tipologias e usos que um mesmo espaço edificado pode ter em função do atendimento das necessidades de seu usuário.

A constante inovação tecnológica, as modificações do comportamento humano e a relação que se estabelece entre o espaço edificado e o usuário constituem os desafios que o Designer de interiores vivencia ao projetar ambientes que possam proporcionar uma melhor qualidade de vida.

A fim de compreender a produção dos espaços edificados, realizamos uma breve análise das premissas da arquitetura moderna, e sua influência na construção dos edifícios residenciais na cidade de São Paulo durante a segunda metade do século XX.

Ao analisar algumas plantas de edifícios construídos neste período, observamos uma significativa “mutação” na concepção arquitetônica de alguns espaços e mapeamos a relação proporcional entre a metragem quadrada geral e a metragem quadrada específica de alguns ambientes.

Verificamos também que nos últimos dois anos surgiram novas propostas arquitetônicas que objetivam oferecer ao usuário uma maior flexibilidade no uso do espaço edificado, com o lançamento no mercado imobiliário de apartamentos com “plantas livres”, sem paredes ou divisórias pré-estabelecidas pelas construtoras.

Estas novas propostas arquitetônicas acabam por oferecer uma nova perspectiva para ocupação do espaço edificado e ao mesmo tempo promovem inúmeras possibilidades para a atuação do designer de interiores, que poderá propor novas formas de habitação, rompendo paradigmas e criando espaços híbridos e diferenciados.

OBJETIVOS

Os objetivos desta pesquisa são: Analisar o processo de produção arquitetônica contemporânea e seus espaços.

Investigar as mutações que os espaços arquitetônicos sofreram ao longo da segunda metade do

século XX, mapeando as alterações mais significativas das áreas por ambiente.

Analisar as mais recentes propostas do mercado imobiliário paulistano que procura oferecer apartamentos com o conceito de “espaço livre” ou plantas mais flexíveis, como o edifício 360° do arquiteto Isay Weinfeld.

METODOLOGIA

Pesquisamos nas premissas da arquitetura moderna, sua perspectiva racional e o conceito de máquina de morar de Le Corbusier e como estes conceitos influenciaram a produção dos edifícios a partir da segunda metade do século XX na cidade de São Paulo.

Através de análise de uma pequena amostra de plantas de edifícios de apartamentos construídos em São Paulo, no período que compreende entre 1950 e 2008, realizamos a comparação entre a área total do apartamento e a área de cada ambiente.

Mapeamos as modificações que foram ocorrendo no espaço edificado das plantas dos edifícios pesquisados e verificamos a metamorfose que ocorreu na produção do espaço edificado, com ênfase nos empreendimentos imobiliários de “planta livre” e no edifício 360°.

RESULTADOS

O arquiteto quando projeta um espaço, não pode prever como se dará a sua ocupação através do tempo, em função da constante evolução tecnológica e das mudanças de comportamento em permanente curso na sociedade contemporânea.

A profissão do designer de interiores surge neste início do século como uma atividade capaz de adaptar o espaço edificado às necessidades de uso de seus usufrutuários.

Para tanto, este trabalho de iniciação científica pesquisa na produção arquitetônica da cidade de São Paulo alguns exemplos e avalia através de uma amostragem as modificações que ocorreram com os espaços e quais as tendências na produção atual.

Apresentamos através dos mais novos lançamentos imobiliários o conceito de “planta livre” onde a ocupação do espaço pode ter uma grande variação de tipologia, apontando uma nova perspectiva e desafios para a produção da arquitetura flexível e adaptável a inusitadas formas de ocupação.

Por outro lado os designers de interiores, a partir da produção de uma arquitetura flexível, poderão adaptar os espaços edificados com maior liberdade e configurar novos conceitos de uso para os espaços edificados, viabilizando o conforto, o bem-estar e a racionalidade dos espaços.

Esperamos desta forma, contribuir para a produção de uma arquitetura flexível que permita maior

liberdade de uso do espaço edificado e evitar, como nos alerta Bruno Zevi, que a existência humana aconteça em espaços inóspitos pela sua própria concepção “A maior parte de nós vive em casas ridículas, indignas, vergonhosas para homens que se respeitam e recusam a vegetar como escravos em absurdos pequenos cubos justapostos, e nunca espacialmente idealizados, que ligam estupidamente uma cozinha e uma casa de banho modernas a um salão e a um quarto de dormir de há dois ou três séculos; e todos vivemos numa cidade que está em decomposição hipertrófica, em que a falta de uma visão urbanística impede as possibilidades de evolução de comunidades orgânicas, em que uma arquitetura de especulação, casada com turvos sonhos de retórica monumental, destrói os ambientes sacros da nossa herança artística espiritual.” (Saber ver a arquitetura, Bruno Zevi, p.144, 1918).

O designer de interiores tem por missão evitar que os espaços interiores onde ocorre a maior parte de nossas vidas se transformem apenas em um lugar que resolva de maneira objetiva o dormir, comer e banhar-se, mas sim viabilizar a existência humana com todas as suas subjetividades, alegrias e esperanças, conforto e felicidade.

BIBLIOGRAFIA

CORBUSIER, Le. A arte Decorativa. Martins Fontes, 1925.

FERRARA, Lucrecia D’Alesio. Olhar periférico. Editora da Universidade de São Paulo: 2003.

FOLZ, Rosana Rita. Mobiliário na Habitação Popular. Editora Rima, 2003.

NETTO, J. Teixeira Coelho. A construção do sentido na Arquitetura. Série Debates: Arquitetura, Editora Perspectiva, 1979.

PORTOGHESI, Paolo. Depois da Arquitetura Moderna. Martins Fontes, 2002.

ZEVI, Bruno. Saber ver a arquitetura. Martins Fontes, 2002.

A CENARIZAÇÃO DOS ESPAÇOS INTERIORES

Eliane Carvalho de Oliveira

Prof. Ms. Paulo Sérgio Teixeira (Orientador)

INTRODUÇÃO

O design de interiores busca atender não só as necessidades físicas e de uso do espaço, mas também as necessidades psicológicas e subjetivas das pessoas que convivem num espaço específico, além de caracterizar os espaços de forma a comunicar algo.

Os cenários buscam criar ambientações que tenham um significado. Utilizam cada um, uma linguagem específica para comunicar seu objetivo, cercando-se de signos para caracterizar os espaços produzidos, sendo que todos eles empregam elementos comuns à área de Design de Interiores, como: luz, cores, formas, objetos, mobiliários, acústica, arte, texturas, manipulando-os, acrescentando-lhes significados com o intuito de produzir emoções.

A aproximação do estudo dos projetos de interiores com os projetos de cenografia é de grande relevância no aprofundamento da concepção dos espaços interiores, pois visa entender melhor os significados que os espaços produzem, e compreender porque atualmente os espaços interiores, tanto comerciais, como residenciais estão utilizando a linguagem cenográfica na sua concepção.

Esta pesquisa visa identificar alguns aspectos percebidos por esses usuários/espectadores e de que forma eles interpretam essa comunicação de emoções, ideias e conceitos dentro dos espaços interiores que utilizam recursos cenográficos e ainda se o efeito que estes espaços provocam são positivos e proveitosos.

OBJETIVOS

A pesquisa visa identificar em que momento e como acontece essa troca de informações entre o Design de Interiores e a Cenografia, tanto em ambientes comerciais, como residenciais.

O conhecimento dos signos utilizados dentro dos cenários e suas várias linguagens, estudando como e com que objetivo utiliza-se a luz, as cores, as texturas e as formas nos cenários e que relevância eles têm em cada um.

A produção de sentido dentro da encenação e sua percepção.

“A encenação afeta visual e corporalmente o sujeito observador. Dela é emanado, pela organização dos objetos que a comportam, um tipo de ação que é um efeito de sentido, seja a doçura de um veludo, o cheiro do café, a aspereza de um metal, o frescor de um banho, etc., é um tipo de apreensão dado a partir de como esse sujeito perceptivo, ao perceber tal efeito o sente.” (Demetresco, 2007, p. 85)

O estudo da cenografia também pode ser muito útil no que tange aos projetos de Design de Interiores comerciais e até mesmo residenciais, pois todo esse processo de significação pode ser transmutado para um espaço de forma a atingir objetivos específicos como conforto perceptivo, apelo emocional e maior conhecimento a respeito de como o ser humano comporta-se no espaço e o que ele espera dele, mesmo que inconscientemente.

METODOLOGIA

Foram utilizadas para o desenvolvimento da base teórica pesquisas bibliográficas sobre semiótica, fenomenologia, linguagens utilizadas na produção de diversos cenários e desenvolvimento de concepções de projetos de interiores. Conjuntos de imagens de cenários foram analisados para discutir sobre a utilização de signos para comunicar.

Foram realizadas entrevistas com profissionais que trabalham com cenários ou com espaços cenográficos e design de interiores, para compreender melhor as diferenças e aproximações do desenvolvimento de projetos de Interiores e de cenografia.

Pesquisas de campo foram efetuadas através de observações e entrevistas com usuários de espaços de interiores tanto comerciais como residenciais que utilizam recursos cenográficos para observar as emoções e percepções das pessoas dentro desses espaços.

O conteúdo das imagens de cenários e espaços interiores e as entrevistas de campo constituem um conjunto informacional que foi analisado através do suporte teórico da pesquisa.

RESULTADOS

Os resultados obtidos apontam que de alguma forma os cenários estão compondo os mais diversos espaços, saindo das telas de cinema, da TV, dos palcos de teatro, das vitrines para povoar os pensamentos como sonhos e significados nos mais diversos espaços, mesmo os mais privados, já que o homem busca experimentar novas sensações, novas emoções, e logo o espaço é um grande colaborador dessa busca desse novo homem.

Os signos utilizados para a caracterização desses novos espaços cenarizados revelam uma maior importância hoje dada as funções imagéticas de comunicação e também devido a evolução tecnológica que estamos vivendo, criando novas possibilidades e disposições dos ambientes.

BIBLIOGRAFIA

CARDOSO, João Batista F. Semiótica das locações. Uma leitura do ambiente natural como espaço cenográfico (Tese de doutorado). PUC, São Paulo.

DEMETRESCO, Sylvia. Vitrine – Construção de Encenações. 3ª edição. São Paulo: Senac Educ, 2007.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Design em Espaços. São Paulo: Rosari, 2002.

FLUSSER, Vilém. O Mundo Codificado: Por Uma Filosofia do Design e da Comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HERTZBERGER, Herman. Lições de Arquitetura. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

RATTO, Gianni. Antitratado da Cenografia. São Paulo: Senac, 1999.

RIBEIRO, João Mendes e tal. Arquiteturas em Palco. Almedina: Instituto das Artes, 2007.

SCHMID, Aloísio Leoni. A Idéia de Conforto: Reflexões Sobre o Ambiente Construído. Curitiba: Pacto Ambiental, 2005.

TURIN, Roti Nielba. Aulas: Introdução ao Estudo das Linguagens. São Paulo: Annablume, 2007.

URSSI, Nelson José. A Linguagem Cenográfica (Tese de mestrado). ECA, São Paulo, 2006.

ELEMENTOS SAGRADOS NA COMPOSIÇÃO DE ESPAÇOS INTERIORES

Joelson Vieira Lima

Prof. Ms. Paulo Sérgio Teixeira (Orientador)

INTRODUÇÃO

Elementos considerados sagrados para específicas culturas em que coexistem diferentes religiosidades são utilizados na composição de espaços, muitas vezes sem se levar em conta o significado intrínseco do qual são dotados. Revistas de interiores, com grande frequência nos apresentam ambientes em que observamos a presença desses objetos, como se já fizessem parte de nosso repertório de ornamentos domésticos ou adornos, assim a imagem de um Buda ou um Crucifixo estão entremeadas por outros objetos e podem desempenhar função de um peso de papel, ou compor uma série ao lado de vasos, esculturas de animais e outros objetos.

Uma forma, uma pirâmide, um aroma, uma cor, uma mandala, um crucifixo, um vaso de arruda, alecrim e outras ervas, uma figa esculpida, um candelabro, uma estátua, uma pedra, uma carta, uma guia, um busto, entre tantos objetos, podem trazer consigo valores e significados para o habitante, proprietário ou visitante do espaço, que diferenciam o objeto a tal ponto de elevá-lo a outra ordem de objetos. Não podemos ignorar que objetos assim estão envolvidos em valores inegáveis, que os tornam comuns ou que os separam dos demais, um valor de existência para o qual foram fundidos, ou confeccionados, que difunde textos e mensagens, que nem sempre são os desejados pelo idealizador do ambiente.

É nessa perspectiva que entrevistas foram realizadas no decorrer do trabalho com arquitetos, decoradores, lojistas e sobretudo consumidores, acerca da intenção da aquisição e utilização de objetos carregados de valor religioso ou sagrado. Lucrecia Ferrara afirma que o espaço é objeto de investigação de várias áreas do conhecimento, devido à sua complexidade inesgotável, e que urge criar outras estratégias científicas que incorporem a instabilidade interpretativa, mesmo correndo o risco de alcançar tênues fragmentos, insuficientes para sustentar uma interpretação que, por ingenuidade, se quer exaustiva e segura. (Ferrara, Lucrecia, *Design em espaços*, 2002, páginas 95 e 96). Sob essa proposição o presente trabalho desenvolve-se, ora levando em conta a subjetividade de cada entrevistado, ora levando em conta a subjetividade da cultura que esse indivíduo partilha.

O folclore brasileiro, tão vasto de credices e tão rico de imagens não é bem visto por todos, afirmação que se justifica pela concepção negativa que algumas culturas religiosas têm sobre esta coletânea de credices e imagens que provém da vivência “profana” do povo. O folclore apresenta-nos aspectos da

religiosidade popular, que pode ser observada em projetos, dos quais se poderia dizer que agradaria qualquer pessoa, se não fosse por uma restrição religiosa que pode vir à tona nessa percepção.

As entrevistas investigaram o quanto se rejeita ou se aceita um ambiente em que se pode ver uma composição assim, na busca dos argumentos que aprovam ou desaprovam o espaço por seus atributos de composição – os objetos sagrados.

Com os arquitetos a busca de falas que evidenciem o conhecimento sobre a concepção religiosa do cliente, que faça justificar o emprego de tal elemento religioso na composição do espaço, e sua experiência acerca de exigências feitas para essas escolhas de objetos, a maneira pessoal como costumam lidar com esses objetos em composições.

A intenção da compra é o que fomenta as entrevistas com compradores de peças sagradas, assim como o valor atribuído ao objeto adquirido e o lugar que ocupará na composição e no espaço interior onde será inserido.

OBJETIVOS

O trabalho tem a finalidade de investigar a percepção de espaços em que imagens sagradas são utilizadas como elementos decorativos, dotadas ou despidas de seu valor sacro. As possibilidades de leitura e ruídos que essas peças podem causar, as intenções de utilização como elementos compositivos de valores subjetivos ou carregados de outros valores latentes, que outrora turvam a impressão sobre o espaço, e o que ele representa.

A pesquisa pretende, também, analisar e discutir a existência e a natureza do valor, atribuído por proprietários, frequentadores ou mesmo observadores, aos objetos sagrados presentes na composição, através do comportamento e percepção, a intenção de compra e a intenção de inserção em um espaço, por meio de entrevistas e conversas fundamentadas em textos de Lucia Santaella, Jean Baudrillard, Mircea Eliade e Walter Benjamin. O confronto das informações presentes no material coletado em entrevistas, com as proposições dos autores formatam o produto final desta investigação.

METODOLOGIA

Entrevistas e conversas com arquitetos e compradores de peças consideradas dotadas de valor sagrado constituem matéria-prima deste trabalho, que através de análises e discussões, fundamentadas pelos teóricos escolhidos que tratam este tema, configuram os resultados desta pesquisa. As entrevistas investigaram o quanto se rejeita ou se aceita um ambiente, pelas peças que o compõe, e como se conceitua um espaço que abriga peças dotadas de valor sacro.

Sobre recortes de ambientes publicados em revistas e anuários de design de interiores, um questionário foi aplicado, em um número significativo de pessoas, em busca de indícios comuns ou díspares, de interpretação de espaço e composição, e da variação dessa interpretação ao se tratar um ambiente cujo objeto sacro presente é irreconhecível ou não pode ser diferenciado e conceituado por ser estranho.

RESULTADOS

Entre conclusões que ainda tomam forma clara, as entrevistas apontam que o conceito de sagrado presente em alguns objetos, foi assimilado pela sociedade global, dissolvido ou enfraquecido em seu sentido original, mas não minado por completo em sua essência comunicativa. O sentido primeiro de existir do objeto sacro persiste: ser sinal do sagrado no mundo profano em que está inserido, e é resguardado pelos portadores desse conhecimento da presença do transcendental na peça, mesmo que tenha seu sentido ignorado por uma parcela quase total da sociedade, isso não diminui sua capacidade de transcender, para aquele que a conhece e que a estima por isso. A imagem sagrada que exemplifica esta afirmação é a de Nossa Senhora Aparecida que ao ter sido tão difundida e tornado-se tão popular e comum no país inteiro, sobretudo no Sudeste e Nordeste, pode ser encontrada como formato de vidro de perfume, estampa de toalha de banho, ou ainda formato de saleiro. Mesmo que uma peça tenha sido investida de um outro valor, seu valor sacro está preservado para aquele que a considera sagrada, ainda que aparentemente banalizada a imagem o faz transcender.

Os objetos sagrados vão além daqueles conhecidos, cultuados ou venerados nas grandes religiões. O objeto pode ser considerado sagrado por apenas uma pessoa na sociedade, aquela que depositou nele este valor, por motivos que também podem ter sido julgados grandiosos por ela.

Os conhecimentos que a sociedade detém de objetos sacros comuns para um grupo nem sempre são detidos por todos do grupo, observa-se que parte das pessoas creem na sacralidade contida e reconhecida no objeto, e que outra parcela acredita na pessoa que crê, assim uma sacralidade indireta é verificada, que investe o objeto de respeito, veneração, medo, devoção, ainda que não se saiba exatamente do que se trata.

BIBLIOGRAFIA

ELIADE, Mircea, O sagrado e o profano / Mircea Eliade ; [tradução Rogério Fernandes]. – São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BAUDRILLARD, Jean; O sistema dos Objetos; São Paulo; Perspectiva; 1973.

TURIN, Roti Nielba, Aulas: introdução ao estudo das linguagens./ Roti Nielba Turin.- São Paulo: Annablume, 2007.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio; Design em espaços; São Paulo; Edições Rosari, 2002.

SUSTENTABILIDADE EM DESIGN DE INTERIORES

Juliana Zeli Ribeiro

Noemi Barbosa

Prof. Ms. Paulo Sérgio Teixeira (Orientador)

INTRODUÇÃO

Cada vez mais as pessoas buscam por qualidade de vida e bem-estar para acrescentar ao seu cotidiano soluções para viver melhor. A sustentabilidade é um conceito sistêmico relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana.

Para o empreendimento humano ser sustentável, é necessário quatro requisitos básicos: ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente aceito.

Estes quatro requisitos devem fazer parte da elaboração de projetos de designer de interiores.

OBJETIVOS

O presente estudo tem como objetivo identificar relações entre as questões ligadas à sustentabilidade e à prática projetual do design de interiores. A partir destas relações a pesquisa busca criar um conjunto informacional que contribua para a reflexão do tema onde designers venham a projetar seus espaços com ações sustentáveis efetivas.

METODOLOGIA

A pesquisa escolheu como objeto de estudo a agência do Banco Real na Granja Viana, por se tratar de um projeto que teve em todas as suas fases preocupação ligadas à sustentabilidade.

O desenvolvimento deste trabalho ocorreu através de uma extensa pesquisa em revistas, sites ligados ao tema, participação em oficinas e palestra promovidas pelo Banco Real.

Análise de filmes e documentários que abordam o tema sustentabilidade.

Documentação de visitas em Mostras de espaços interiores sustentáveis e visita técnica no Banco Real, agência Granja Viana.

RESULTADOS

Com base no estudo feito na agência Granja Viana do Banco Real, concluímos que a continuidade nas pesquisas, conscientização e ações nos levarão ao desenvolvimento sustentável que respeite (e até recupere) o equilíbrio de vida na terra, sendo economicamente lucrativo, ecologicamente correto e socialmente justo.

Dessa forma não há dúvidas que ainda tem-se que caminhar para transformar modelos de desenvolvimento sustentável nos interiores.

O designer de interiores sustentável cumpre seu papel como profissional e ser humano consciente quando pratica a sustentabilidade ambiental usando em seus projetos materiais recicláveis de origem energética renovável, diminuindo os impactos ambientais.

A conscientização, conhecimentos e práticas são as condições para alcançar o desenvolvimento sustentável nos projetos, desde o planejamento, criação, desenvolvimento, clientes e escolha dos fornecedores.

Agir com responsabilidade projetual, poupando o ambiente de forma inteligente, criando espaços confortáveis, inovadores frente aos paradigmas do desenvolvimento sustentável.

O Brasil tem condições de aprimorar as tecnologias sustentáveis, pois temos acesso a recursos naturais em abundância. Temos profissionais muito competentes e universidades conceituadas. O que falta aqui é o mercado exigir mais para que haja incentivos para o desenvolvimento de pesquisas e construções responsáveis como a agência Granja Viana do Banco Real.

BIBLIOGRAFIA

FILMES:

The Corporation

Uma verdade inconveniente

ABD – Associação Brasileira de Designer de Interiores. Disponível em: <www.abd.org.br>

BANCO REAL – Espaço Real de práticas de sustentabilidade – Disponível em <www.bancoreal/sustentabilidade/>

BRAUN, Ricardo. Desenvolvimento ao ponto sustentável: Novos paradigmas ambientais. Petrópolis: Vozes, 2001. 183 p.

CIANCIARDI, Glaucus. A Casa Ecológica: premissas para sustentabilidade na arquitetura residencial unifamiliar paulistana. Dissertação apresentada a Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo, 2004. 159 p.

FNUAP – Fundo para populações das Nações Unidas. Quadro da degradação ambiental do planeta.

Disponível em: < www.fspamazonico.com.br/site

IDHEA – Instituto para o desenvolvimento da Habitação ecológica. Disponível em < www.idhea.com.br>

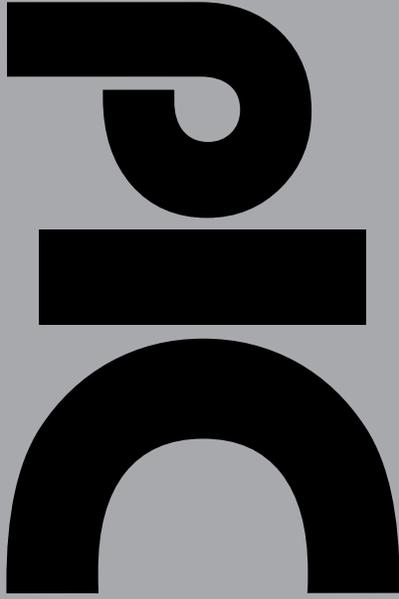
KIOTO – O protocolo de Kioto. Disponível em < www.wwf.org.br>

PLANETA SUSTENTÁVEL – Disponível em:

<www.planetasustentavel.com.br>

PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, disponível em

<www.brasilpnuma.com.br>



VIII Congresso de
Iniciação Científica

Comunicação Social



CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA NA INTERNET: ALTERNATIVA DE BAIXO CUSTO E EFICÁCIA PARA PROPAGANDA?

Claudio João Teixeira Junior

Isis Flávia Horta Zonaro

Luis Gustavo de Barros Pinto

Tamis Akemi de Moraes Saito

Profª. Ms. Claudia Aparecida Garrocini (orientadora)

INTRODUÇÃO

A evolução tecnológica proporcionada pela internet faz com que aumente a disponibilidade de veiculação informativa e educacional. Durante anos espaços têm sido conquistados, modificando e alterando o novo mundo tecnológico onde setores vêm sendo divididos para uma maior abrangência de informações e facilidade de acesso.

Junto à evolução da tecnologia, a publicidade e o mercado propagandista também acompanhou seu crescimento que gerou novas fontes de persuasão e convencimento dentro de métodos inovadores para esse público.

Diante desses resultados, estudos foram realizados apresentando características que podem ou não serem eficazes ao anúncio e uso da propaganda dentro da internet. Também a análise sobre o receptor e suas características quanto às mensagens recebidas, veiculadas por diferentes formas e formatos dentro desse universo informativo o qual abrange e restringe pontos positivos e negativos, os quais estudam as características de produções elaboradas exclusivamente para esta mídia com ênfase em produções audiovisuais que tiveram êxito na web e grandes recordes de visualização.

OBJETIVOS

O objetivo desta pesquisa é destacar algumas destas produções e levantar custos de produção e eficiência da mensagem para com a internet e suas divisões, tais como a comparação da eficácia dentro do universo on-line e outras mídias atuais exaltando a sua alta influência dentro dos meios, tanto em termos técnicos quanto em interferência pessoal.

METODOLOGIA

- 1º. Levantamento de peças publicitárias criadas exclusivamente para a internet.
- 2º. Análise comparativa da publicidade entre os veículos de comunicação em massa e internet.
- 3º. Apontamentos sobre as vantagens e desvantagens da utilização da internet como um meio de comunicação.

RESULTADOS

Referente ao tema abordado e ao cronograma de metodologia, foi desenvolvido em nove meses de pesquisa a escolha e disseminação de materiais audiovisuais os quais veiculados através da internet, obtiveram um grande sucesso em visualizações e de respostas de consumidores. Citando alguns exemplos; AEIOU, HONDA, DOVE .

Baseando-se nestes conceitos e em avaliações, iniciamos com uma breve história do crescimento e globalização da internet, os quais foram traçados argumentos a respeito da publicidade dentro deste meio, e de seu desenvolvimento e abrangência, tal como a potência de resultados e investimentos feitos nesta mídia. Referindo-se a investimentos, foi apresentado valores respectivos a resultados os quais sintetizaram respostas de custos eficazes e baixos, comparando-o a outros meios de comunicação e à classe e posição da mesma dentro do mercado publicitário como modo de persuasão e convencimento.

Fatos e citações foram comprovados por autores e pesquisadores, os quais sendo profissionais na área digital publicitária tiveram algo a acrescentar e a conduzir, uma vez que diversas teorias de diferentes assuntos tais quais condizem desde o modo de veiculações de grandes campanhas até criações de simples banners, sendo assim, desenvolvidas e elaboradas de forma concreta e sucinta para uma grande abrangência e resultados positivos.

Com base em dados reais, foi desenvolvido uma comparação da abrangência e target de todos os meios de comunicação, entre eles, TV ABERTA, RÁDIO, REVISTA, JORNAL, INTERNET, E CINEMA, para que com os resultados fosse avaliado a interação e a importância da internet e seus veículos, para a publicidade e para o sucesso de comerciais dentro delas, aprimorando as produções audiovisuais. É colocada também a questão da segurança e da confiança a respeito deste meio, que são quesitos de suma importância para seu crescimento e para a credibilidade de futuros anunciantes e interessados.

A utilização do marketing e suas categorias são de extrema importância, tendo como objetivo a disseminação das produções e a pesquisa exata de campo para que o anúncio seja feito de forma correta, e veiculado de maneira ideal para o sucesso e de acordo com o seu tamanho. Baseando-se

neste conceito, as propagandas virais respondem exatamente a este assunto, o qual é relativo à baixa produção e grande visualização do mesmo, otimizando tempo, valores, e gerando grandes resultados quando bem planejados e desenvolvidos pelas características do marketing em geral.

BIBLIOGRAFIA

- ANDRADE**, Josmar; **MAZZON**, José Afonso; **KATZ**, Sérgio. Boca-a-boca eletrônico: explorando e integrando conceitos de marketing viral, buzz marketing e word-of-mouth. In: EMA - Encontro de Marketing da Anpad 2006, Rio de Janeiro. Anais do EMA 2006 - Encontro de Marketing da Anpad 2006.
- BIGAL**, Solange. Afinal, o que é criação publicitária? Nobel, São Paulo, 1999.
- CASTRO**, Álvaro. Propaganda e Mídia Digital: A Web como a grande mídia do presente. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2000.
- G1. Conheça a história do site de vídeos YouTube. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1306288-6174,00.html>>. Acesso em 14 nov. 2007.
- MUNARI**, Bruno. Das coisas nascem coisas, Martins Fontes, São Paulo, 1998.
- OSTROWER**, Fayga. Criatividade e Processos de Criação, Vozes, 16ª edição, Petrópolis, 2002.
- RODRIGUES**, JC. Marketing Viral não é só pôr vídeo no You Tube.
- ESPM**, fev. 2007. Disponível em: <http://www.espm.br/email_mkt/newsletter/fevereiro07/noticia3.htm>

PUBLICIDADE E ARTE POLÍTICA

Adriano Bezerra

Caio Monteiro Lopes

Fabiane Almeida dos Santos

Marco Winner

Rick Cardoso

Profª. Ms. Eliane Aparecida Andreoli (orientadora)

INTRODUÇÃO

Este trabalho está inserido na linha de pesquisa e análise dos meios e processos de comunicação de acordo com teorias e paradigmas das ciências da comunicação e humanas. Desta forma pretendeu-se estudar a maneira pela qual a publicidade e propaganda criam produtos de arte com o intuito político, ou seja, veremos como os movimentos políticos se apropriam da arte para fazer sua publicidade.

A história social tem seu registro em três estados ou eras: o teológico ou fictício, o metafísico ou abstrato, e finalmente o positivo ou científico, e neste último, o período em que estão inseridos os questionamentos que levaram a esta pesquisa.

As discussões nesta pesquisa buscaram compreender os estudos que possibilitassem localizar e reconhecer os fenômenos sociais nos aspectos sincrônicos e diacrônicos das relações. E assim, escolhemos autores que permitiram estudar a indústria cultural como fenômeno social e as implicações na criação de produtos culturais, tais como: Armand e Michelle Mattelart, Theodor Adorno, e Marshall McLuhan. E ainda, outros nomes que contribuíram para a análise das obras culturais e políticas, a partir de conceitos da semiótica como Lucia Santaella, Michel Foucault, Teixeira Coelho.

E para contextualizar com esses autores foi escolhido o professor e pesquisador Noam Chomsky, um conceituado doutor em linguística norte-americano, cujos pontos de vista contribuem muito para analisarmos a política esquerdista nos últimos quarenta anos. Outro aspecto importante do trabalho político de Chomsky é a análise dos meios de comunicação de massa, suas críticas à alienação através da indústria cultural e principalmente da publicidade. Uma de suas frases bastante citada é sua afirmação que “a propaganda representa para a democracia aquilo que o cacete (isto é, a polícia política) significa para o estado totalitário.”

Todos os autores escolhidos virão contribuir para que se possa propor e discutir, nesta pesquisa, o estudo da recepção e mediação de meios, produtos e processos de comunicação e cultura para relacionarmos publicidade e arte política.

OBJETIVOS

- Realizar um estudo sobre a análise dos meios e processos de comunicação entre as obras de arte que tratam de política por intermédio da linguagem publicitária;
- Discutir como as linguagens da publicidade e da arte criam a comunicação para atingir os seus propósitos, dando atenção principalmente para os propósitos políticos.

METODOLOGIA

O Projeto constituiu o estudo, a análise e comparação da construção e dos efeitos das seguintes peças artísticas: o Construtivismo Russo; o Filme Arquitetura da Destruição, do diretor Peter Cohen; e as obras da artista Bárbara Kruger. Iniciando pela seleção das obras, dos teóricos utilizados, seguindo para levantamentos bibliográficos e análises procedidas por reflexões e debates.

RESULTADOS

Como resultado apontamos o esclarecimento de uma relação eficaz entre arte, publicidade e política, tendo como base a análise dos discursos e das linguagens visuais que constituíram a história do mundo, relacionando diferentes estratégias políticas nos seus sentidos estéticos. A fim de afirmar que a arte como veículo de comunicação é capaz de transmitir distintos aspectos do desenvolvimento humano, assim como aspectos políticos e publicitários, constatando que a arte funciona também para interações sociais de dependência, força e poder.

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO**, Theodor. Dialectica do esclarecimento, Rio de Janeiro, 1985
- CHONSKY**, Noam e **HERMAN**, Edward S.; A Manipulação do Público, Política e Poder Econômico no uso da Mídia Editora: Futura; 1ª Edição - 2003
- FOCAULT**, Michel. As palavras e as coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1994
- MATTELART**, Armand e Michelle. História das teorias da comunicação, Ed. Loyola 2003
- McLUHAN**, Marshall. Revolução na Comunicação, São Paulo: Zahar 1974
- SANTAELLA**, Lúcia. Cultura e Artes do pós-humano. São Paulo: Paulus, 1ª ed. 2003
- TOLSTÓI**, Leon. O que é a arte? São Paulo: Experimento, 1ª ed. 1994

ESTÉTICAS PLÁSTICAS E TEATRAIS NA TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA

Guilherme William Udo Santos

Profa. Ms. Eliane Aparecida Andreoli (orientadora)

INTRODUÇÃO

A televisão é a mídia de maior expressividade no Brasil. Até o ano de 1950, o rádio era o meio de comunicação pelo qual as pessoas se mantinham informadas e também era a principal fonte de entretenimento. Quando se deu a criação da TV Tupi-Difusora, em 18 de setembro de 1950, esse panorama foi alterado. A recém-inaugurada emissora era veiculada no canal 3 e com programação voltada à população de São Paulo.

Atualmente, o veículo de comunicação que dita regras, tendências, moda, agrega valores e redefine fluxo e contrafluxo é a televisão porque está muito presente na vida das pessoas.

Segundo dados do IBGE, a televisão atua em 99% do território nacional e está presente em mais de 90% dos domicílios. Grande parte da população passa em média mais de quatro horas diárias em frente da TV, o que a caracteriza como extremamente midiática.

Sua programação é diversa passando pelos noticiários e produtos de ficção. Dentre esses gêneros, a ficção tem grande espaço e audiência, sendo quantitativamente expressiva. “Do latim *fingere*, ficção tem duplo significado literário e retórico, de um lado, de modelar e plasmar e, de outro, de inventar por meio da imaginação” (CUNHA, 2003, p. 282) e, portanto, nos leva a imaginar, simular, criar e está presente no imaginário coletivo. Ela atua e modifica a percepção da realidade.

A ficção seriada enquanto produto da programação televisiva, como novelas e minisséries, é muito rentável e está fortemente atrelada a uma grande audiência, herdada de produtos ou formatos semelhantes do rádio. Esse tipo de produção tem um custo baixo frente ao retorno financeiro por ele dado.

Desde o início da produção de ficção seriada para a TV, autores e roteiristas se inspiraram, basearam ou usaram obras literárias na composição de seu enredo. O objetivo desta pesquisa é refletir a respeito da produção ficcional na TV, no que tange à estética do produto final, entendendo a construção do sentido da comunicação não só verbalmente, mas imagetivamente, verificando a função das estéticas plásticas e teatrais nesse processo.

O fato é que a teledramaturgia, no contexto brasileiro, representa a única forma de acesso à arte dramática para a maioria da população. Por outro lado, é também fomentadora do consumo de outras formas artísticas por parte da população qualificada a consumi-las.

A construção do imaginário de grande parte da população é através das imagens de uma TV e, portanto, é mais do que necessário se entender esse processo e situar a história das artes e suas estéticas nesse processo.

Surgem questões como “até onde essas estéticas são inovadoras?”, “quais as fontes de inspiração para essa criação mais cuidadosa?”, “estéticas plásticas e teatrais são incompatíveis com a televisão?”.

OBJETIVO E JUSTIFICATIVA

- Identificar estéticas plásticas e teatrais na teledramaturgia brasileira;
- Compreender o processo de criação de produtos audiovisuais quando embasados nas artes visuais e cênicas;
- Buscar explicações sobre a construção do imaginário plástico do telespectador;
- Aprofundar conhecimentos de direção de arte direcionados a produções de alto custo e com estéticas bem definidas e trabalhadas; e
- Propor ações de ampliação de conhecimento artístico para o público através da ficção seriada.

METODOLOGIA

Pesquisa bibliográfica e análise das produções audiovisuais Hoje é Dia de Maria e A Pedra do Reino para, posteriormente, relacionar movimentos e estéticas aos produtos analisados.

RESULTADOS

As estéticas plásticas e teatrais contribuem de forma imensurável na construção da Direção de Arte das minisséries analisadas e também na maneira de interpretar dos atores. Sem elas, o produto perderia suas características mais marcantes que são personagens-tipo imensamente valorizados pela interpretação que tende mais ao cômico e a estética pictórica que remete a quadros, cada cena parece muito uma pintura. Assim, hoje, é impossível dissociar as estéticas das artes plásticas e teatrais dos produtos audiovisuais ditos comerciais.

BIBLIOGRAFIA

BERGER, John – **Modos de Ver**. Rio de Janeiro : Rocco, 1999.

PARENTE, A. (Org.). **Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro : Editora 34, 1993.

- DIMBLEBY, R.; BURTON, G. Mais do que palavras.*** São Paulo : Summus, 1985.
- DONDIS, D. A. Sintaxe da linguagem visual.*** 2. ed. São Paulo : Martins Fontes, 1999.
- BERTHOLD, Margot. História mundial do teatro.*** São Paulo: Perspectiva, 2004.
- PEIXOTO, Fernando. O que é teatro.*** São Paulo: brasiliense, 1998.
- COLI, Jorge. O que é Arte.*** São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- PAREYSON, Luigi. Os Problemas da Estética.*** São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- PROENÇA, Graça. História da Arte.*** São Paulo: Editora Ática, 1994.
- BALOGH, Anna Maria. O Discurso Ficcional na TV.*** S. Paulo, EDUSP, 2002.

FICÇÃO E REALIDADE NA LEITURA DO ÔNIBUS 174 E A ÚLTIMA PARADA

Breno Gonçalves

Murilo Martinelli

Prof. Ms. José Ronaldo Alonso Mathias (Orientador)

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo analisar dois produtos fílmicos de formatos distintos, o documentário e a ficção, mas que abordam o mesmo tema, o sequestro do ônibus 174, em 12 de julho de 2000, na zona sul do Rio de Janeiro, pelo “ex-menino de rua” Sandro Barbosa do Nascimento, sobrevivente da tragédia urbana “Chacina da Candelária”.

O documentário “Ônibus 174” dirigido por José Padilha, mostra a trajetória de vida de Sandro do Nascimento até o dia do sequestro, denunciando vários problemas sociais como precariedade do sistema carcerário brasileiro, assim como a carência de estrutura e de capacitação da segurança pública, a exploração da imagem no qual tudo é transformado em espetáculo e a marginalização ocasionada pela própria sociedade, que cria imagens e rótulos para as classes mais baixas e carentes.

O filme ficcional “Última Parada 174” dirigido por Bruno Barreto, cria uma nova narrativa baseada nos dados fornecidos pelo primeiro filme (documentário), contudo distanciando-se do que este defende.

O formato documentário que tem por objetivo retratar a realidade do que realmente acontece na sociedade, apresenta características ficcionais, assim como a ficção de Barreto apresenta aspectos da realidade. Compete a este trabalho acadêmico identificar tais elementos em ambos os casos.

OBJETIVOS

- a) Apontar e analisar aspectos significativos da linguagem estética dos formatos documentários e ficção;
- b) Mostrar e analisar a relação entre ficção e realidade dentro dos formatos citados;
- c) Mostrar que o formato documentário não é necessariamente o retrato da realidade;
- d) Mostrar que a ficção baseada em fatos reais é toda deturpada;
- e) Retratar a fuga do indivíduo através da ficção.

METODOLOGIA

A pesquisa consiste na análise e comparação dos formatos ficcional e documental, tendo como objetos de estudo os filmes “Última Parada 174” (ficcional) e “Ônibus 174” (documental). A pesquisa apoia-se em análises bibliográficas sobre ficção e realidade e manipulação das mesmas, além do nível de veracidade para o ficcional, e o nível de ficção para o documental. O texto parte também do levantamento e sistematização dos formatos, a partir de critérios a ser definidos pela pesquisa teórica.

RESULTADOS

A potencialidade da pesquisa se faz devido ao lançamento do filme “Última Parada 174”, dirigido por Bruno Barreto, que usou como uma das principais fontes os dados fornecidos pelo documentário “Ônibus 174”, de José Padilha, o que possibilitou a comparação de características estéticas, discursivas e ideológicas de cada formato a partir de um mesmo fato. Com isso, percebe-se também a busca do público pelo entretenimento (vide a indústria cultural) como fuga da inalterabilidade do seu cotidiano, mesmo que esta seja reflexo do mesmo.

BIBLIOGRAFIA

BERNARDET, Jean-Claude. “O que é Cinema?”. São Paulo. Ed. Barsiliense, 1980

GANZ, Pierre. “A reportagem em Rádio e Televisão”. 1ª ed., Lisboa, Editorial Inquérito.

BALOGH, Anna Maria. “O discurso ficcional na TV: seduções e sonhos em doses homeopáticas”. São Paulo. Ed. Edusp

MACHADO, Arlindo. “A Televisão levada a sério”. São Paulo. SENAC, 2000.

JUNIOR, Norval Baitello. “A era da Iconofagia”. São Paulo. Hacker, 2005.

174 – UMA HISTÓRIA, DOIS OLHARES

Bruno Bolzani

Raron Moura

Wagner Rodrigo

Prof. Ms. José Ronaldo Alonso Mathias (Orientador)

INTRODUÇÃO

A proposta do presente projeto vem ao encontro da grande demanda de produtos audiovisuais necessários para suprir a grade televisiva e as salas de cinema.

Neste trabalho serão abordados como assuntos de pesquisa: Ficção e Realidade nos meios de comunicação, especialmente na TV e no cinema. Os filmes Última Parada 174 (2008), dirigido por Bruno Barreto e o Documentário Ônibus 174 (2002), dirigido por José Padilha, baseados no fato ocorrido no dia 12 de junho de 2000, na cidade do Rio de Janeiro, serão os objetos de análise para compreensão do referido assunto.

O filme Última parada 174, conta a história de Marisa que teve seu filho Alessandro levado por traficantes, por causa de dívidas de drogas. Ela abandonou o vício, por influência da igreja evangélica, porém nunca perdera a esperança de reencontrar o filho. Anos se passaram, ela recebe Sandro em sua casa, acreditando que ele é seu filho sequestrado.

Sandro, na infância, viu sua mãe ser morta por ladrões. O menino foi viver com a tia, porém, não se adapta e foge para as ruas, onde se junta com meninos de rua que o iniciam no crime e nas drogas.

Sandro foi um sobrevivente do massacre da candelária, onde policiais mataram 8 crianças em frente a igreja. Por fim, em um surto provocado por uso excessivo de drogas, ele sequestra o ônibus 174, faz vários reféns que resulta na morte da professora Geisa e do próprio sequestrador.

O documentário mostra o incidente ocorrido no dia 12 de junho de 2000, na cidade do Rio de Janeiro, que resultou na morte do sequestrador “Sandro” e da refém Geisa. Com imagens que foram registradas pela CET, pelas emissoras de TV e também com gravações próprias, José Padilha traz uma narrativa dupla com o desenrolar do sequestro e a trajetória da vida de Sandro.

OBJETIVOS

- a) contribuir com pesquisadores e interessados em produtos audiovisuais;
- b) Analisar a relação entre realidade e ficção nos produtos audiovisuais, especificamente nos filmes citados.

- c) Disponibilizar um material Novo e moderno sobre o fato do seqüestro do ônibus 174.
- d) Analisar os aspectos semióticos dos produtos audiovisuais, suas figuras e os formatos utilizados.

METODOLOGIA

Analisar o filme Última Parada 174 e o documentário Ônibus 174, pesquisar e consultar literatura especializada visando agrupar, sistematizar e ampliar o conhecimento sobre Realidade e Ficção.

RESULTADO

O trabalho contribuirá didaticamente e reflexivamente como ferramenta para os interessados e profissionais do meio audiovisual devido o tema influenciar os conteúdos midiáticos que atinge a grande massa.

BIBLIOGRAFIA

- Ana Maria Balogh.** O Discurso Ficcional na TV
- Umberto Eco.** Viagem na Irrealidade Cotidiana
- Douglas killner.** A cultura da Mídia
- Norval Baitello Junior.** A Era da Iconofagia

RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NOS TRÊS SETORES

Camila Biganrdi Ingles

Prof. Ms. José Ronaldo Alonso Mathias (Orientador)

INTRODUÇÃO

Este trabalho explica o conceito de Responsabilidade Social, conta a história do surgimento desse conceito, destaca como a Responsabilidade Social é utilizada pelo primeiro, segundo e terceiro setores citando as ações que são ou podem ser feitas por esses setores para a melhoria da sociedade e como essas ações podem contribuir para a construção da identidade desses setores, citando que a responsabilidade social não é só importante para a sociedade, mas também é importante para a organização que a aplica.

Explica o que é Identidade e o que é Imagem diferenciando e destacando o significado de Imagem Conceito, comenta sobre o significado de Sustentabilidade, Marketing Social e Filantropia citando a abrangência de suas ações, diferenciando de Responsabilidade social e cita alguns métodos de divulgação das ações sociais que podem ser feitos pelas instituições.

OBJETIVOS

Compreender o conceito de Responsabilidade Social, verificar como esse conceito é ou deve ser utilizado por cada um dos setores, diferenciá-lo de outros conceitos que também envolvem ações sociais e destacar não somente os benefícios das ações para a sociedade, como também destacar os benefícios das ações para as instituições que a aplicam, estudar como a Responsabilidade Social pode contribuir para a construção da identidade dos três setores.

METODOLOGIA

Foi feita individualmente com auxílio do orientador pesquisa em livros, sites e teses científicas que tratam de assuntos como responsabilidade social, ações sociais, identidade e imagem, havendo coleta dos significados dos conceitos citados e de citações que explicam os conceitos que foram apresentados.

RESULTADOS

A história da Responsabilidade Social, e como ela é utilizada nos três setores foi definida, foram explicados os conceitos de Identidade e de Imagem e com isso como a responsabilidade social tem que ser aplicada para poder contribuir com a construção da identidade nesses setores; os conceitos de Sustentabilidade, Marketing Social e Filantropia foram explicados e diferenciados de Responsabilidade Social.

BIBLIOGRAFIA

ARAÚJO, G; BUENO, M; SOUSA, A; MENDONÇA, P. SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL: CONCEITOS E INDICADORES. São Paulo: Convibra, 2006;

BALDISSERA, Rudimar. Imagem Conceito: A Indomável Orgia dos Significados, Minas Gerais: Intercom, 2003;

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação, Identificações e Imagem-Conceito. Rio Grande do Sul: UniRevista, vol 1, n 3, 2006;

CASTELLS, Manuel. O Poder da Identidade. São Paulo: Paz e Terra, 1999;

CESCA, Cleuza G. Gimenes. Comunicação dirigida escrita na empresa: Teoria e Prática. 4ed. São Paulo: Summus, 2006;

COELHO, Simone Castro Tavares, Terceiro setor um estudo comparativo entre Brasil e Estados Unidos. São Paulo: Senac, 2000;

COSTA, Eduardo. Fundamentos de Responsabilidade Social empresarial. Rio de Janeiro: 2007;

FORTES, Waldir Gutierrez. Relações públicas – processo, funções, tecnologia e estratégias. 2.ed. São Paulo: Summus, 2003;

KUNSH, Margarida M. Krohling; Kunsh, Waldemar Luis; Vários Autores. Relações Públicas Comunitárias. São Paulo: Summus, 2007;

MONTAÑO, Carlos. Terceiro setor e Questão social. São Paulo: Cortez, 2003; **ZANONE, Luiz Cláudio. Marketing Social.** São Paulo: Thomson Learning, 2006.

SITES

www.ethos.org.br, acessado em 10 de abril, 2009

www.ibase.org.br , acessado em 8 de março, 2009

www.knoow.net/cienceconenpr/gestao/culturaorganizacional, acessado em 16 de junho, 2009.

RESPONSABILIDADE SOCIAL OU MARKETING SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES COM FINS LUCRATIVOS

Fernanda de Sousa Moura

Prof. Ms. José Ronaldo Alonso Mathias (Orientador)

INTRODUÇÃO

Algumas organizações privadas começaram a visualizar que existem meios de obter lucro como resultado de uma crescente “conscientização” do mercado. Essas organizações começaram a articular maneiras de obter lucratividade sobre a visão da Responsabilidade Social e outras não satisfeitas somente com esse contexto introduzem no cotidiano o Marketing Social.

A responsabilidade social tem sido tema amplamente discutido no mundo dos negócios. As empresas buscam compreender suas dimensões e conceitos para incorporá-los às suas perspectivas.

As corporações começam a divulgar de forma pró-ativa em outdoors que “praticam” a Responsabilidade Social de forma coerente e concisa como a publicação do balanço social e a divulgação do código de ética.

OBJETIVOS

- Analisar a responsabilidade social e marketing social desenvolvidos nas organizações com fins lucrativos;
- Realizar reflexões sobre a responsabilidade social e o marketing social .

METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho tem por objetivo dar embasamento científico. A pesquisa de campo teve como objetivo avaliar e identificar o papel das empresas com fins lucrativos no mercado no qual está inserida, conforme aspectos de responsabilidade social, ação social, marketing institucional e marketing social. A abordagem deste trabalho privilegiou a pesquisa bibliográfica para possibilitar o levantamento do embasamento teórico.

RESULTADOS

As organizações buscam na Responsabilidade Social benefícios como o fortalecimento de sua imagem e, dependendo dos resultados dos projetos sociais por ela financiados, a empresa pode torna-se mais conhecida, lucrar mais. A marca, os seus produtos e serviços podem ganhar maior visibilidade nos meios de comunicação.

Por todo exposto conclui-se que o marketing social deve basear-se , realmente, nas ações claras das empresas socialmente responsáveis.O marketing social não é um fim em si mesmo, mas consequência de ações, atitudes e gerenciamento de processos das organizações com base nos princípios e valores preceituados por essa nova forma de gestão dos negócios das organizações - a responsabilidade social empresarial.

Responsabilidade social e marketing social não são somente apoio, mas solidificam o comportamento ético e a transparência no trato de todas as questões que envolvem a corporação e que influenciam direta ou indiretamente a comunidade próxima e a sociedade de uma forma geral e também compõem a responsabilidade social corporativa e o conceito de empresa cidadã .

Esse comportamento deixou de ser um discurso teórico para tornar-se uma prática frequente de ações socialmente responsáveis, tornando-se um dever. As campanhas de marketing social dão credibilidade ao nome da empresa junto aos clientes e consumidores somente quando as campanhas possuem como base e fundamento a responsabilidade social corporativa e ética.

BIBLIOGRAFIA

DUTRA, Arnaldo de Melo. Responsabilidade Social: Um Diferencial A Ser Adotado Pelas Organizações. Dissertação de Mestrado. Florianópolis. Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

PAGLIANO, A. G. A. et al. Marketing social: o novo mandamento para as organizações. São Paulo: Atlas, 1999.

BITTENCOURT, Epaminondas; **CARRIERI** Alexandre. Responsabilidade Social: ideologia, poder e discurso na lógica empresarial. RAE - Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 45, Edição Especial, p. 10-22, 2005.

PINTO, C. Valor ou modismo? O Marketing Social deve ser reflexo da personalidade da empresa. Revista Exame, Guia de Boa Cidadania Corporativa, 2001, p. 28.

KOTLER, Philip e **ROBERTO**, Eduardo. Marketing Social: Estratégias Para Alterar o Comportamento Público. Rio de Janeiro, Campus, 1a. ed., 1992, p. 25.

RELAÇÕES PÚBLICAS COMO MOSAICO DE PROFISSÕES E SUA RELAÇÃO COM AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

Jorge Santiago Carvalho Sequeira

Prof. Dr. José Ronaldo Alonso Mathias (Orientador)

INTRODUÇÃO

O estudo das Relações Públicas como mosaico de profissões e sua relação com as Instituições de Ensino Superior parte da diversidade de conceitos e funções nos campos teórico e profissional das Relações Públicas (RP), e de como as Instituições de Ensino Superior (IES) influenciam as ações e a legitimidade desta profissão, através das grades curriculares dos cursos.

No Capítulo 1, “Como as Instituições de ensino superior veem as relações públicas”, são expostas as definições de Relações Públicas e a importância da profissão para as IES estudadas (Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, Faculdade Cásper Líbero, a Faculdade de Comunicação e Marketing da Fundação Armando Álvares Penteado, Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e Universidade Metodista de São Paulo).

No Capítulo 2, “Grades curriculares, ações praticadas e cursos extras”, há a compilação das grades curriculares das referidas IES e análises das mesmas, com apontamentos dos diferenciais de ensino em cada IES conforme o perfil de cada uma delas, assim como isso pode influenciar na atuação do profissional de RP.

No Capítulo 3, “O papel das IES legitimando as Relações Públicas”, há análises de como a construção dos currículos de ensino de RP e o mercado de trabalho dialogam entre si. Vemos também nesse capítulo como a formação acadêmica do profissional de Relações Públicas influencia na legitimação da profissão.

OBJETIVOS

Compreender como a diversidade de conhecimentos fornecida aos alunos dos cursos de graduação em Relações Públicas ministrados no Brasil influencia a atuação dos profissionais dessa área.

ESPECÍFICOS

Analisar as definições de “relações públicas” das IES escolhidas e o enfoque dado por elas à atividade de relações públicas.

Comparar as grades curriculares e as ações extracurriculares do curso de Relações Públicas das IES escolhidas.

Estudar a influência do mercado de trabalho atual na formação das grades curriculares acadêmicas para o ensino das Relações Públicas e as formas de atuação do profissional.

METODOLOGIA

A metodologia usada para o desenvolvimento do referido estudo é dedutiva e de caráter monográfico, partindo da consulta e análise de Instituições de Ensino Superior renomadas em Relações Públicas e suas formas de definir a profissão, bem como análise de suas grades curriculares e demais serviços oferecidos aos graduandos (laboratórios, agências experimentais, etc.), e permeadas pela leitura de obras de referência.

RESULTADOS

Apontar que a falta de legitimidade da profissão de Relações Públicas parte da falta de definição clara das IES para essa área da Comunicação.

Mostrar que as IES oferecem o curso de Relações Públicas com foco empresarial e fins mercadológicos, deixando o graduando sem possibilidades de atuar em RP fora do modelo aprendido.

Comprovar a falta de transmissão de conhecimento e instrumental das IES para o papel do profissional de Relações Públicas voltando-se à Sociedade, e de como atuar nesse ambiente de trabalhos comunitários.

BIBLIOGRAFIA

KUNSCH, Margarida Maria K. Relações Públicas e Modernidade: Novos Paradigmas em Comunicação Organizacional. São Paulo. Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria K; KUNSCH, Waldemar Luiz. Relações Públicas Comunitárias - A Comunicação em uma Perspectiva Dialógica e Transformadora. São Paulo. Summus

KUNSCH, Margarida Maria K. Relações Públicas e a Filosofia da Comunicação Integrada. São Paulo.

Summus, 2003.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. São Paulo. Summus, 1995.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações Públicas: Opção Pelo Cidadão**. Rio de Janeiro. Maud,

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de Marketing Comunicação: avanços e aplicações**. São Paulo.

Saraiva, 2007.

RESPONSABILIDADE SOCIAL NA INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO

Tatiane Montefusco da Cunha

Prof. Dr. José Ronaldo Alonso Mathias (Orientador)

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento dos estudos da comunicação de massa aconteceu entre 1914 - 1945 durante a I e II Guerras Mundiais, com o surgimento do rádio e do cinema no começo do século XX, assim nasceu o entretenimento que “ganhou” um significado mais amplo suprimindo interesses e justificando ações que, sem tal influência seriam mais difíceis de serem aceitas.

Esse significado “extra” forneceu material para que os produtos da Indústria do Entretenimento pudessem se transformar em modelos sociais e influenciar estilos de vida denominados posteriormente de Cultura de Mídia.

A Escola de Frankfurt com a Teoria Crítica aperfeiçoando e esclarecendo de certo ponto de vista, como a então recente indústria do entretenimento foi ferramenta fundamental de persuasão e manipulação de massa abrindo precedentes para estudos que viriam a seguir sobre a imprensa, filmes, livros, fotos, discos, exposições, espaços culturais, teatro e o efeito que tais ferramentas do entretenimento podem ter de acordo com a forma ao qual são utilizados.

No primeiro capítulo entenderemos melhor o que é o Terceiro Setor, sua atuação e a relação existente entre Estado e Empresas Privadas em seu surgimento e formação, além do conceito de Responsabilidade Social ainda em definição, qual o seu significado e sua aplicabilidade, as pressões sociais e momento histórico que desencadearam uma série de medidas criando o Estado do Bem-Estar Social e suas consequências ontem e hoje.

A Indústria do Entretenimento surge com o desenvolvimento tecnológico e seus adventos como fotografia, rádio, cinema, televisão, internet etc, tornaram-se as maiores ferramentas de comunicação de todos os tempos.

É analisado o desenvolvimento cultural dos últimos 55 anos que está estritamente relacionado com a tecnologia, e se a nova Indústria da Cultura serve apenas como ferramenta para a construção de imagem e divulgação do conceito de responsabilidade social ou a exerce efetivamente diante de tamanho poder de alcance e influência o que veremos no segundo capítulo.

No terceiro capítulo analisaremos mais especificamente o Espaço Itaú Cultural, instituição mista (com investimentos do Governo e Banco Itaú) classificada como Terceiro Setor, um espaço aberto a exposições e atividades ligadas a cultura, arte e tecnologia, através do levantamento de dados sobre

o Itaú Cultural e suas propostas e abrangência se sua função atinge a proposta de instituição não governamental que exerce a responsabilidade social através da cultura .

As conclusões finais apontarão a direção à qual todas as informações pesquisadas sobre o papel da Responsabilidade Social na Indústria do Entretenimento nos levaram, neste quarto capítulo serão dadas as respostas que a própria Indústria do Entretenimento ou Cultural tem a oferecer sobre uma nova forma de comportamento à Responsabilidade Social pós-evolução industrial e tecnológica tendo a cultura como matéria-prima.

OBJETIVOS

Através de pesquisas bibliográficas, filmes, documentários, questionários mistos e abertos e análise de caso, o objetivo é verificar se a Responsabilidade Social é aplicada de maneira a gerar transformações significativas e atender as necessidades dos públicos envolvidos ou é apenas utilizada como ferramenta de Marketing através da Indústria do Entretenimento para influenciar o cotidiano social.

METODOLOGIA

Este projeto de pesquisa tem o objetivo de verificar a aplicação do conceito de responsabilidade social pela Indústria do Entretenimento. Serão analisados os desdobramentos da responsabilidade social a partir de análise e estudos da comunicação e o desenvolvimento da Indústria do entretenimento ou Cultura de Mídia. Para a realização do projeto serão utilizadas a pesquisa documental e a pesquisa bibliográfica bem como as técnicas de entrevistas a partir da aplicação de questionários estruturados e abertos.

RESULTADOS

As conclusões finais apontarão a direção à qual todas as informações pesquisadas sobre o papel da Responsabilidade Social na Indústria do Entretenimento nos levaram, serão dadas as respostas que a própria Indústria do Entretenimento Cultural tem a oferecer sobre uma nova forma de comportamento e como a Responsabilidade Social pós-evolução industrial e tecnológica é aplicada sendo a cultura sua matéria-prima.

BIBLIOGRAFIA

Terceiro Setor e Questão Social, Carlos Montanõ Editora Cortez 2002

Responsabilidade Social Empresarial, Gilson Karkotli : Editora Vozes 2006

A Responsabilidade e O Social : Uma discussão sobre o papel das empresas . Adriano Gomes e Celso Moretti , editora saraiva

A Sociedade em Rede – A era da Informação Economia, Sociedade e Cultura Vol.1 Editora Paz e Terra ,1999

O Poder da Identidade - A Era da Informação ; Economia , Sociedade e Cultura – Volume 2 ,2º edição , Editora Paz e Terra 1999

A Cultura de Mídia – Douglas Kellner , Editora Eduse ,2001

Cultura e Democracia – o Discurso Competente e outras Falas , 11ª edição Revista e Ampliada , Marilena Chauí - Editora Cortez, 2006

A Teoria Critica Ontem e Hoje , Barbara Freitag : Editora Brasiliense 5ª edição 1ª reimpressão,2004

O que é Indústria Cultural , Teixeira Coelho , Editora Brasiliense,1998

Colaboradores : Profissionais do Itaú Cultural

COMUNICAÇÃO INSTANTÂNEA E MOBILIDADE – MUDANÇA DE COMPORTAMENTOS LINGUÍSTICOS E SOCIAIS?

Cristiano Silva Gil

Everton Tirelli Pinto Cardoso

Profª. Drª. Marilene S. S. Garcia (Orientadora)

INTRODUÇÃO

Contundentes e necessárias mudanças conduziram o homem ao seu estágio atual de desenvolvimento, levando-o a manter novas perspectivas para o futuro, de forma que este sempre foi surpreendido e diretamente afetado nos aspectos social, econômico, político e cultural pela sua própria ação sobre seu ambiente para sustentar a vida. Desenvolveu práticas do processo de socialização com aporte comunicativo, inerentes ao seu crescimento e expansão, porém nem sempre estudadas, em uma gama de aspectos, quanto aos seus efeitos e resultados.

Em seu trajeto histórico, segmentando, por exemplo, no foco da linha do tempo entre a Idade Média e a Era Contemporânea, destacam-se diferenças que se estabelecem pelos variados modos de produção, comunicação e sustentação do projeto de vida social e individual. Em termos desta pesquisa, pautada inicialmente sobre as reflexões a cerca do cidadão e da individualização, trazidas por Habermas (2002) e, mais pontualmente, sobre as questões de domínio linguístico e de capacidade interpretativa e de leitura, a partir do uso de novos aparatos da tecnologia para a comunicação instantânea, procura-se verificar se e em que grau estes desencadeiam novos comportamentos para a comunicação interpessoal, e deste modo, desdobrando-se para as abordagens no âmbito da publicidade e propaganda.

Assim, muitos jovens, usuários de sistemas de comunicação instantânea e móvel, criam uma espécie de códigos próprios, pressionados pelo imediatismo e espaço de desenvolvimento das mensagens escritas, estabelecendo e criando novos comportamentos sociais e linguísticos e mesmo novos códigos – linguísticos e iconográficos. Esta premissa sustentou os caminhos desta pesquisa na medida em que se analisou até que ponto este fenômeno ocorre e se é consistente, como também de que forma são seus desdobramentos, em termos de enriquecer ou esvaziar sentidos, ou ampliar e restringir as formas de comunicação interpessoal.

Lemos (2007) afirma que “Hoje, as tecnologias sem fio estão transformando as relações entre pessoas,

espaços urbanos, criando novas formas de mobilidade. As cibercidades passam a ser “unwired cities” (Towsend, 2003 – apud Lemos). Elas entram na era da computação ubíqua, intrusiva (“pervasive computing”) a partir de dispositivos e redes como os celulares 3G, GPS, palms, etiquetas RFID, e as redes HI-FI, Wi-Max, Bluetooth” (Lemos, 2007:123).

Pode-se antecipar que essas mensagens são voláteis e, como um sinal de fumaça, devem ser decodificadas rapidamente, senão se perdem na instantaneidade e nos propósitos da comunicação. Elas são brevíssimas e assumem um compromisso com o esforço de passar ao receptor o que é extremamente necessário e imprescindível para a comunicação, em termos de conteúdo. O tempo e o espaço da comunicação são determinantes deste gênero de comunicação interpessoal.

Neste sentido, o presente estudo procurou qualificar tais hábitos comunicacionais que implicam a reflexão sobre posturas da linguagem verbal e não verbal no seu aspecto escrito dentro dos limites impostos pela tecnologia, a partir de parâmetros de brevidade, extensão e resultado das trocas.

OBJETIVOS

1.2. Objetivos gerais

Levantar, analisar e avaliar comportamentos da comunicação linguística escrita e instantânea presentes nas micromensagens de chats/ MSN/ de celulares para as interações pessoais.

1.2. Objetivos específicos

Conhecer e mensurar os impactos na linguagem das micromensagens;

Desenvolver alguns conceitos que possam descrever as micromensagens como possibilidades de portabilidade de mensagens publicitárias.

METODOLOGIA

1.1. Desenvolvimento de pesquisa

A pesquisa, inicialmente, abarcou o levantamento da bibliografia mais atualizada sobre o assunto. Tratou-se de uma investigação de caráter exploratório-descritivo, baseada fundamentalmente na análise de questionários e casos, com análise quantitativa.

1.2. Instrumento de coleta de dados

O instrumento utilizado na coleta de dados foi o questionário, privilegiando-se o formato fechado o que permitiu direcionar algumas ações em função das hipóteses do estudo. Como referencial à

formulação do questionário foram consideradas as perguntas que impulsionam essa pesquisa e os objetivos gerais e específicos anteriormente apresentados. A principal razão de escolha deste método é a própria complexidade do problema em estudo. Não se trata de medir objetos, mas sim de descobrir a natureza das experiências das pessoas com respeito às questões da comunicação interpessoal e abordagem da publicidade e propaganda.

1.3. Método qualitativo – construção de quadro analítico

O método qualitativo caracterizou-se por um levantamento e descrição pormenorizada de situações, eventos, perfis de pessoas, formas de interações, comportamentos, experiências, atitudes, documentos, entre outros aspectos que conduzam a um quadro analítico.

a) Coleta, seleção e leitura de bibliografia específica da área.

b) Coleta de dados de análise:

- Trabalho de campo:
- Abordagem estruturada: utilização de questionários, visando a orientação de entrevistas dirigidas;
- Análise processual dos dados: relevância dos atos; atividades; significados; formas de participação e inter-relações.

c) Observação ordinária.

Segundo Soriano (2004), é o tipo de observação na qual o pesquisador está fora do grupo observado, ele não participa correntemente da vida de pesquisa deste. Esta técnica serviu para apurar as hipóteses levantadas e visualização das estratégias necessárias ao encontro das informações relativas à pesquisa.

d) Tratamento e análise dos dados

A análise dos dados levou em conta as principais fases de estruturação da pesquisa acadêmica, envolvendo: leitura, pesquisa exploratória, seletiva, analítica e reflexiva/interpretativa, possibilitando o teste de hipóteses previamente levantadas.

e) Comunicação de dados: relatório e artigo científico

Preparação de relatório – contendo os levantamentos trabalhados na análise.

RESULTADOS

A comunicação instantânea vem encurtando distâncias e alterando vocábulos: quanto mais rápido necessitamos transmitir uma informação, mais fragmentada é a linguagem utilizada. Consequentemente, a instantaneidade torna-se hábito intrínseco ao mundo informacional em que estamos inseridos. Cria-se uma espécie de dialeto aplicado em diferentes dimensões de uso, podendo se

restringir a uma pequena comunidade ou a um grande número de pessoas. Há uma autoaprendizagem, impulsionada necessidade de se comunicar. Esta variedade linguística fragmentada parece ser mais comum entre os jovens, por terem mais abertura às inovações tecnológicas. O recente relatório sobre os Levantamentos da Sociedade Informacional (ou o IDI – ICT Development Index), realizado pela União Internacional de Telecomunicação (International Telecommunication Union – ITU), revela a significativa explosão do uso dos celulares em países em desenvolvimento, alcançando uma taxa média de 49,5% de penetração até o fim de 2008, partindo do zero apenas dez anos atrás.

Essa alteração pode ser confirmada na pesquisa realizada em nosso estudo, na qual se constatou que 39% dos entrevistados utilizam, como maior meio de comunicação instantânea, o telefone celular. Além disso, 40% acreditam não conseguir mais viver sem essa tecnologia, o que nos mostra a importância desse meio de comunicação relacionada à vida atual e à transformação de hábitos de comunicação.

Entretanto, ao analisarmos a abordagem publicitária através desse meio, verifica-se que ainda há muito a ser explorado. Mesmo com essa intensificação do uso de celular, a abordagem do SMS ainda não é bem aceita pelos usuários dessa tecnologia. Os dados levantados revelaram que 74% dos entrevistados se incomodam com esta abordagem e somente 4% já acessaram links destes anúncios patrocinados via SMS. Em comparação com o número de pessoas que efetuam compras on-line (26%), esta abordagem ainda não se mostra muito eficaz, uma vez que estes 26% são a soma de todos os tipos de abordagem: SMS, Comunicadores Instantâneos, Sites e mais as pessoas que consomem sem a necessidade de acesso a links patrocinados (já compram habitualmente em lojas virtuais).

CONCLUSÃO

Conclui-se, portanto, que a linguagem publicitária nesse tipo de mídia está longe de atrair o consumidor através da inovação, já que, tentando aproximar-se com uma linguagem similar à utilizada na comunicação instantânea cotidiana, acaba por passar despercebida e até mesmo rejeitada, pois 59% dos entrevistados acreditam que essa linguagem interfere de forma negativa na comunicação, mesmo sendo utilizada por 74% deles.

Essa incoerência, de certo modo, pode ser explicada pela necessidade do uso da abreviação, já que sem ela a tecnologia não seria aproveitada no seu potencial. As pessoas a utilizam para suprir essa necessidade, porém não acreditam ou mesmo confiam em propagandas que se utilizam dessa abordagem, com ou sem linguagem abreviada. Essa impressão negativa da linguagem abreviada na comunicação e sua utilização na propaganda somada à baixa confiabilidade apresentada pelos consumidores em relação aos links apresentados na pesquisa pode ser o principal motivo pelo qual o

consumo on-line e acesso aos links sejam de baixa frequência.

Como alternativa a esse insucesso da publicidade com o celular, formas mais criativas de abordagem são bem-vindas, como a interação entre o anúncio e o consumidor, utilizando de forma racional a linguagem instantânea, sem exageros ou causando descrédito. Já existem formas interativas e criativas do uso publicitário nesse meio, como, por exemplo, os códigos 2D, que são blocos com pequenos quadrados que contêm textos decodificados, após uma simples fotografia deste enviada via SMS, o usuário recebe de volta o texto original, ou ainda recursos das câmeras de celulares com a Realidade Aumentada, que hoje pode fazer uma abordagem interativa com o público e ter uma relação mais aproximada com as demais mídias, neste caso tornando possível mexer com a curiosidade e conseqüentemente o interesse pelos anúncios.

Sugere-se um esforço de adequação desta linguagem da comunicação instantânea às novas formas de abordagem publicitária. Neste caso, a linguagem da persuasão publicitária deverá ser desafiada pela brevidade da mensagem, a fim de gerar interesse e confiança nos possíveis consumidores.

BIBLIOGRAFIA

JÄGER, Wieland & **BALTES-SCHMITT**, Marion-Jürgen Habermas – Einführung in die Theorie der Gesellschaft. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003 (tradução livre - feita pela Profa. Marilene Garcia)

LEMOS, A. L. M. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, Funções pós-massivas e territórios informacionais. Matrizes, v. 1, p. 121-138, 2007.

“The ICT Development Index” – Relatório anual emitido pela União Internacional de Telecomunicações (ITU),

<http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/index.html>.

SORIANO, Raul Rojas, Manual de pesquisa Social. Editora Vozes, 2004.

BITTENCOURT, A. T. Comunicação Móvel–Campanhas publicitárias em 2008, <http://www.cencib.org/simposioabciber/>

INFÂNCIA OSCILANTE: ASSISTINDO TEVÊ COM OS OLHOS DE CRIANÇA

Richelme da Silva Costa

Profª. Drª. Mônica do Amaral Britto Arouca (orientadora)

INTRODUÇÃO

“Demorou muito tempo até que se desse conta de que as crianças não são homens ou mulheres em dimensões reduzidas. As crianças criam para si, brincando, o pequeno mundo próprio” (Walter Benjamin, Livro A Criança, o brinquedo e a educação, 1984).

Desde a década de 1950, com a transmissão do primeiro programa infantil, O circo do Arrelia, produzido pela TV Paulista, diretores, produtores, educadores e pais buscam uma fórmula de como produzir para crianças. O Brasil, segundo o censo do IBGE de 1997, possui 49 milhões de crianças de 0 a 14 anos de idade, e essa parcela considerável da população terá em alguns anos que assumir funções dentro da sociedade, e hoje a maneira mais fácil e eficaz de se chegar a um maior número de cidades brasileiras em menor tempo é através da televisão.

Esta pesquisa vem com o propósito de questionar os produtores como são produzidos os programas da televisão voltados para o público infantil. O curto período de veiculação de alguns programas nos levam a crer que muitas das vezes o formato, a abordagem ou até mesmo o intuito do programa não se encaixam no contexto dos telespectadores, que por sua vez não correspondem dando audiência à produção.

Atualmente a televisão brasileira tem recebido em suas produções formatos semelhantes aos veiculados vinte anos atrás, temos a própria apresentadora Xuxa, que ainda na rede Globo, busca ressuscitar o formato por ela lançado na década de 1980. As produções mais recentes estão buscando um diferencial não apenas nos formatos, mas também em seus apresentadores.

É o caso da emissora SBT, que colocou no comando do programa Sábado Animado, a apresentadora mirim de apenas seis anos de idade, Maísa. A interatividade com o público também está presente no programa, onde a apresentadora tenta se aproximar dos seus telespectadores, mas nem sempre consegue isso devido seu alto nível de sinceridade junto aos participantes. A menina Maísa, profere palavras de baixo calão e comentários preconceituosos sobre seus participantes. Seria esta uma nova

forma de fazer televisão para crianças?

A televisão possui um encanto muito grande nas crianças, ela desperta a fantasia e o imaginário, dando à criança autonomia para recriar o mundo em que esta inserida.

A televisão possui um papel de formação na vida das crianças, como já diz Raquel Salgado, em sua obra sobre desenhos animados publicada em 2005: "Há uma dimensão educativa nos desenhos animados, principalmente se considerarmos o aspecto ativo dos valores que podem ser construídos quando a criança interage com eles."

O processo de produção de um programa de televisão é composto por várias etapas, estas são revisadas várias vezes antes de ir ao ar. Nós como pesquisadores de comunicação questionamos aos produtores se essas etapas do processo são construídas de acordo com os filtros que a criança pode vir a usar, ou filtro que os pais das crianças podem usar, ou se o processo não passa de uma construção padrão baseada no que já foi feito em outra época e que foi adaptado com um cenário mais atual?

Essas necessidades presentes na televisão vão muito além de problemas com produção e criação, mas chega à realidade da sociedade atingindo sua base, as crianças, este projeto procurará ouvir os produtores de programas infantis, utilizando entrevistas, pesquisas já realizadas por instituições parceiras com o público infantil, a fim de amenizar e contribuir de maneira expressiva para essa categoria profissional, que lida com receptores que merecem atenção redobrada.

OBJETIVOS

- Analisar o processo de criação de algumas produções infantis na televisão brasileira;
- Compreender os gêneros infantis que agradam aos telespectadores mirins;
- Pesquisar o que pensam os produtores de programas infantis ao fazerem televisão para crianças.

MATERIAIS E MÉTODOS

1.1 Material

A pesquisa foi desenvolvida a partir de fundamentação e revisão teórica sobre o tema. Basicamente recortou-se um viés de pesquisa a partir do campo da comunicação televisiva e o conceito de qualidade em televisão, educação e imaginário infantil.

2. Etapas da pesquisa

O primeiro momento foi específico para reforçar as bases teóricas e a revisão bibliográfica, o que aconteceu entre os meses de setembro de 2008 e janeiro de 2009.

No segundo momento realizou-se a estruturação do projeto e sua linha para análise metodológica, tendo seu ápice de produção nos meses de fevereiro e março de 2009.

O terceiro momento trata do corpus da pesquisa, ou seja, de coleta das entrevistas com os pesquisadores e produtores de programas infantis. Tal procedimento deu-se entre os meses de abril a junho de 2009.

O mês de julho será propício para organização, conclusões e finalização do projeto, tendo ainda uma margem de tempo de trinta dias, para preparação para apresentação da pesquisa, que ocorrerá em setembro de 2009.

METODOLOGIA

A metodologia seguida para desenvolvimento do discurso analítico presente nas entrevistas com os produtores de televisão estão presentes nos textos:

- Análise do Discurso em jornalismo. Benetti, Márcia;
- Análise de conteúdo em imagem, som e texto, Herscovitz, Heloiza Golbspan.

O foco da pesquisa é o voltado ao trabalho dos produtores, porém não foram desconsiderados os dados empíricos voltados para as crianças.

RESULTADOS

Espera-se que os resultados obtidos neste projeto venham acrescentar e atualizar os estudos já existentes, contribuindo assim com os profissionais de televisão que dedicam sua produção ao público infanto-juvenil.

BIBLIOGRAFIA

DUARTE, Rosália. A televisão pelo olhar das crianças. São Paulo: Cortez Editora, 2008.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. Os programas infantis da TV – teoria e prática para entender a televisão feita para as crianças. São Paulo: Autêntica, 2007.

MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. São Paulo: Senac, 2000.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. Gêneros e Formatos da televisão brasileira. São Paulo: Sammus, 2004.

ROCCO, Maria Thereza Fraga. Linguagem autoritária. Brasiliense, 1989.

PIAGET, Jean. A linguagem e o pensamento da criança. Fundo de Cultura, 1999.

BETTELHEIN, Bruno. A psicanálise dos contos de fadas. Editora Paz e Terra, 1986.

AS AÇÕES DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL E MERCADOLÓGICA

Adriana Sesma de Campos

Prof. Dr. Múcio Whitaker (orientador)

INTRODUÇÃO

Em princípios do Século XIX (1801/1809), o terceiro presidente estadunidense Thomas Jefferson (1743-1826), ao dirigir uma mensagem ao congresso americano, destacou a exigência de relações mais profícuas entre o governo e povo. Com esse estado de espírito, Thomas Jefferson empregou o uso do termo “Relações Públicas (RP)” como uma maneira de aprimorar as relações, respaldando-as de confiança e credibilidade.

A partir daquele momento, os diferentes segmentos da sociedade estadunidense – governo e iniciativa privada produtiva, entre outros -, utilizaram dos diferentes recursos midiáticos para que todas as ações comunicacionais pudessem retratar um estado de espírito que mantivesse as relações do estado com a sociedade, em alta conta. Essa postura acabou ultrapassando os limites daquele país e acabou proporcionando uma nova atividade que resultou na formação de uma carreira específica da comunicação, hoje reconhecida por Relações Públicas ou simplesmente, RP.

Muito se tem discutido sobre o pioneirismo do profissional de RP e, para alguns autores, Ivy L. Lee tem sido considerado o seu patrono, porém outros autores, por conta dos registros deixados e comprovados, atribuem a Edward Bernays o patronato desta brilhante carreira.

Como se não bastassem as dificuldades de reconhecer e atribuir a láurea ao verdadeiro patrono, as atividades de RP no território brasileiro surgiram na década de 1910-1920, por influência das empresas estrangeiras, de modo especial a The São Paulo Tramway, Light and Power Company. As atividades de relações públicas foram iniciadas por conta da instalação do primeiro departamento de relações Públicas, implantada por aquela empresa.

Durantes muitos anos muitas pessoas, que traduziam os anseios dos poderes públicos e privados, eram denominadas Relações Públicas. E foi apenas no período de 1950-1960, que surgiram as primeiras ações profissionalizantes no plano acadêmico.

A partir deste momento, começaram a surgir equívocos conceituais que levaram, de maneira inexorável, à dispersão do reconhecimento da profissão de Relações Públicas que, muitas vezes, foram – e continuam sendo, até os tempos atuais - confundidas com aquelas atividades desenvolvidas pelos profissionais da propaganda.

Para melhor caracterizarmos este lamentável equívoco, resgatamos sua origem através das palavras do Prof. Dr. Marcos Cortez Campomar que, ao prefaciar a obra de Edmond Jerome McCarthy intitulada *Marketing Essencial* (1997, p. 9), indica o princípio da inadequada conceituação sobre os termos e as atividades da propaganda e da publicidade.

*Marketing essencial é tradução da 6a. edição do livro *Essentials of Marketing*, texto básico para os programas de MBA nos Estados Unidos e para os cursos de graduação com ênfase em Administração, além de ser recomendado por professores das melhores universidades do mundo. É importante salientar que nesta tradução o tópico Promoção permite que sejam dirimidas dúvidas comuns em outros livros e em autores brasileiros sobre a diferença entre Propaganda e Publicidade. No Brasil, a confusão entre essas duas palavras surgiu porque as pessoas que trabalham em propaganda são chamadas de publicitários. Por isso, muitos pensam que elas fazem publicidade, este, um trabalho muito mais de Relações Públicas. A tradução desse livro de McCarthy deixa muito claro que propaganda corresponde à palavra inglesa advertising e que publicidade corresponde à publicity. Livros estrangeiros de nível suspeito e traduções malfeitas têm deturpado conceitos fundamentais de Marketing e trazido prejuízos aos estudantes brasileiros.*

Assim sendo, neste trabalho de investigação científica, poderemos verificar como os profissionais de RP têm sido relegados ao plano menos importante que sempre ocuparam nas diferentes organizações. A publicidade é uma ação de competência do profissional graduado em Relações Públicas.

JUSTIFICATIVA

Este trabalho de pesquisa investigou a origem da carreira dos profissionais de Relações Públicas, a sua evolução e a sua exploração indireta pelas agências de propaganda que, para atender às demandas de seus clientes, exploram os conceitos fundamentais da publicidade como artifício para “vender produtos”. A credibilidade da imagem institucional é colocada em xeque por conta das chamadas propagandas enganosas divulgadas sobre a égide do “Informe Publicitário”.

OBJETIVOS

Investigar, no referencial teórico disponível na literatura mundial, os equívocos conceituais que tanto

desfavorecem a carreira do profissional de relações públicas. Amparar uma livre defesa da carreira do RP e divulgar as dicotomias fundamentais entre as atividades e profissões afetas à publicidade e à propaganda. Contribuir, no plano acadêmico e no ambiente do mercado de trabalho que, tanto os docentes, profissionais da comunicação, empresários e governantes possam conhecer sobre a importância e a responsabilidade do profissional de RP, para suas instituições.

METODOLOGIA

Este trabalho foi desenvolvido a partir de uma pesquisa exploratória, referencial e descritiva, utilizando-se o material teórico sobre a legislação pertinente à carreira do Relações Públicas, a comunicação organizacional ou institucional, o marketing, as relações com os diferentes públicos, o comportamento de consumo e as grades curriculares oferecidas nos cursos de bacharelado em comunicação social.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa conseguiu apurar que, nos últimos 100 anos, todos os setores das atividades econômicas e governamentais, obtiveram significativo enriquecimento nas ações comunicacionais por conta das ações executadas por brilhantes comunicadores reconhecidos por Relações Públicas.

Por questões de cunho econômico ou vaidade profissional, as ações de publicidade acabaram sendo desempenhadas pelos profissionais da propaganda que, de maneira imprópria, sempre buscaram alavancar oportunidades de negócios explorando a fundamentação publicitária: credibilidade. O esclarecimento dos equívocos conceituais e da sua execução prática poderá resgatar, mesmo que no longo prazo, as diferentes e indispensáveis atividades dos profissionais publicitários daqueles profissionais da propaganda.

BIBLIOGRAFIA

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBRs 6023, 6024, 6025, 6027, 6028, 6029, 6032, 6033, 6034, 10520, 10719, 12225, 14724 e 15287**. São Paulo: ABNT. Disponível em: <http://extranet.belasartes.br/sophia/>. Acesso em: 12 de set. 2007.

ANDRADE, Cândido T. da S. **Curso de Relações Públicas.: relações com diferentes públicos**. São Paulo: Thomson, 2007.

BENEDICTIS, Fátima Beatriz D. de. **Gramática e persuasão em propagandas institucionais**. Tese de doutorado apresentada na PUC/SP. São Paulo: PUC, 2001.

- CABESTRÉ**, Sônia Aparecida. **Encontro Nacional de Relações Públicas**. Anais. Florianópolis, 2004.
- CESCA**, Cleusa G. Gimenez. **Relações Públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006.
- CLARO**, J. A. C. S. **Leopoldinaum**. Revista de Estudos e Comunicações da Universidade Católica de Santos, Santos. V. 74, p. 127-170. São Paulo: 2001
- CONFERP** – Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas. **Leis, Decretos, Portarias e Instruções Normativas que disciplinam a Profissão de Relações Públicas**. Disponível em: <http://www.conferp.org.br/?cat=9>. Acesso em: 23 de fev. 2009.
- FORTES**, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, função, tecnologia e estratégia**. São Paulo: Summus, 2003.
- FREITAS**, Ricardo Ferreira. **Desafios Contemporâneos da Comunicação: perspectivas de relações públicas**. São Paulo: Summus, 2006.
- IASBECK**, Luiz Carlos. **A Arte dos Slogans: as técnicas de construção das frases de efeito do texto publicitário**. 2a. ed. São Paulo: Annablume: Brasília: Upis, 2002.
- KOTLER**, Philip. **KELLER**, Kevin L. **Administração de Marketing**. 12a. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
-
- KUNSCH**, Margarida M. **Planejamento de Relações Públicas**. São Paulo: Summus, 2003.
- KUNSCH**, Margarida M. **Obtendo resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Thomson-Pioneira, 2006.
- McCARTHY**, E. J. et **PERREAULT**, W. D. **Marketing Essencial**. São Paulo: Atlas, 1997.
- NICKELS**, W. G., **WOOD**, M. B. **Marketing: relacionamentos, qualidade e valor**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- OGDEN**, James. **Comunicação integrada de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- PINHO**, J. B. **Propaganda Institucional**. São Paulo: Summus, 1990.
- SHIMP**, Terence A. **Propaganda e Promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

Videoclipe:

PRODUTO FONOGRAFICO E/OU EXPERIMENTAÇÃO ESTÉTICA?

Bruna Brasetti Rocha

Murilo Martinelli

Prof. Ms. Natalício Batista dos Santos Jr. (Orientador)

INTRODUÇÃO

O videoclipe representou uma injeção de criatividade e experimentação na forma de se fazer TV, levou ao conhecimento do público internacional artistas e bandas, principalmente, do rock e do pop, bem como promoveu a disseminação de estilos, comportamento, modas e identificações entre os jovens.

Produto da TV comercial e do mercado fonográfico, o videoclipe tem raízes no cinema (musicais), mas também remete a uma relação antiga entre som e imagem. Trata-se de um formato televisivo que se caracteriza pela fragmentação, distorções e sobreposições de imagens, pela construção de mensagens não lineares e por fugir de uma relação direta e mimética entre som, palavra e imagem. O videoclipe promoveu bandas nos circuitos internacionais, fez surgir uma gama de diretores e contaminou outros formatos televisivos, inclusive o cinema. Uma das contribuições mais significativas foi novas formas de construção do ritmo e da velocidade das imagens. Michael Jackson e Madona são exemplos de astros que devem boa parte de seu sucesso ao poder criativo de seus clipes. Procurar entender a história artística deles é acompanhar suas transformações visuais pelos videoclipes. Estes oferecem senhas da carreira artística, do comportamento dos públicos e fãs, dos níveis tecnológicos da TV e da expansão da cultura musical pelo mundo.

OBJETIVOS

- a) Apontar e analisar aspectos significativos da linguagem, estética e história do formato videoclipe;
- b) Contextualizar o surgimento do clipe dentro das transformações sociais e culturais a partir do surgimento da televisão;
- c) Mostrar e analisar a relação entre som e imagem dentro dos clipes, principalmente, o rompimento com a ideia de mensagem linear e da tradução mimética entre som, palavra e imagem;
- d) Fazer um levantamento dos principais clipes ao longo dos últimos 30 anos, sua contribuição para o mercado fonográfico, para a cultura jovem e para a TV.

METODOLOGIA

Pesquisa consiste na observação e análise teórico-conceitual sobre a história, a linguagem e a estética do videoclipe. A pesquisa baseia-se em análise de bibliografia sobre TV, audiovisuais, linguagem visual e sonora, além de dados sobre mercado fonográfico e cultura jovem. A monografia parte também do levantamento e sistematização de videoclipe (peças gravadas) e catalogação (tipo, estilo e época) a partir de critérios a ser definidos pela pesquisa teórica.

RESULTADOS

Afirmar a revolução que o videoclipe realizou no audiovisual, na comunicação e na sociedade, assim também descobrir o caminho que trilhou e para onde se destina tal gênero. E o aprofundamento em sua estética antropofágica, deglutidora e mutativa, uns dos fatos que o torna tão interessante como objeto de estudo.

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO**, Theodor. "A Indústria Cultural". In: Comunicação e Indústria Cultural. Gabriel Cohn (org.). São Paulo. Ed. T.A. Queiroz, 1993.
- BAUMAN**, Zigmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro. Ed. Jorge Zahar, 2000
- BRYAN**, Guilherme. "Videoclipe Brasileiro - História, características e internacionalização". Dissertação de Mestrado. ECA/USP, São Paulo, 2003.
- CONNOR**, Steven. Cultura Pós-Moderna. São Paulo. Edições Loyola, 2000.
- DAPIÉVE**, Arthur. BRock. São Paulo. Ed.34, 2000
- MACHADO**, Arlindo. A Arte do Vídeo. São Paulo. Ed. Brasiliense, 1995.
- A TV Levada a sério. São Paulo. Ed. SENAC, 1998.
- Made in Brasil: a trajetória do vídeo no Brasil. São Paulo. Ed. Iluminuras, 2007.

SITES DE RELACIONAMENTO: INTERNET E A NOVA SOCIABILIDADE CONTEMPORÂNEA

Bruno Magalhães Bonfim

Prof. Ms. Natalício Batista dos Santos Jr. (Orientador)

INTRODUÇÃO

Atualmente, havendo um computador com os periféricos (acessórios) adequados, acesso a internet e uma pessoa com o mínimo de instrução de utilização da internet é possível conversar, ouvir e até mesmo ver alguém que esteja no Japão, França, Canadá, Polo Norte ou em qualquer outro canto do mundo. Ainda traz os benefícios, como por exemplo, o imediatismo, ou seja, se a outra pessoa estiver conectada no mesmo momento nada mais impede a comunicação e o custo praticamente zero. A comunicação virtual chegou para ficar, chegou para somar, quiçá multiplicar os caminhos da informação, não apenas oral e escrita, mais do que nunca, uma comunicação virtual.

Consegue-se pensar hoje em tecnologia sem citar as palavras computador ou internet? Não. Imagine que ao invés de usarem telefones de ramal as empresas se apropriaram de programas de mensagens instantâneas para baratear as despesas, na maioria são empresas na área de comunicação, mas já é um começo, uma mudança muito significativa. A maneira de se relacionar tanto pessoalmente quanto corporativamente está em transição. E este trabalho nos ajudará a entender melhor estas novas maneiras, direcionadas a sites de relacionamento e blogs.

Sites de relacionamento tem por natureza localizar e agrupar diferentes pessoas com interesses em comum. Faz com que um universitário, um advogado, uma adolescente e uma dona de casa se relacionem. Imagine que estes indivíduos gostem de tocar piano e procurarem sobre este assunto na web (World Wide Web, rede de alcance mundial) é bem capaz que eles se encontrem em determinada comunidade. A probabilidade é pequena por se tratar de uma escala mundial, porém quanto mais específica a pesquisa, maior é a chance de estas relações acontecerem. Um grande leque de opções caracteriza as redes sociais, pesquisar informações sobre determinados temas, encontrar e fazer amigos, virtuais ou não, procurar emprego, procurar empregados, etc.

OBJETIVOS

Apontar as mudanças na sociabilidade contemporânea com a expansão das mídias virtuais, em específico, os sites de relacionamento e blogs, as chamadas redes sociais. Informar as características deste novo meio de comunicação e as maneiras de interatividade entre os indivíduos, o espaço e o tempo.

METODOLOGIA

A monografia está baseada em análise teórico-conceitual de bibliografia relacionada à área de fundamentos e paradigmas da comunicação digital, bem como sobre as transformações da sociabilidade contemporânea. A pesquisa parte de uma atualização bibliográfica sobre o assunto e, em seguida, faz-se uma análise de caso sobre site e comunidade virtual orkut a fim de traçar um perfil do modelo de comunicação utilizado por esta mídia. Para analisá-la serão utilizados parâmetros como grau e volume de acessos, formas de interatividade e perfis de usuários.

RESULTADOS

Existe um diálogo entre avanço tecnológico (informática e internet) e as alterações de comportamento e convivência na sociedade. Antes de qualquer avaliação pessimista sobre as vantagens da tecnologia das redes sociais, é preciso o mapeamento dos recursos e reais usos dela a fim de apontar as particularidades e até as próprias contradições de uma época em que o acesso a muita informação, muitas vezes, não coincide com uma comunicação democrática e transparente. Tudo depende da forma de se utilizar a tecnologia para agregar informação, interagir socialmente, quebrar fronteiras de espaço, tempo e cultura.

BIBLIOGRAFIA

SLADE, Francisco. Blogs e a validação do discurso do autor. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro. 2007.

MAFFESOLI, M.. O tempo das tribos. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1997.

TABOADA, Mariana. Comunidades Virtuais e Metáforas do ciberespaço. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro. 2005.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da Inteligência. São Paulo: Editora 34, 7ª Impressão, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2001.

COSTA, Rogério da. A Cultura Digital. São Paulo: Publifolha, Folha Explica, 2002.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

A CENSURA NA TELEVISÃO BRASILEIRA

Camila Roberta da Silva Miranda

Marília Faria Martins

Prof. Ms. Natalício Batista dos Santos Jr. (Orientador)

INTRODUÇÃO

Censura e TV não diz respeito apenas aos anos da ditadura militar. Tem reflexos no modelo da programação brasileira, na forma de recepção do público, na formação cultural e comportamental dos telespectadores nos últimos 30 anos. Além disso, o fim do regime militar e a Anistia não significaram por completo o fim dos mecanismos da censura. A censura econômica, desde a dos anunciantes até a da segmentação da TV, dos programas e espectadores se fortaleceram à medida que se consolidou o modelo comercial de televisão. É preciso atenção às novas formas de censura, pois são invisíveis ao grande público, visto a TV comercial se denominar liberal e porta-voz da liberdade de expressão.

OBJETIVOS

- a) Fazer um panorama dos antecedentes, das razões e consequências do Regime Militar na sociedade brasileira dentro de uma perspectiva histórica, política e sociocultural;
- b) Apontar os objetivos, as formas e os usos da censura como instrumento de controle à liberdade de expressão e punição aos profissionais, artistas e veículos de televisão;
- c) Analisar as formas usadas para o controle da informação e da programação da TV brasileira;
- d) Estudar as alternativas e as consequências (diretas e indiretas) dos mecanismos de censura na programação da TV;
- e) Analisar as ambiguidades na relação TV e regime militar, uma vez que o veículo participou do projeto de integração nacional defendido pelos militares brasileiros;
- f) Apontar outras formas de censura na TV contemporânea;

METODOLOGIA

Pesquisa consiste na análise teórico-conceitual sobre a relação entre censura, regime militar e TV brasileira. A pesquisa baseia-se em análise de bibliografia sobre TV brasileira, história do regime militar, controle ideológico e da informação. A monografia parte de uma revisão histórica e política do

tema com o levantamento de fatos e dos mecanismos de censura impostas às televisões brasileiras. A pesquisa também se baseia em entrevistas com profissionais e artistas da época a fim de sistematizar impressões, casos e memórias.

RESULTADOS

Até o momento da pesquisa, o material e a bibliografia estudados confirmam a hipótese da importância dos estudos sobre a censura para a compreensão mais efetiva das características e desafios da TV brasileira nos anos de retomada democrática. Os efeitos da censura militar fortaleceu um modelo de programação generalista, com produção centralizada no eixo Rio—São Paulo, comercial e com pouca representatividade popular.

BIBLIOGRAFIA

CHIAVENTO, Julio José. O Golpe de 64 e a Ditadura Militar. São Paulo. Editora Moderna, 2000.

CASTILHO, Maria Cristina. Comunicação e Censura. São Paulo. Ed. Terceira Imagem, 2000.

COSTA, Maria Cristina. Censura e cena: teatro e censura no Brasil. São Paulo. Ed. IMESP.

LIMA, Fernando Barbosa et alli. Televisão & Vídeo. Editora J.Z.E, 1990.

REIS, Daniel. Ditadura Militar: esquerdas e sociedade. Rio de Janeiro. Ed. Jorge Zahar, 1998.

SIMÕES, Inimá. Roteiro da Intolerância: a censura cinematográfica no Brasil. Editora Terceiro Nome, 1998.

VENTURA, Zuenir. 1968: O ano que não Terminou. Aventura de uma geração. Editora Nova Fronteira 14ª Edição, 1995.

A EXPANSÃO DA INTERNET PARA AS CAMADAS MAIS POPULARES DA POPULAÇÃO BRASILEIRA E AS NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO DECORRENTES DESTE PROCESSO

Renato Lacerda de Almeida

Prof^a. Ms. Raquel Corrêa (Orientadora)

INTRODUÇÃO

O presente projeto estudou a participação das classes economicamente menos privilegiadas da população brasileira (C1, C2) no universo da internet e de que forma a comunicação entre esta mídia e este público é estabelecida.

Até há pouco tempo as classes economicamente menos privilegiadas da população não tinham qualquer acesso a todos os recursos tecnológicos oferecidos pela Internet. Hoje o que presenciamos, é outro cenário em uma velocidade acelerada, onde vemos o grande crescimento e participação deste público neste meio. As classes C1 e C2 vêm ganhando força e aquecendo a economia. A Internet, acessada pela classe A nos seus primórdios, abrange hoje outros segmentos devido a diversos fatores como: o avanço tecnológico, a disponibilidade de tecnologia mais barata e acessível, condições favoráveis de pagamento para obtenção de PCs, notebooks, entre outros.

A grande tendência é a de que em pouco tempo as classes C1 e C2 mudem o cenário tecnológico no Brasil tornando-se a maior porcentagem ativa na internet, superando as classes A e B. Já percebemos isso, sendo elas as classes que mais crescem em participação na internet, devido a vários fatores, tais como a isenção fiscal, crédito e aumento da renda, faz com que estas classes que representam 42,5%(fonte ABEP/IBOPE) da população brasileira, ou seja, a grande maioria do povo brasileiro, a ter condições e entrem massivamente na era tecnológica, alterando por completo o cenário que tínhamos da internet no Brasil.

Segundo a revista "Meio digital", a estimativa é de 100 milhões de PCs até 2012, um crescimento esperado de 20% a 30%.

Em 2008, a estimativa foi de 13 milhões de computadores vendidos.

Levando o Brasil ao quarto lugar do mundo, superando a Inglaterra.

Outro dado, segundo a revista Meio Digital que nos dá dimensão desse crescimento em massa, é analisar o setor de mídia na internet, que cresceu 45,8% em propaganda no Brasil em 2007, muito devido a esse aumento de internautas e disseminação de classes sociais, ou seja, a mídia na internet tem muito mais espaço e ainda terá mais.

OBJETIVOS

O objetivo é analisar a inserção das classes C1 e C2 da população brasileira na Internet. Identificar o porquê essa classe participava tão discretamente do meio digital e o porquê hoje em dia percebemos uma mudança gradual do cenário da internet no Brasil. Onde as classes C1 e C2 caminham para se tornarem as mais ativas da internet brasileira. A partir dessa mudança, buscar dados sobre inclusão/exclusão digital, verificar as mudanças ocorridas nas formas de comunicação dos portais, sites, outros canais desta mídia.

E quais os motivos que levaram a essa mudança, quais os principais fatores e qual a tendência.

METODOLOGIA

A partir do tema levantou-se como problema: como a Internet está sendo utilizada pelas camadas mais populares da população brasileira? Quais os serviços mais utilizados na rede? Quais benefícios a internet está trazendo à vida das pessoas decorrente da sua utilização? Qual o tempo de exposição a esta mídia? Como a comunicação se estabelece? Como os portais, sites, provedores de conteúdos estão trabalhando a comunicação para este público? Como esta comunicação é recebida por esta parcela da população? Qual o crescimento da população na rede? O que esperar para os próximos anos?

Pretende-se pesquisar o tema através de um estudo exploratório, descritivo e quantitativo, utilizando-se como métodos o indutivo, o estatístico e o comparativo. As técnicas serão: a bibliográfica, para fundamentar o trabalho com teorias já consagradas, e a análise de pesquisa e estudos realizados por institutos e revistas especializadas no tema, assim como entrevistas e levantamento de dados fornecidos por portais brasileiros de renome.

RESULTADOS

O grande aumento nas vendas de computadores nos últimos anos ampliou o acesso à internet entre os jovens da classe C. Uma pesquisa do portal Terra mostrou que 49,4% dos jovens dessa classe, em três capitais do País, possuem acesso à rede mundial em casa. “A gente teve no ano passado uma quebra de paradigma, por causa da emergência da classe C”, disse Paulo Castro, diretor-geral do Terra. “A classe C é a fatia que mais vai crescer na internet.” No ano passado, 37% dos internautas eram da classe C, 50% da classe A/B e 13% da D/E. Este ano, a expectativa é que a classe C chegue a 40%.

Depois de viver um ciclo de crescimento sem precedentes no mercado de computadores, o Brasil

fechou 2008 com mais de 43 milhões de pessoas com acesso à internet, segundo dados do instituto de pesquisa Ibope/NetRatings. No fim de 2003, esse contingente era de 22 milhões de pessoas.

Neste ano, mesmo se considerado o cenário econômico mais pessimista, a expectativa é de que a rede mundial quebre a fronteira dos 50 milhões de usuários no país. “Os últimos dois anos foram períodos muito fortes, uma fase que não irá se repetir em 2009, mas certamente o país vai manter um bom ritmo de acesso”, diz Fernando Meirelles, professor e coordenador do centro de pesquisa de tecnologia da Fundação Getulio Vargas, de São Paulo (FGV-SP).

No mês de março, os internautas brasileiros domiciliares passaram, em média, 26 horas e 15 minutos online, segundo o IBOPE Nielsen Online. É o maior índice mundial e uma marca inédita no Brasil.

O número representa um crescimento de 18% do tempo de navegação em relação a fevereiro. Ou 10% se comparado ao mesmo mês do ano passado.

Nos trinta e um dias do terceiro mês de 2009, os usuários ativos chegaram a 25,54 milhões no Brasil. A média de páginas visitadas por cada internauta, por sua vez, chegou a 1972 – também ocupando o topo no quesito, com uma página de diferença em relação à Alemanha, a segunda colocada.

A pesquisa examinou dez países, dentre eles grandes potências quando o assunto é o número de contingente na web, como Estados Unidos e Reino Unido. A China, porém, não fez parte das medições e está fora de comparação.

O principal fator para este crescimento no tempo de navegação do brasileiro, segundo os analistas do IBOPE Nielsen Online, está relacionado com a substituição massiva da linha discada pela banda larga, que representa 77,2% do acesso dos jovens da classe C a internet.

Uma surpresa no estudo até o presente momento foi verificar não existir diferenças significativas entre a classe C e A/B no uso da internet, o consumo é muito semelhante, porém os conteúdos de educação e de entretenimento são mais valorizados pelos jovens de classe C, porque eles têm menos acesso às alternativas fora da internet, enquanto a classe A/B pode assistir séries na TV por assinatura, que a classe C não possui.

BIBLIOGRAFIA

CRUZ, Renato. Presença da classe C avança na internet: Jornal O Estado de São Paulo, 2008.

ALVES, Luiz. Vencendo na economia digital: novas tecnologias e novos modelos de negócios. São Paulo: Futura, 2002.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: A era da Informação: economia, sociedade e cultura; v.1, São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CÉBRIAN, Juan Luis. A rede: como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação.

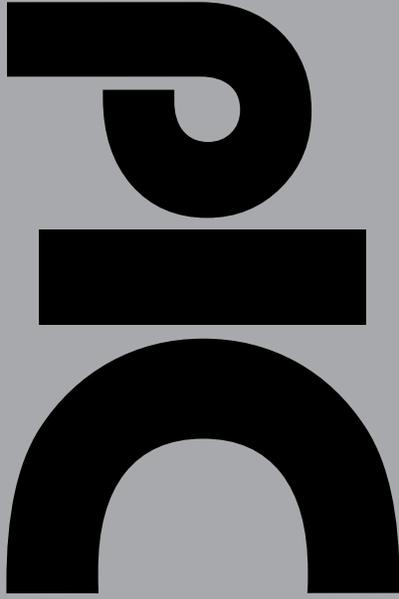
São Paulo: Summus, 1999.

KARSAKIAN, Eliane. Cybermarketing. São Paulo: Atlas, 2001.

SCHAFF, Adam. A sociedade informática: as conseqüências sociais da Segunda revolução industrial.

São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista: Brasiliense, 1995.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo, 1999



VIII Congresso de
Iniciação Científica

Design Industrial



TOK E STOK 30 ANOS: DESIGN, CULTURA MATERIAL E SOCIEDADE

Aline Canola Silva

Michelle Silva Souza

Rafael Toledo Rodrigues de Fátima

Prof. Dr. Carlos Tadeu Siepierski (Orientador)

INTRODUÇÃO

O design, modernista por concepção, surgiu em um período de intensas transformações advindas da Revolução Industrial. A vida das pessoas havia mudado radicalmente, assim como seu estilo de morar. Com a urbanização – e sua consequente verticalização das moradias – o design tinha foco em viabilizar a produção em série e ser funcional, pois os indivíduos necessitavam de artefatos práticos, que respondessem às demandas desse novo estilo de vida.

O desenvolvimento tecnológico nas duas Grandes Guerras alavancou a produção em série – através do desenvolvimento de novos materiais, processos e a utilização de elementos intercambiáveis em diversos produtos – tornando, assim, os artefatos acessíveis às populações dos países ricos.

Porém, diversos acontecimentos – como, por exemplo, a revolução de 1968 e o festival Woodstock – retratam que a percepção e o comportamento dos indivíduos estavam mudando. A qualidade de vida não era mais somente ter suas necessidades básicas solucionadas, as pessoas queriam ir além e para isso buscavam novas experiências de liberdade, não mais estanques em um único local, mas explorando o mundo ao seu redor. Por todos esses motivos o anseio dos jovens era viver experiências intensas que refletiam o dinamismo e o individualismo dessa nova geração, através de conceitos como o self-service e o do-it-yourself.

A cultura material é uma teoria que nos permite entender através do estudo dos artefatos as sociedades que os desenvolveram. Como todas essas mudanças em processos econômicos, identitários e sociais são percebidas na cultura material de um povo? Qual é o diálogo que a cultura material brasileira tem com todas essas transformações?

OBJETIVOS

A principal questão deste trabalho é tentar compreender as intensas transformações pelas quais a sociedade de consumo passou da metade do século XX em diante e relacioná-las com o campo do design. Optamos por uma abordagem empírica, um estudo de caso no qual pudéssemos confrontar

a teoria com a prática de alguma empresa que lida com artefatos, já que o nosso referencial teórico consiste na análise da cultura material.

Assim chegamos à TOK&STOK, uma grande empresa brasileira no ramo varejista de móveis, que completa 30 anos de existência em 2008. Essa parceria foi a oportunidade ideal para entendermos a relação entre as transformações socioculturais do nosso país e o planejamento em design de uma empresa precursora no conceito de móveis compactos e prontos para entrega.

Os nossos objetivos, em ordem de complexidade, são: a-) analisar a relação dialética entre design, cultura, economia e sociedade a fim de compreender as inter-relações entre esses processos; b-) entender as transformações que a TOK&STOK sofreu nesses trinta anos e relacioná-las às transformações socioculturais que o Brasil teve buscando estabelecer relações entre ambas.

METODOLOGIA

Formamos um grupo interdisciplinar, composto por uma aluna de Design de Interiores e dois alunos de Design de Produto, para que os pontos de vista diferentes pudessem agregar às reflexões que esta pesquisa se propõe.

Com a formação do grupo, demos início à etapa de coleta e análise de dados, que aconteceu no Depósito Central da TOK&STOK, que fica em Tamboré, São Paulo. O Grupo se dividiu em três eixos de pesquisa (História/Gestão, Catálogos/Ambiência e Design/Tendências), para dinamizar essas etapas iniciais.

Após a coleta e análise dos dados começamos, simultaneamente, as duas últimas etapas do projeto: as entrevistas - com pessoas que fizeram parte da história da empresa e pesquisadores da área de história e design, para compreendermos as relações entre a TOK&STOK e seu contexto - e a elaboração do relatório final.

CONCLUSÕES

Os processos mediadores da identidade se deslocam do eixo da produção para o eixo do consumo. O consumo transforma-se em um importante mediador das identidades sociais e o indivíduo é o protagonista desse novo tempo. A liberdade, a mobilidade, o dinamismo e a experimentação são os mantras da sociedade pós-industrial. A emancipação torna-se um desejo: jovens morando sozinhos, mulheres assumindo um novo papel social. A moda, com sua efemeridade, permite através de suas cores, estampas, texturas e camadas, que as pessoas se reinventem a cada estação. Uma época na qual o discurso e as ideias são valorizados e representados através da imagem.

A TOK&STOK apropria-se de todas essas transformações para manifestá-las não só no design de seus produtos, que têm formas simples e montagem fácil, mas também na ambientação das suas lojas, no setor de auto-serviço (que funciona como um self-service do móvel) e em toda sua complexa gestão de fornecedores e tendências (a empresa não produz nada, mas escolhe cuidadosamente fornecedores e produtos para se encaixarem em suas 12 tendências atualizadas periodicamente).

O móvel com design neutro funciona como suporte para que as pessoas o complementem, através de acessórios e outros elementos. Nada na TOK&STOK está pronto e é dado de antemão, assim como acontece nessa nova sociedade. Tudo está em permanente construção e mudança. Algumas pessoas afirmam que a TOK&STOK democratizou o design no Brasil. Mas o que é democratizar? Talvez, possamos afirmar que a empresa trouxe para o país novos ventos de mudanças que aconteceram outrora no Velho Continente, inserindo-nos em um processo globalizado, mas valorizando a nossa identidade – como podemos comprovar no grande destaque que a rede de lojas deu ao artesanato brasileiro, desde seu início.

Dessa maneira, podemos apreender que a empresa contribuiu para estimular uma maneira de projetar mais “glocal” e, portanto, compassada com as questões propostas pela Contemporaneidade.

INTERATIVIDADE: ILUSTRAÇÃO INFANTIL E SEUS PROCESSOS DE CRIAÇÃO

Gabriela Batista Borsoi

Thiago Lopes Mateus

Profª. Ms. Christiane Wagner (Orientadora)

INTRODUÇÃO

Ilustração, [...] 1. Ato ou efeito de ilustrar(-se). 2. Conjunto de conhecimentos; saber. 3. Imagem ou figura que orna ou elucida um texto escrito. [...].

Nos primórdios da espécie humana, os primeiros indícios de comunicação, expressão e interação entre as pessoas foram através de imagens, como nas pinturas rupestres, ou seja, linguagem visual é antecessora da linguagem verbal, com a evolução da comunicação, os sons produzidos pelo homem passam a ganhar significados, e destes sons, são criadas representações gráficas que chamamos de letras, que juntas formam palavras, signos que representam algo, ou seja, os textos que lemos hoje também são desenhos.

Nas publicações infantis, sejam elas gráficas ou digitais, há um predomínio de imagens muito maior que de textos, pois as palavras facilmente compreendidas por nós ainda não foram assimiladas em total ou parcialmente pelas crianças, pois trata-se de um sistema de signos, criado pelo homem que precisam ser ensinados para as crianças. Já a linguagem visual, são representações das coisas que estão ao nosso redor, portanto é de fácil associação para as crianças, pois a imagem contém um repertório já associado por elas, conforme Dra. Flávia Brocchetto Ramos e Ms. Neiva Senaide Petry Panozzo, no artigo “Entre a ilustração e a palavra: buscando pontos de ancoragem”:

“A ilustração na literatura para a infância aparece, portanto, como uma linguagem de acesso mais imediato, auxiliando o leitor mirim a interagir com a palavra. As duas linguagens compartilham o mesmo suporte, e na ilustração, geralmente, predomina o figurativo, referindo modelos da natureza ou figuras fantásticas oriundas do imaginário. A natureza figurativa é de reconhecimento rápido e permite ao leitor estabelecer conexões com o mundo e elaborar redes interpretativas.”

Na contemporaneidade, qual o papel da ilustração? Em meio a tantos avanços tecnológicos a ilustração vem sempre se adaptando e agregando todos os novos recursos a seu favor. A riqueza da

ilustração nos dias de hoje ultrapassa o ato da simples comunicação e cria um ambiente recíproco de ações entre observador e observado.

Claramente a ilustração não tem apenas o papel de acompanhamento ou ornamento de um texto, é também uma linguagem própria carregada de significados que possibilita uma interatividade com a criança, um ser com repertório em desenvolvimento.

OBJETIVOS

Investigar a interação entre criança e ilustração;

Ampliação do conhecimento disponível sobre o papel da ilustração na formação da criança;

Ampliação do conhecimento disponível sobre o papel do designer como agente cultural;

Estabelecimento do campo de investigação empírica que gere reflexão sobre a produção cultural no contexto atual de globalização e novas tecnologias.

METODOLOGIA

Através da análise das publicações infantis de artistas contemporâneos como Odilon Moraes, Fernando Vilela, Bruno Munari, Stephen Michael King, Jutta Bauer entre outros, e pesquisa de campo dentro da Livraria Cultura, no espaço destinado para literatura infantil, observar as escolhas das crianças e a relação que elas constroem com a linguagem visual dos livros, baseando-se na pesquisa bibliográfica de livros, revistas, internet, artigos e documentários.

RESULTADOS

Através da investigação da interação entre criança e livro, desmistificar a ideia de que o fator decisivo de aceitação da criança pelo livro é dado apenas pelo alto contraste de cores e seus matizes vibrantes.

Verificar que o significado empírico das ilustrações é tão importante quanto as formas, cores, os ritmos, contrastes, pois traz à tona o pequeno repertório da criança, estimulando sua imaginação e interpretações.

O tratamento estético dado pelo designer nas publicações infantis é fator decisivo no estímulo a leitura, pois incentiva as crianças a gostarem de livros, histórias e artes, aguçando a sensibilidade e imaginação.

Atualmente a criança está imersa na cultura do virtual, e apesar desse fator interferir muito no seu modo de perceber o mundo, ela se encanta e interage com a ilustração em todos os seus suportes, digitais ou não.

BIBLIOGRAFIA

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulação. Portugal: Relógio D'água, 1991.

ECO, Umberto. As Formas do Conteúdo. Editora Perspectiva. São Paulo. 1974.

FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação, Editora Edgard Blücher, 1982.

JOLY, Martine. Introdução à análise da Imagem. São Paulo: Papyrus Editora, 1996.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1998.

SANTELLA, Lucia, NÖRTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. Editora Iluminuras, São Paulo, 1998.

SANTELLA, Lucia. O que é semiótica, Editora Brasiliense. São Paulo, 1983.

A DIVERSIDADE CULTURAL BRASILEIRA NA PÓS-MODERNIDADE E O DESIGN: A ETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA

Marcelo de Barros C. Fagundes

Profª. Ms. Claudia Alquezar Facca (Orientadora)

INTRODUÇÃO

Os estudos semióticos tem ênfase na produção de significados, que são partilhados no processo de criação, percepção e interpretação de signos. Os signos podem ser entendidos como os intermediários entre a nossa consciência subjetiva e o mundo dos fenômenos. É por eles que correspondemos de uma forma a algo e que damos um determinado valor (e não outro) a um fenômeno. Esse processo de ação do signo é chamado de semiose e se desenvolve por um processo de transformação: pela ação de codificação da mensagem (como por exemplo relacionar o jipe Wrangler ao código cultural “libertador”, o que ocorreu nas campanhas publicitárias na Alemanha e França no final dos anos 90) e, simultaneamente, por um processo de transação pela ação do sujeito de decodificação que tem o papel de destinatário (por exemplo os franceses e alemães que relacionaram o jipe Wrangler à “liberdade” após observarem alguma das campanhas).

O design e os processos de significação estão e sempre estiveram intimamente ligados. O sucesso da ação de um designer é resultado da materialização de suas ideias em produtos, que pela ação de uso, gerem significação. Essa manifestação semiótica produzida pelo design está amplamente presente na vida da maioria das pessoas no mundo contemporâneo, ocorrendo a cada segundo.

A pesquisa procura entender como se dá esse processo de significação ao se restringir os fenômenos aos projetos de design, e o signo que se deseja comunicar à diversidade cultural brasileira na pós-modernidade, e, dessa forma, foi ordenado em quatro etapas: (1) verificação da importância do entendimento da relação entre design e cultura; (2) entendimento da complexidade da identidade cultural pós-moderna; (3) apresentação de ferramenta que possibilite a interpretação da diversidade cultural identitária para possível aplicação em projetos de design e, (4) a verificação da ferramenta apresentada através de estudo de caso.

OBJETIVOS

Design e cultura possuem uma relação profunda e mútua. O design é ao mesmo tempo objeto e sujeito em uma sociedade, é ao mesmo tempo meio, e fim. Normam e Draper em Ono (2006) dizem

que “os artefatos na sociedade são, ao mesmo tempo, um produto e um reflexo da sua história cultural, política e econômica, ajudando, portanto, a moldar a sociedade e afetando a qualidade de vida das pessoas.” O design “fala” (pelo processo de significação) da cultura e da contemporaneidade ao mesmo tempo que faz parte delas e as realimenta. Esta cultura, por sua vez, faz parte da formação da identidade cultural de um sujeito, e essa identidade cultural tem mostrado mudanças significativas em sua formação na pós-modernidade.

Se antes as identidades eram bem definidas e localizadas no mundo social e cultural onde os indivíduos se encaixavam socialmente, hoje elas deram lugar a uma pluralidade de identidades fluídas que se modificam a todo instante, tornando-se o que Stuart Hall chama de “celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (Hall, 1987 In: Hall, 2006). Ele aponta essas novas identidades como resultado de mudanças estruturais e institucionais (onde os sistemas de significação e representação cultural, como o design, se multiplicam), as quais tornaram o próprio processo de identificação mais provisório, variável e problemático. Esse novo processo de identificação se distancia de uma identidade fixa, essencial e permanente, e assim, o sujeito pós-moderno fica imerso em meio a uma imensa gama de identidades possíveis com as quais ele pode se identificar e experimentar, como um verdadeiro laboratório de novas linguagens identitárias.

Esse novo cenário necessita de novos mecanismos de análise do indivíduo onde os então processos de pesquisa, questionários, entrevistas etc. já não se mostram mais suficientes para se obter uma boa compreensão de qual (quais) identidade(s) se estará lidando no projeto de design. A pesquisa busca, dessa forma, entender o processo de significação de identidades culturais brasileiras e apresentar uma ferramenta que auxilie designers a projetarem de forma mais consequente com a diversidade cultural brasileira.

METODOLOGIA

A investigação partiu da seguinte pergunta: qual a relação e a sua importância entre o design e a cultura brasileira? Como parte do processo de pesquisa científica e através de exercícios, a pergunta se transformou em um problema de pesquisa, o qual através de consultas a publicações sobre o mesmo problema, fez-se o levantamento bibliográfico. A partir da leitura e do fichamento das obras selecionadas chegou-se a algumas respostas para as perguntas feitas anteriormente seguindo a seguinte ordem cronológica: (1) a importância de se relacionar a cultura em um projeto de design; (2) entender como se situa a diversidade cultural brasileira na pós-modernidade e (3) buscar formas de interpretar diversas identidades culturais para uma possível aplicação em projetos de design. A

partir disso, verificou-se através de estudo de caso os resultados obtidos com a forma de interpretar diversas identidades culturais apresentadas. Todo o processo foi baseado na metodologia de pesquisa científica apresentada no livro “A arte da pesquisa” de W. Booth, G. Colomb e J. Williams.

RESULTADOS

Como resultado do processo de pesquisa, pôde-se verificar que existe uma relação importante entre o design e as identidades culturais no Brasil, e mais importante, apontar uma possível forma de interpretar diversas identidades culturais a fim de se produzir em projetos de design, significados consequentes com a diversidade cultural brasileira. A forma apontada é a etnografia, um método vindo da antropologia, onde o antropólogo se desloca para dentro de uma comunidade humana com a intenção de estudar seus costumes. A diferença da etnografia para os outros métodos é que ela tem a intenção de se ver o mundo pelos olhos do usuário. No design, ela ajuda entender as relações que cercam o universo da(s) identidade(s) cultural(is) em questão, do indivíduo com o produto e do indivíduo com os outros indivíduos. Dessa forma, ao se experienciar uma determinada identidade cultural, facilita-se a descoberta de anseios, desejos e signos culturais da mesma, o que compete ao designer a possibilidade de criação de projetos consequentes com a devida identidade cultural.

BIBLIOGRAFIA

BEAUD, Stéphane; **WEBER**, Florence. Guia para a pesquisa de campo : produzir e analisar dados etnográficos. Tradução de Sérgio Joaquim de Almeida. Petrópolis: Vozes, 2007. 235 p., 23 cm. ISBN 978-85-326-3573-0.

BOOTH, Wayne C.; **COLOMB**, Gregory G.; **WILLIAMS**, Joseph M. Arte da pesquisa, A . Tradução de Henrique A. R. Monteiro. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005. 351 p.: il., 22 cm. (Ferramentas). ISBN 85-336-2157-4.

COELHO (org.), Luiz Antonio L.. Conceitos-chave em design. 1. ed. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Novas Idéias, 2008. 280 p., 21cm. ISBN 978-85-60284-08-5.

HALL, Stuart. Identidade cultural na pós-modernidade, A. Tradução de Tomaz Tadeu Silva, Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. 104 p., 18 cm. ISBN 85-7490-402-3.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura : um conceito antropológico. 22. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. 116 p., 13 cm. (Antropologia social). ISBN 85-7110-438-7.

LAUREL (org.), Brenda. Design research : methods and perspectives. 1. ed. Massachusetts: The MIT Press, 2003. 334 p., 23 cm. ISBN-10 0262122634.

O'GRADY, Jennifer Visocky; **O'GRADY**, Ken. Designer's research manual, A : succeed in design by knowing your clients and what they really need. 1. ed. Massachusetts: Rockport Publishers, 2006. 192 p., 25,4 cm. (Design field guides) ISBN 1-59253-257-8.

ONO, Maristela Mitsuko. Design e cultura : sintonia essencial. Curitiba: Edição da autora, 2006. 132 p., 28 cm. ISBN 85-906446-X.

MORAES, Dijon de. Análise do design brasileiro : entre mimese e mestiçagem. Prefácio de Andrea Branzi. São Paulo: Edgard Blücher, 2006. 290 p.: il., 25 cm. ISBN 85-212-0377-2.

VILLAS-BOAS, André. Identidade e cultura. 1. ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2002. 120 p., 20cm. (Série Design) ISBN 85-86695-22-X.139.

A VALORIZAÇÃO DO HOMEM ATRAVÉS DA ANÁLISE DA LINGUAGEM DO TRANSPORTE PÚBLICO

Maryana Lemos Nogueira Rela

Profª. Ms. Claudia Alquezar Facca (Orientadora)

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é caracterizada por basear-se na comunicação sustentada por uma rede composta de signos. É a época do consumo e da informação, em que as decisões têm de ser tomadas imediatamente, baseadas no sim/não, e é nesse contexto que se insere o habitante de uma metrópole. Toda essa rede é mantida e sustentada pelo homem que, através da fruição, locomoção e interação com o meio urbano, garante o desenvolvimento e o encontro entre diferentes culturas e pensamentos. Esse encontro, esse hibridismo, por sua vez, faz surgir novas ideias e novas formas de expressão, o que dá vida e ar de novidade à cidade. E esse ar de novidade é característico de grandes centros, que são sempre vistos como inovadores e fomentadores de cultura. Em outras palavras, a relação entre homem e metrópole é uma relação de interdependência, e o transporte público, como um dos serviços oferecidos pela cidade, é essencial para garantir essa relação.

Sendo assim, o design gráfico insere-se nesse contexto como um difusor e organizador dessas informações, e é através dele que os signos tornam-se legíveis e identificáveis pelo público alvo.

OBJETIVOS

Levando-se em consideração todas essas características e implicações do homem contemporâneo que reside numa metrópole e depende dos transportes públicos, e considerando-se o design como um meio essencial para que essas informações cheguem de forma inteligível ao receptor, torna-se possível uma análise da relação entre homem, metrópole, transporte e design a fim de se compreender a necessidade de um design objetivo e funcional que, mais do que informar, dê condições para que o homem contemporâneo possa estabelecer uma relação satisfatória com o meio em que está inserido. Para tanto, estabeleceu-se como objeto de pesquisa a sinalização das estações do metrô de São Paulo, uma vez que este é um dos meios de transportes públicos mais utilizados e, portanto, possui uma relação profunda com a metrópole e com o homem que nela reside. O objetivo é a análise da funcionalidade do design dessas sinalizações, tendo em vista a sua necessidade para o devir da cidade e para uma boa relação do homem contemporâneo com o contexto urbano no que diz respeito às necessidades públicas e pessoais.

METODOLOGIA

A pesquisa baseia-se essencialmente em referências bibliográficas relacionadas a design, contemporaneidade (pós-moderno), percepção visual, etnografia e sociologia, e o metrô de Londres insere-se no contexto como uma referência em design e funcionalidade. Foram utilizados autores como Mike Featherstone, Vilém Flusser, Alfredo Mela entre diversos outros. Além disso, conta também com uma pesquisa exploratória com base na etnografia, através da inserção no meio de estudo associada a um registro fotográfico. Essa pesquisa etnográfica tem como função o estudo de campo que, posteriormente, poderá também auxiliar na definição de futuros critérios para a análise de sinalizações.

A fim de se estabelecer uma ordem para pesquisa, o estudo foi dividido em quatro partes:

- 1- O homem contemporâneo e a metrópole.
- 2- Teoria da comunicação.
- 3- Análises teóricas relacionadas ao design.
- 4- Pesquisa exploratória.

RESULTADOS

Como resultado, a presente pesquisa visa obter uma análise do design das sinalizações das estações do metrô de São Paulo que possa apontar para critérios essenciais do design bem como exemplificá-los, de modo que seja possível estabelecer uma breve relação entre o resultado dessa análise e as condições de vida numa metrópole na contemporaneidade.

BIBLIOGRAFIA

- MELA**, Alfredo. A sociologia das cidades. Lisboa: Estampa, 1999.
- FEATHERSTONE**, Mike. Cultura de consumo e pós-modernismo. São Paulo: Nobel, 2007.
- ARNHEIM**, Rudolf. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Thomson Learning, 2006.
- FLUSSER**, Villém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- JOLY**, Martine. Introdução à análise da imagem. Portugal: Edições 70, 2007.
- HELLER**, Steven. Linguagens do design: compreendendo o design gráfico. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

GARLAND, Ken. Mr. Beck's Underground Map. Capital Transport.

FACCA, Cláudia A. O designer como pesquisador: uma abordagem metodológica da pesquisa aplicada ao design de produtos. São Paulo: s.n., 2008 .

A CADEIRA BAMBA: APONTAMENTOS PARA UM DESIGN LIBERTADOR

Felippe Moraes

Profª. Ms. Débora Gigli Buonano (Orientadora)

INTRODUÇÃO

“Certa manhã, ao despertar de sonhos intranquilos, Gregor Samsa encontrou-se em sua cama metamorfoseado num inseto monstruoso.” Assim inicia-se uma das maiores obras literárias do século XX, “A Metamorfose” de Franz Kafka. É também assim que se inicia esta obra que, partindo da análise de um trecho particularmente relevante do texto, propõe uma vasta discussão sobre o design, seus limites e, principalmente suas relações com a humanidade para a qual foi concebido.

Diante de um momento histórico tão particular e inédito como a pós-modernidade, que, segundo Mike Featherstone, gera uma “fragmentação do tempo numa série de presentes perpétuos” onde tudo funciona em uma “hiper-realidade”, o designer não pode ser mais um produtor de alienações e mediocridades. Dotado da responsabilidade de ser um educador do gosto é sua tarefa compreender os processos ligados à concepção e à linguagem daquilo que projeta.

Em tempos de características tão singulares, onde a humanidade caminha para uma crescente automatização e conseqüente alienação por meio da falta de percepção daquilo que nos cerca, esta obra propõe formas subversivas de gerar um novo olhar sobre a realidade por meio do design. Assim surge o título da obra: “A Cadeira Bamba”. A cadeira, um dos principais arquétipos do design, é subvertida e tornada bamba para se fazer perceber. Trata-se de um convite individual e muito íntimo para o usuário, onde ele, a partir do momento que percebe o objeto, torna-se senhor dele e de sua própria vida por meio da consciência que passou a ter destes. É a partir deste instante que caminha em direção à liberdade.

Inaugura-se então uma nova ordem no design que confere ao mesmo tempo muito poder e muita responsabilidade a esta atividade e retoma questões há muito esquecidas ou tomadas por certas como a missão do design e seu posicionamento perante o homem.

OBJETIVOS

Visando obter reflexões, questionar e propor aos designers uma nova forma de praticar e enxergar sua atividade, as cristalizadas práticas do design são subvertidas e colocadas à prova. Os objetivos cá estabelecidos são conscientemente ambiciosos: pretende-se, a partir da reflexão e questionamento

da ordem vigente no design, por meio da análise de grandes pensadores das humanidades cujos apontamentos são muito convenientes a esta obra, propor, senão uma nova ordem, pelo menos uma prática consciente do que se vem executando. É proposto ao leitor, designer ou não, a reflexão sobre si e sobre o próprio trabalho, sendo esta uma forma verdadeiramente eficaz de perceber-se o que se faz. O leitor é trazido à realidade de suas responsabilidades como educador do gosto e propõe-se que o usuário não mais seja visto como um mero consumidor, mas como cidadão e livre pensador.

METODOLOGIA

Por meio do levantamento de hipóteses, verificação e articulação destas em grandes pensadores clássicos, modernos e contemporâneos, a obra se consolida por meio do diálogo entre textos à primeira vista absolutamente dissociados do contexto do design e outros intimamente relacionados a ele. A atividade é observada como uma ciência humana rica em possibilidades e responsabilidades e, como tal, lança-se mão desta abordagem a partir de referências da filosofia e das artes. Franz Kafka é o ponto de partida para uma dissertação que se articula por meio do diálogo com outros grandes pensadores como José Saramago, Rudolf Steiner e Jean-Jacques Rousseau. Alguns artistas e arquitetos, com reflexões similares, ou convenientes aos objetivos desta obra, foram utilizados como exemplo e ponto de partida para reflexões como Robert Venturi e Stefan Wewerka. Essas e outras referências organizam-se de forma a, além de respaldar as ideias apresentadas, serem condutoras da reflexão proposta.

RESULTADOS

A obra, ao propor-se ser uma geradora de reflexões, é, em verdade, apenas o início do processo de obtenção de resultados a longo prazo para o design. Entretanto as discussões nela encerradas, férteis e poderosas, caminham em direção ao cumprimento dos seus objetivos de produzir reflexão.

Através dos desdobramentos criados pelos diálogos entre os pensadores citados, obtem-se uma série de apontamentos que iniciam este processo reflexivo. No entanto, a discussão acerca de um design que, como já demonstrado na introdução, direciona-se para a liberdade, é o principal resultado, não apenas desta obra mas para o design como um todo, por dotar a atividade de um poder tão grandioso e libertário. Assim, o design é elevado a outro nível e passa a ser visto como um modificador de vidas e catalisador de processos sociais.

O design deve ser feito de forma a gerar percepção, assim é desencadeada a consciência que, por sua vez, é a gênese de um interminável processo de libertação do homem.

BIBLIOGRAFIA

ARGAN, Giulio Carlo Arte Moderna

COSTA, Magnólia Arte no Ocidente – do Renascimento à Contracultura

ECO, Umberto Obra Aberta

FEATHERSTONE, Mike Cultura de Consumo e Pós-Modernismo

FISCHER, Volker Design Now

KAFKA, Franz A Metamorfose

MAZZUCHELLI, Kiki texto da exposição “Looks Conceptual ou como confundi um Carl Andre com uma pilha de tijolos”

MOLES, Abraham O Kitsch

ROUSSEAU, Jean Jacques Do Contrato Social

SARAMAGO, José Ensaio sobre a cegueira

STEINER, Rudolf Arte e Estética segundo Goethe: Goethe como inaugurador de uma estética nova

VENTURI, Robert Complexidade e Contradição em Arquitetura

WOLFE, Tom Da Bauhaus ao Nosso Caos

AVON: DESIGN E BELEZA

Jefferson Kevin Ocana

Rebeca Souza Venturini

Profª. Ms. Débora Gigli Buonano (Orientadora)

INTRODUÇÃO

A Avon, a primeira empresa no mundo voltada para a mulher sempre esteve presente na vida de todas aquelas que quiseram colocar a beleza como fator importante de suas vidas. A empresa sempre procurou adaptar-se às condições e estilos da mulher da época e isso se refletiu em seus produtos, catálogos e cartazes e quaisquer outros meios de divulgação. A presente pesquisa se deu pela falta de informação sobre a programação visual das embalagens e catálogos dos produtos da empresa, e sua evolução no âmbito da programação visual ao longo da década de 50, momento em que a Avon chega ao Brasil, e das décadas seguintes até culminar na atualidade.

Levando em consideração que no Brasil a programação visual era campo de atuação de muitos artistas concretistas, e a linguagem utilizada por eles estava de acordo com os conceitos racionalistas, percebeu-se que a Avon embora à margem deste universo gráfico, se estabeleceu e transformou-se neste período em uma das maiores empresas de cosméticos a atuar no mercado brasileiro feminino. Qual era a linguagem gráfica utilizada pela empresa americana que persuadiu a mulher brasileira no consumo destes cosméticos, sabendo que a discussão da época era uma produção gráfica geométrica? E qual foi a solução encontrada pela empresa para acompanhar os desejos das consumidoras a cada década, construindo seu império na atualidade?

OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo analisar a programação visual das mídias impressas e embalagens Avon, levando em consideração os aspectos modernos e pós-modernos, o contexto histórico e o estilo da mulher da época. Em sua primeira etapa realizou-se um levantamento do material produzido pela empresa nas décadas de 50 até 90, como catálogos e embalagem e sua mais nova programação visual dos anos 2000. Posteriormente investigar o material coletado, e a partir desta organização e análise, compreender como esta produção americana ganhou espaço na sociedade brasileira e qual era a importância da produção gráfica nestes períodos, respectivamente.

METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho foi necessário o suporte dos livros “Avon – a história da primeira empresa do mundo voltada para a mulher” e “Brasil essência: A cultura do perfume”, no qual, ambos os livros vão nos auxiliar em diversos aspectos: históricos, econômicos, geográficos e visuais da empresa, e, além de abordar precisamente passagens importantes da história do perfume no mundo. A partir desta coleta serão utilizadas imagens digitais para a respectiva análise, bem como todo material documental. Em paralelo a este material levantado, há também toda uma bibliografia de suporte sobre o contexto histórico, a produção gráfica e sobre a introdução destes produtos em seu público alvo, que eram as mulheres brasileiras.

RESULTADOS

A passagem histórica da empresa cosmética norte-americana, sem dúvidas, nos apresenta sua importante passagem no mundo dos perfumes com influências desde a antiguidade até o século XXI, a princípio, e sem delongas, tornando-se ícone no mundo todo como uma das empresas pioneiras do ramo de venda de cosméticos com suas diversas formulas de perfume para a sociedade, logo, também deixa sua participação significativa para o público feminino, pois, foi a primeira empresa a valorizar e oferecer trabalho voltado para as mulheres, oferecendo novas oportunidades de independência financeira. A pesquisa aprofundada sobre a história do perfume e da Avon nos possibilitou investigar e afirmar que a Avon conseguiu acompanhar as necessidades da sociedade: inovando e criando novos tipos de fragrâncias e produtos para diversos tipos de público-alvo; alterou sua identidade visual ao longo do tempo a partir da necessidade de alteração conforme as novas tendências; consolidou-se no mercado no ramo das empresas cosméticas desde a sua fundação, ficando entre uma das corporações mais respeitadas e tendo diversas filosofias seguidas por outras empresas do mesmo ramo.

BIBLIOGRAFIA

- BLACKWELL**, Roger D. Comportamento do consumidor. São Paulo: Cengage Learning, 2005. 608p. Tradução de Eduardo Teixeira Ayrosa. Pag. 550-552.
- DELFINI**, L. ET AL. História: Uma abordagem integrada. 1ª Ed. São Paulo: Moderna, 2005. 352p.
- HARVEY**, David. Condição pós-moderna. São Paulo: edições Loyola, 1993. Pag. 13-68.
- HOBBSAWM**, Eric. Era dos extremos: o breve século XX. Tradução de Marcos Santarrita. 2ª Ed. São Paulo: Companhia das letras, 1999. 600p. cap 8-13.pag.223-390.

INCUTTI, Maria Pia. Plásticos: formas e cores dos materiais sintéticos. [S.l.]: Fundação Armando Álvares Penteado, 2002. 116p (Coleção Maria Pia Incutti-Napoli)

KLEPACKI, Laura. AVON: a história da primeira empresa do mundo voltada para a mulher. Rio de Janeiro: Best Seller, 2005. Tradução de Maria Clara de B. W. Fernandes.

RODRIGUES, Marly. A Década de 50. 4ª Ed. São Paulo: Ática, 2001. 87p (Série Princípios)

PAES, M. H. S. A Década de 60. 3ª Ed. São Paulo: Ática, 1995. 97p. (Série Princípios)

DESIGNER COMPETITIVO/DESIGNER ESTRATÉGICO – NOVOS DESAFIOS

Carlos Edgard Fumo Junior

Prof. Msc. Luís Emiliano Costa Avendaño (Orientador)

INTRODUÇÃO

No ambiente cada vez mais competitivo entre as empresas, há a necessidade de se diferenciar da concorrência por algum meio, e um deles é o design, e de forma crescente o designer se encontra em uma posição de não só desenvolver a criação projetual, mas sim da gestão do projeto como um todo, posicionando o design de forma estratégica, contribuindo de forma direta com o sucesso de um produto ou projeto.

A Gestão do Design é uma ferramenta que pode auxiliar o designer a lograr maior sucesso profissional, pois seus projetos não estão embasados somente em aspectos estéticos, mas são uma materialização tridimensional de todos os aspectos da empresa, dentre eles sua missão e seus valores, contribuindo para uma valorização de sua marca e uma maior fidelização de seus consumidores.

Assim como qualquer empresa, a universidade tem como um de seus focos a melhor qualificação em relação aos seus iguais, que neste caso o elemento que possibilita a comparação é o aluno, e este diferencial competitivo se dá com a melhor preparação deste para a vida profissional, e com o crescente número de cursos de design, a diferenciação ocorre agora em aspectos práticos que instrumentem o aluno a não ser um mero cumpridor de tarefas, mas que possua a possibilidade de participar do processo como protagonista dele, elevando o design dentro das empresas num patamar diretivo, não sendo tratado meramente como um desenvolvedor estético do produto.

Este trabalho tratará de como o ensino da gestão do design é de suma importância e de como ele pode ser melhorado de forma a melhor qualificar aqueles que cursam a graduação em design no Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

OBJETIVOS

O objetivo geral desta iniciação é a melhora no entendimento da Gestão do Design pelo aluno de graduação, e sua subsequente melhora em suas qualidades profissionais, pois este terá uma visão mais ampla da sua área de trabalho e poderá desempenhar suas funções profissionais mais proveitosamente onde seus serviços são requisitados.

Com esta melhora, a instituição que possibilita esta iniciação científica, adquire um diferencial

competitivo em relação às outras graduações em design que são oferecidas, pois o aluno que sai desses cursos é mais qualificado profissionalmente, e por consequência cria uma valorização da universidade que ele cursou.

Outro objetivo é a produção de um conhecimento para a instituição que patrocina este trabalho, porque esta pesquisa busca um desenvolvimento de sua grade curricular e também dos alunos que a cursam, tornando assim um diferencial competitivo em relação às outras instituições de ensino que também oferecem estes cursos.

Também pode ser incluído a esta listagem de objetivos o debate sobre a forma que o conhecimento é transferido aos alunos e como estes se relacionam com o assunto desta pesquisa, que é de suma importância para sua vida profissional, sem em nenhum momento propor uma nova pedagogia, o que seria extremamente pretensioso.

A busca de um fomento da discussão sobre a Gestão do Design dentro das instituições de ensino superior, é algo que tem por objetivo também a divulgação e aplicação desta temática, indo além dos muros da FEBASP, criando assim reverberações que superem as intenções iniciais deste trabalho.

METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa baseia-se em seis etapas claras, sendo que a primeira é o levantamento de fontes bibliográficas propostas pelo orientador, com a intenção de aprofundar o embasamento teórico do assunto a ser estudado nesta iniciação científica, que é a Gestão do Design, sendo seguido por uma segunda fase, complementar a anterior, em que os meios de pesquisa são bibliografias alternativas e artigos em meios eletrônicos.

Após o embasamento teórico adquirido nas etapas anteriores, foram elaboradas entrevistas feitas tanto com profissionais de design como com docentes, buscando por estas uma visão alternativa àquelas encontradas nos livros, pois as respostas dadas, no que tange aos profissionais de design, apresentam o aspecto prático no que concerne a questão da Gestão do Design, visão esta que nem sempre é vislumbrada na maior parte da literatura sobre o tema estudado por esta iniciação científica. Já os docentes mostram a situação do aluno de graduação e a forma como ele interage com o conhecimento transferido por seus professores, de maneira a mapear, da melhor forma possível, a solução a ser encontrada, e sua posterior aplicação.

A fase posterior é o levantamento de dados sobre a compreensão da Gestão do Design com os próprios alunos de graduação em design do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

Posteriormente a estas duas últimas etapas há uma análise dos dados obtidos com o objetivo de elaborar a melhor solução possível da questão proposta. Com os resultados alcançados será

efetuada a confecção do texto final com a proposição do que pode ser melhorado para a melhora do entendimento da Gestão do Design por parte dos alunos.

RESULTADOS

Esta pesquisa consegue demonstrar a crescente importância da Gestão do Design, e de como ela ainda é pouco explorada pelas empresas brasileiras, também como a existência de uma grande necessidade de profissionais que lidam com o design que o saibam aplicar corretamente.

Mostra também o papel da universidade na resolução deste tipo de questão e de como o aluno compreende a Gestão do Design e se ele está apto a utilizá-la em sua vida profissional.

Também, como o desenvolvimento de atividades complementares ao conteúdo transferido no ambiente de sala de aula pode auxiliar a compreensão da Gestão do Design por parte do aluno, pois o condiciona a pensar de forma estratégica seus projetos, o que em termos práticos, aumenta a possibilidade de sucesso profissional deste aluno, pois em um ambiente de mercado, aqueles mais preparados para atuar de maneira estratégica, utilizando a Gestão do Design, possuem uma maior probabilidade que estes logrem êxito, possuindo assim uma maior aceitação dentre aqueles aos quais o projeto se destina.

BIBLIOGRAFIA

GIMENO, José Maria Iváñez. La gestión del diseño en la empresa. Série McGraw-Hill de Management. Edit. McGraw-Hill. Madrid, España. 2000.

PHILLIPS, Peter L. Briefing: A Gestão do Projeto de Design. Trad. Itiro Iida. Edit. Edgard Blücher. São Paulo: 2008

PETROSKI, Henry. Inovação, da idéia ao produto. Trad. Itiro Iida. Edit. Edgard Blücher, São Paulo: 2008.

PUERTO, Henry Benavides. Design e inovação tecnológica. IEL/Programa Bahia Design. Salvador - BA. 1999.

KOTLER, P. Administração de Marketing. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

WOLF, Brigitte. Gestão do Design: O Design Management como fator de sucesso. Publicação ABIPTI. Florianópolis - SC. 1998.

SANTOS, Flávio Anthero dos. O Design como diferencial competitivo. Edit. da Univali. Itajaí - SC. 2000.

Manual de Gestão do Design. Centro Português de Design. Porto Portugal. 1997.

DESIGN MANAGMENT JOURNAL. 18 views on the definition of design management. Summer 1998. Disponível em www.dmi.org/dmi/html/publications/journal/pdf/18Defs.pdf, acessado em: 04/06/2009

AIGA. Graphic design as a strategic business tool. Text excerpted from "The graphic design handbook for business". Chicago: American Institute of Graphic Arts. Disponível em www.tbfcreative.com/documents/41.html acessado em: 04/06/2009

O CONCEITO DE FORMA NA CONTEMPORANEIDADE E SUA RELAÇÃO COM A ESTÉTICA E O DESIGN

Renato Nouman Rodrigues

Prof. Ms. Rubens Zaccharias Jr. (Orientador)

INTRODUÇÃO

O conceito que chamamos de “forma” é, em uma primeira análise, uma lógica própria que existe por trás das coisas e que as determina como elas são. É a lógica interna por trás de uma cadeira, um prédio, uma pintura e até mesmo uma maçã, que faz com que a cadeira seja cadeira, e funcione como funciona e seja, ainda, uma coisa totalmente diferente do que é o prédio. Mas apenas constatar e apontar essas diferenças é algo muito simples, que aprendemos muito cedo, ainda crianças. É naturalmente perceptível que a mesa é ela mesma e nunca poderia ser um prédio. Isso apenas prova que estamos, naturalmente, lidando e vivendo em meio de formas.

Neste ponto, torna-se necessário um questionamento mais profundo deste conceito, procurando estabelecer mais firmemente as bases e as propriedades essenciais daquilo que chamamos de forma. Além de um entendimento prático e experienciado, que é o grande entendimento formal que se espera de artistas e designers, essa questão vai além e pode abordar questões filosóficas e tratar, através do pensamento especulativo, de questões mais gerais da existência humana.

Desta maneira justifica-se a necessidade de tal estudo, afinal, sendo a forma a maneira das coisas, e sendo isto inegável em nossa experiência, fica claro que nós mesmos e tudo o que conhecemos está imerso em um diálogo dinâmico de formas.

Todas estas ideias serão desenvolvidas no decorrer do trabalho, mas é importante que fique claro, desde já, que este trabalho trata principalmente da forma. Vivemos através delas e o conhecimento mais profundo deste conceito abre novas possibilidades de entendimento do ser humano através da produção artística, do design e de outras áreas e atividades humanas.

Para um trabalho como este, convém tomarmos como objeto de estudo algo que seja mais palpável e esteja dotado de uma qualidade prática e “manuseável”, capaz de ser observada enquanto ação. Para este fim trataremos para o trabalho a Estética, que é uma das áreas do conhecimento humano que esta ligada diretamente com os conceitos de forma e percepção.

De diversas maneiras, direta ou indiretamente, a Estética sempre tratou de se ocupar das questões formais do mundo. A exemplo da Teoria da Formatividade de Luigi Pareyson, a forma aparece nos estudos estéticos como uma estrutura essencial da Estética.

Mas o meio de discussão ainda está amplo demais. Para tratarmos da forma, que em si é um conceito complexo, procuramos especificar um pouco mais na Estética. Porém a própria Estética, como pensamento filosófico, ainda é muito ampla. Precisamos ir mais fundo. Para tanto, busquemos o principal objeto de estudo da Estética, a Arte. A intersecção entre a Arte e a Estética que nos servirá, finalmente, como ponto de partida e objeto de estudo. E neste ponto há, exatamente, a experiência estética, o momento de apreciação, de dialogo entre o observador e o objeto.

Portanto, através da experiência estética a pesquisa busca o entendimento da forma. Ao procurarmos entender a experiência estética como era antes e como é hoje, na contemporaneidade, é que faremos o contraponto que nos permitirá sintetizar um conhecimento consistente da forma, que, como veremos, é o objeto da experiência.

Enfim, estão descritas, brevemente, as questões que este trabalho aborda e qual é o caminho que se pretende seguir. Da forma à experiência estética, daí a uma reinterpretação da forma e então um novo paradigma, ou, sejamos mais realistas, novas possibilidades a serem exploradas.

OBJETIVOS

O entendimento da forma é relevante para a humanidade e, com certeza, muito relevante para as atividades humanas responsáveis pela produção da forma, tais como a Arte e o Design. Mas, dentro desta pesquisa, que tem uma dimensão mais curta, não se pretende esgotar as possibilidades dessa discussão. Aliás, no cenário contemporâneo, um empreendimento que pretenda esgotar alguma discussão não só seria arrogante como seria infrutífero.

Sendo assim, este trabalho pretende, em primeiro lugar, abrir novas possibilidades para o pensamento e suas relações com a forma, para apreciação de estudiosos pioneiros e para serem pensadas por novos estudiosos, cheios de ideias novas e de disposição para desenvolver essas possibilidades. Portanto, o diálogo deve ser estabelecido com as atividades que estão relacionadas diretamente com a forma, ou seja, artistas e designers.

E para tanto o trabalho se desenvolverá dentro destes campos, a ideia de forma inscrita dentro deles será discutida com o auxílio de Luigi Pareyson, com sua teoria Estética e com Vilém Flusser, um pensador que desenvolve justamente essas ideias que relacionam a Forma, o Design e também a comunicação.

Portanto, o objetivo principal será estabelecer esta relação entre forma, a experiência estética da contemporaneidade e o design, tomando como ponto de partida a sua relação com a Arte. Dentro desta relação, algumas ideias serão pensadas, e procuraremos entender o Design através de alguns pontos de vista que abram novos caminhos para o entendimento de design e forma. Para ver através

desses novos prismas, tentaremos entender os significados de um design contemporâneo, trataremos o design como linguagem e comunicação e como tal analisaremos sua dinâmica com a sociedade e como a forma se comporta no design.

Pretende-se chegar a um entendimento expandido de forma, design e contemporaneidade para que os profissionais e estudiosos possam ver novos caminhos e possibilidades para levarem suas obras e para que o pensamento possa se desenvolver na criação de novos conhecimentos.

METODOLOGIA

A pesquisa surgiu, inicialmente, da aproximação entre a Estética e o Design. Dentro desta interseção o conceito de “forma” demonstrou ser muito importante e é um entendimento essencial para as duas áreas. Portanto, tomada inicialmente como ponto de partida, a “forma” passou a ser a ideia principal da pesquisa e o foco do seu desenvolvimento. É ela que fará a conexão entre Estética, Arte e Design. Para estabelecer esta conexão entre as áreas foram feitos três questionamentos principais: (1) Quais são as características essenciais daquilo que chamamos de “forma”; (2) O que é a experiência estética na contemporaneidade e como ela amplia o conceito de forma e (3) Como esse conceito ampliado de forma se relaciona com o Design dentro da contemporaneidade.

Para investigar esses questionamentos foram adotados dois caminhos: (1) A aproximação entre autores que tratam a Estética como experiência perceptiva da forma e autores mais contemporâneos que tratam a Estética e a forma dentro de um diálogo com o Design e a Linguagem e (2) O levantamento de obras, artistas e designers que apresentem uma re-interpretação da forma, estabelecendo um paralelo entre as propostas deles e o novo conceito sugerido de forma.

Como caminho metodológico, este trabalho se baseia em um processo que é apresentado nos livros “Planejamento de Pesquisa: Uma Introdução” de Sérgio Vasconcelos de Luna e “A Arte da Pesquisa” de Wayne c. Booth, Gregory g. Colomb e Joseph m. Williams.

RESULTADOS

No decorrer da pesquisa o conceito de “forma” se mostrou suficientemente complexo para que se tornasse o foco do estudo. Através da análise e reinterpretação das ideias relacionadas a este conceito, tiradas de diversos pensadores que tratam destas questões, a pesquisa elabora novas ideias e um outro conceito resignificado de “forma”.

Este novo conceito visto em meio ao cenário contemporâneo e, através do estudo e da observação da experiência estética da contemporaneidade, resulta em novos parâmetros para entender o design

e, principalmente, entendê-lo como linguagem. Nesse sentido, percebe-se a forma como um sistema que carrega em si uma mensagem e um funcionamento que é intrínseco a cada forma.

Neste contexto, o diálogo de formas se torna um código, um sistema da linguagem, e assim expande esse caráter até a Estética e o Design, que se tornam, eles mesmos, estruturas para entender e manipular linguagens.

Com essa visão aprofundada da relação do Design com a “forma” e como eles se estruturam como linguagem surgem novas possibilidades para pensar o próprio Design e como suas propostas levarão significados e mensagens a seus interlocutores.

BIBLIOGRAFIA

ARNHEIM, RUDOLF. El Pensamiento Visual. EUDEBA (Editorial Universitaria de Buenos Aires), 1971.

BOOTH, WAYNE C.; **COLOMB**, GREGORY G. e **WILLIAMS**, JOSEPH M.

A Arte da Pesquisa. São Paulo, Martins Fontes, 2005.

FLUSSER, VILÉM. O Mundo Codificado. São Paulo, Cosac Naif, 2007.

LUNA, SERGIO VASCONCELOS DE. Planejamento de Pesquisa: Uma Introdução. São Paulo, EDUC, 1996.

PAREYSON, LUIGI. Estética: Teoria da Formatividade. Rio de Janeiro, Vozes, 1993.

SOURIAU, ETIENNE. Chaves da Estética. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1973.

TURIM, ROTI NIELBA. Aulas: Introdução ao Estudo das Linguagens. Annablume, 2007.

ESTUDO SOBRE A ESTRATÉGIA DE MARKETING DO MERCADO EDITORIAL PARA O PÚBLICO FEMININO JOVEM E A CRIAÇÃO DE UMA MARCA, E DE UM ESTILO DE VIDA

Camila Morino Jacinto

Luana Manso Fernandez

Prof. Msc. Sergio Lage (Orientador)

INTRODUÇÃO

O projeto “Estudos de comportamento do consumidor, aplicados às estratégias de design e branding”, iniciado em setembro de 2008 e com sua finalização em setembro de 2009, tem como tema as estratégias de marketing no mercado editorial voltado para o público feminino jovem e a criação de uma marca e estilo de vida, com estudo de caso da revista “Gloss” da Editora Abril.

Com o mercado editorial cada vez mais segmentado para atingir um público mais específico, a revista “Gloss” surgiu no mercado há pouco mais de um ano, para atender as necessidades do público feminino jovem com idade entre 18 e 28 anos. Em um momento em que as bancas estão lotadas de novas publicações dos mais variados temas e destinadas a diversos públicos diferentes, trazendo formatos e projetos inovadores, a “Gloss” destacou-se por ser pioneira no mercado editorial brasileiro ao lançar uma revista feminina em um formato diferente: compacto e fácil de ser transportado.

Neste projeto pretende-se estudar a importância do design estratégico no mercado editorial, já que este é um mercado em constante expansão, cada vez mais concorrido.

OBJETIVOS

Conhecer o público alvo da revista “Gloss”, assim como a identidade visual da mesma. Estudar as estratégias de marketing no mercado editorial, levando em conta o seu desenvolvimento, e fazendo uma reflexão a respeito de como o marketing alcança esse mercado.

METODOLOGIA

Para que os objetivos fossem alcançados, o seguinte trabalho de pesquisa foi dividido em três etapas: A primeira focando a teoria, a segunda com um estudo geral sobre a revista “Gloss” e outras revistas impressas e digitais voltadas para o público feminino, e a terceira uma pesquisa mais aprofundada

sobre o público-alvo da Gloss.

Para a primeira etapa houve um estudo através de livros sobre o comportamento do consumidor, branding, estratégias de marketing e gestão de marcas. Também foi pesquisado artigos da internet sobre o mercado editorial e sua segmentação. Na segunda etapa, foi feita a análise de várias edições da revista "Gloss" a fim de conhecer melhor seu projeto gráfico e editorial. Nessa etapa também foram realizadas pesquisas na internet e outras mídias impressas sobre as concorrentes da "Gloss" e outras revistas voltadas para o público feminino jovem tanto no Brasil quanto no mundo. Na terceira e última parte da pesquisa, para conhecer mais sobre as leitoras da revista, foi realizado uma pesquisa de campo, entrevistando e fotografando garotas leitoras da "Gloss", para conhecer mais sobre seu estilo de vida e gostos.

RESULTADOS

Em decorrência do trabalho ainda estar em andamento, foi impossível chegar a qualquer tipo de conclusão a respeito dos resultados dessa pesquisa. Futuramente, os resultados serão obtidos e anexados ao trabalho.

BIBLIOGRAFIA

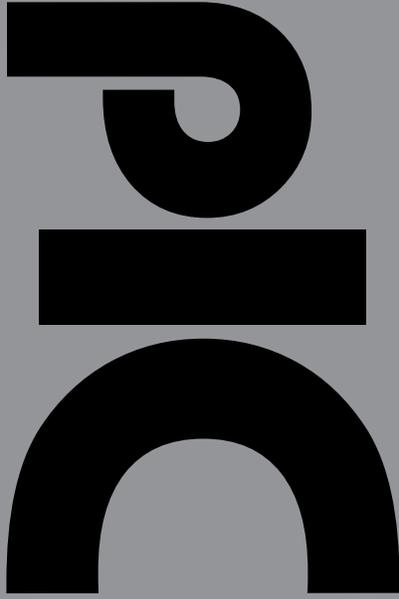
KELLER, Kevin. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Pearson Education, 2006.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo: Prentice-Hall, 2007.

LINDSTROM, Martin. Brandsense – a marca multissensorial. São Paulo: Bookman, 2007.

PINHEIRO, Roberto Meirelles ET AL. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

SALOMON, Michael R. O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo, sendo. São Paulo: Bookman, 2002.



VIII Congresso de
Iniciação Científica

Design de Moda



O HOMEM: A MODA, O COMPORTAMENTO E A MÚSICA

Anna Paula da Conceição Rodrigues

Maria Fernanda Marcuz de Souza Campos

Profª. Drª. Agda Regina de Carvalho (Orientadora)

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa se propõe a refletir a moda como objeto do interesse masculino. Para esta investigação selecionamos alguns momentos históricos em que o homem estabelece uma relação com o modo de vestir e a masculinidade para entender o desdobramento das relações da moda com o homem e a música posteriormente quando se inicia o período das tribos urbanas.

“Um primeiro significado, mais geral, de tribo urbana, tem como referente determinada escala que serve para designar uma tendência oposta ao gigantismo das instituições e do Estado nas sociedades modernas: diante da impessoalidade e anonimato destas últimas, tribo permitiria agrupar os iguais, possibilitando-lhes intensas vivências comuns, o estabelecimento de laços pessoais e lealdades, a criação de códigos de comunicação e comportamento particulares.” MAGNANI (1992)

Os conceitos de masculino e feminino são forjados ao longo da história e representados simbolicamente através da moda. Há uma tradição do vestuário ocidental que se preocupou em definir diversos papéis, não apenas de poder (as roupas dos governantes ou dos militares, por exemplo), mas também dos gêneros: o feminino e o masculino começaram a ser delimitados por vestuários e acessórios. A modernidade e a globalização introduzem novas formas de dependência e interdependência mundial, coordenando novas formas de relações sociais e culturais, e assim, uma outra maneira de vestir. Um homem pode ter várias facetas, representadas pela moda, que em muitos casos são influenciadas diretamente pela música, que elabora um modo de vestir em comum para cada grupo. Os meios de comunicação também contribuem para difundir o exotismo auxiliando na ampliação do mercado e audiência. Ao resgatar o momento em que a moda, difundida de classes altas a classes baixas, em 1073, ganha liberdade, com um decreto que extinguiu as leis suntuárias, assinado na França, nota-se a permissão aos cidadãos de se vestirem conforme o gosto.

Com a Revolução Francesa, os burgueses passaram para a mão feminina a liderança da moda. Pode-se considerar que a partir da década de 30, a moda masculina passa a ser influenciada pela música,

como exemplo os Zooties considera a primeira tribo urbana movida por ela. E até hoje ramificações e tribos não param de surgir, unindo pessoas de interesses e propósitos em comum.

Para Balandier (1997), em *O contorno: poder e modernidade*, os papéis sociais resultam na fragmentação das relações com o Outro e na multiplicação de máscaras e aparências que reveste o indivíduo em uma sociedade de comunicação por signos e símbolos. Com a crise da legitimidade o indivíduo torna-se plural e conectado a vários papéis.

O ponto de partida desta pesquisa é a inserção histórica do interesse masculino pela sua representação no vestuário e o direcionamento deste processo com as tribos urbanas e os gêneros musicais. O trabalho discute como a masculinidade foi representada através das roupas em alguns momentos históricos para apresentar que depois de séculos de expressão masculina através da moda surge, no século XIX, uma negação masculina da moda transferindo desde então esse interesse ao universo feminino.

Os homens adotam um discurso social, mas é cada vez maior o número dos que se vestem para seu próprio prazer. Até mesmo os mais jovens dão papel principal ao terno, hoje de forma revista. Nas gerações mais novas, a tendência é o *dressing-up*, mesmo em trajes mais relaxados.

Com a tendência de a moda ser revista do ponto de vista masculino, e eles próprios se permitirem o uso de ornamentos decorativos, se nota a busca do próprio gosto e prazer de se vestir, inserindo-a às chamadas tribos. Influenciados principalmente pela música deixam transparecer interesses e preferências através do vestuário. Além do mais, sem regras, hoje se vestem da mesma maneira em shows, baladas e no dia a dia. O homem se permite transparecer aquilo que realmente é ou gosta.

OBJETIVOS

Investigar e refletir sobre as relações entre a moda e o homem, buscando localizar o surgimento e evolução do interesse masculino pelo objeto Moda e como esta questão é transformada com a modernidade e a pluralidade de gêneros musicais que articulam com o homem e o vestir.

A pesquisa será estruturada em dois ambientes:

O Ambiente Histórico – com a intenção de revisar a bibliografia pertinente, buscando situar o desinteresse masculino pela Moda e verificar se há argumentos que corroboram com a tese da “grande renúncia”, defendendo que, a partir do século XIX, a moda perde terreno como objeto de desejo e interesse masculino.

O Ambiente Teórico – com a intenção de criar um breve arcabouço teórico sobre moda e suas relação com a música.

METODOLOGIA

Para a realização do trabalho, foi realizada uma série de pesquisas, que inclui: leitura de livros, leitura de textos, buscas na internet e coleta de materiais de cursos frequentados anteriormente.

Entre os livros que mais contribuíram com a realização do trabalho destacamos:

- “Psicologia do Vestir” de Umberto Eco, que faz observações sociológicas sobre o vestuário masculino, analisando os fatores estéticos, o consumo ideológico e seus delineadores psicológicos.

- “O contorno: poder e modernidade” de Georges Balandier, que também foi usado para uma reflexão mais aprofundada psicologicamente.

A realização do curso, Oficina do Rock, ministrado por Marion Velasco deu um vasto material sobre vertentes musicais e como se formam os grupos que se identificam com as mesmas de década em década.

RESULTADOS

A pesquisa permitiu a aproximação com as questões que envolvem o homem, a moda, a música e como este envolvimento influencia o comportamento.

A influência que a indústria da cultura musical exerce, através de seus ídolos e astros, no mundo da moda é extremamente significativa, particularmente ao conjunto formado por jovens e adolescentes.

A partir dos anos 50, nota-se a popularização do estilo de ídolos, no guarda-roupas dos jovens.

Em outro contexto, a palavra “tribo” sugere rudimentar e indica pequenos grupos definidos com ênfase não em sua dimensão, mas nas características que seus integrantes usam para determinar diferenças com atitudes e comportamentos “comuns”: os cortes de cabelos dos punks, a cor da roupa dos darks, as tatuagens dos motoqueiros, os suspensórios dos skinheads, e assim por diante.

A partir da segunda metade do século anterior, a composição do visual passou a ser uma das formas usadas pelos integrantes de cada grupo para defender seus ideais. Os astros da música se utilizavam de vestimenta própria dos movimentos sociais aos quais faziam parte. O Sex Pistols, com roupas irreverentes de Vivienne Westwood, que representava a rebeldia dos punks. Janis Joplin, líder da geração hippie, vestia roupas folgadas e confortáveis, coerentes com a filosofia “paz e amor” pregada pelo movimento. Kurt Cobain, ícone da geração grunge dos anos 90 e da banda Nirvana, vestia-se de forma despojada, constantemente considerada “imunda e desleixada”, conforme o parecer da juventude por um novo contexto social. Os astros da música passam a ditar tendências a partir do momento

que grupo de fãs assume sua maneira de vestir como identidade. No século XXI, uma das tendências que influencia os jovens de forma marcante é o estilo das bandas de independent rock, mais conhecidas como indie rock. Através de elementos da indumentária típica dos anos 60, as bandas retomam emoções e condutas polêmicas características da década.

Observamos que a Moda masculina em conexão com o universo da música adquire significados relacionados aos grupos para a composição do vestuário e especificidades envolvendo o comportamento.

BIBLIOGRAFIA

BALANDIER, Georges. O contorno: poder e modernidade. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 1997.

COSTA, Márcia. Tribos Urbanas e identidades nas metrópoles. São Paulo: Uninove.

DO VAL, A. Site CHIC. Seção Como Usar? Indie Rock. Disponível em:

<http://www.chic.com.br/comousarmas/comousar-mas_mat1494_1.asp> Acesso em: 15 de Novembro de 2008.

ECO, U. [et al] Psicologia do Vestir. 3. ed. Lisboa : Assirio e Alvim, 1989.

FISCHER-MIRKIN, T. Código do Vestir, O. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

GAVA, Denise. Estética e Liberdade na Moda Masculina. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/galeria/exposicao/p_expo_09.shtml> Acesso em: 2009.

GARCIA, C. A Época que Mudou o Mundo. Moda Almanaque. Folha On-Line. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/almanaque/anos60.htm#>>

Acesso em: 18 de Novembro de 2008.

JUSTUM, Sylvain. Os homesn em pleno aprendizado da moda. Disponível

em: <http://colunistas.ig.com.br/hypercool> Acesso em: 2009.

MAGNANI, J. G. C. Cadernos de Campo - Revista dos alunos de pós-graduação em Antropologia. Departamento de Antropologia, FFLCH/USP, São Paulo, ano 2, nº 2, 1992

RAINHO, M. C. T. Por Quê Amamos a Moda? Algumas Considerações. Disponível em: <<http://www.santamoda.com.br/Revista/Artigos/Artigo006.htm>> Acesso em: 12 de Dezembro de 2008.

RODRIGUES, Lula. Moda Masculina em Foco: blog de Lula Rodrigues. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/blogs/lula/>> Acesso em: 2009.

SOUZA, R. P. O Estilo Indie Rock. Disponível em:<http://www2.uol.com.br/modabrasil/leitura/o_estilo_indie_rock> Acesso em: 18 de Dezembro de 2008.

VESLASCO, Marion. Oficina de Figurinos do Rock, 2007.

INTER-RELAÇÕES ENTRE MODA E AMBIENTES VIRTUAIS

Amanda Costa Bagatin

Renata Mitie Tajiri

Profª. Ms. Izabel Meister (orientadora)

INTRODUÇÃO

A pertinência deste trabalho está em trazer, no contexto da pesquisa de iniciação científica, uma investigação em torno das relações da moda com as novas dimensões da tecnologia. Em um viés de mão dupla perceber como a moda se utiliza dos ambientes virtuais e suas interfaces, por outro lado refletir em como ela se apropria destas experiências e as transforma. Amplia-se assim o olhar sobre a moda e suas conexões mediante novas estruturas culturais, sociais, econômicas, estéticas praticadas como resultantes destas inter-relações.

OBJETIVOS

Este projeto tem como objetivo relacionar a moda com os meios digitais: a Internet, fazendo um recorte através do Second Life, tecnologia e mobilidade através do celular.

Desta maneira o projeto procura levantar as relações provocadas pela inserção da moda nestes ambientes virtuais e as transformações geradas neste contexto.

A questão inicial que propulsiona este trabalho nos leva a questionar se a moda é reflexo ou propulsora de novas inter-relações culturais dentro dos ambientes virtuais, especificamente quando falamos de internet, jogos e mobilidade.

METODOLOGIA

A metodologia aplicada a este trabalho transita por dois campos: a pesquisa teórica qualitativa cuja base são livros que contemplam os contextos conceituais sobre moda e os ambientes virtuais em questão. A pesquisa empírica trata da análise de projetos existentes, a experiência das pesquisadoras no uso destes ambientes e nas relações com a moda.

A partir deste conjunto foram estabelecidos 4 eixos iniciais de pesquisa: tecnologia, internet, second life e mobilidade através do celular.

A proposta metodológica contempla ainda o exercício de pensar uma proposta virtual aplicada ao celular como maneira de apresentar fotos, vídeos, que foram utilizados durante a pesquisa em formato de vinheta e que será agregada à pesquisa em forma de CD ou DVD anexo à monografia.

RESULTADO

Retratamos a história da Internet e sua importância hoje em dia, o que nos leva a pensar sobre uma nova cultura, a Cibercultura, novas profissões e também novas formas de interações. O Second Life é um dos representantes nesta nova forma de interagir através de um avatar e uma vida virtual, que nos possibilita a conexão com pessoas de diversas partes do mundo.

A Tecnologia, que permeia cada vez mais no nosso cotidiano, é um fator importante que contribuiu para o avanço da internet, auxiliando na sua evolução até a atual WEB 2.0, onde há maior interação entre o usuário e o meio, tornando-a mais fácil e acessível, principalmente porque nos coloca como colaboradores de cada interação, nos permitindo opinar, transformar aquilo que acessamos. Já no celular ela contribuiu não só para o design dos aparelhos, mas possibilitou a convergência de funções, em único aparelho escutamos músicas (MP3), rádio, enviamos arquivos via redes pessoais e sem fio (Bluetooth), mensagens de textos ou multimídia (SMS - smart messaging specification), além de ter ocorrido o aprimoramento da própria comunicação, fator principal para a existência destes aparelhos.

O ponto de interação da moda com estes meios está em como ela se apropria deles, usando a internet para a comercialização de roupas e acessórios, na informação para usuários, até na transmissão de desfiles. Já no campo tecnológico alguns estilistas e pesquisadores utilizaram a nanotecnologia para a criação de roupas vanguardistas que tem movimentos, ou mesmo tecidos inteligentes que se adequam ao formato do corpo e aqueles que são utilizados como apoio a saúde possibilitando ações medicamentosas ou preventivas.

No celular a moda soube trazer interatividade para seus consumidores, criando aplicativos para trazer novidades, apresentar desfiles e uma página de busca onde encontrar lojas de marca.

Este recorte que estabelece uma, das tantas possíveis relações entre internet, tecnologia e aparelhos móveis, os celulares, amplia o nosso olhar sobre a moda em novos contextos e nos leva a estabelecer novos diálogos que enriquecem nossa cultura de moda e nos provoca a propor novas reflexões e perceber outras perspectivas para a moda.

BIBLIOGRAFIAS

LEVY, Pierre. Cibercultura. Editora 34, 1999.

LEÃO, Lúcia. Derivas: Cartografias do Ciberespaço. São Paulo: Annablume, 2004.

LEÃO, Lúcia. O Chip e o Caleidoscópio: reflexões sobre novas mídias. São Paulo: Editora Senac, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **ARANTES**, Priscila. Estéticas Tecnológicas: novos modos de sentir. São Paulo: Educ, 2008.

Vitrine Interativa na Ralph Lauren. Disponível em: <http://modosdemoda.wordpress.com/2007/08/23/vitrine-interativa-na-ralph-lauren/>

Acesso em: 19 abril 2009.

TÊXTIL ARTE, TRANSFORMANDO EM PRODUTO: REAPROVEITAMENTO DE RESÍDUOS DA INDÚSTRIA CALÇADISTA

Ludmila de Oliveira Teixeira

Natalia Ferreira Esteves

Profª. Msc. Mitiko Kodaira de Medeiros (Orientadora)

INTRODUÇÃO

Hoje, mais do que nunca vivemos num mundo preocupado com meio ambiente e as condições do ar que respiramos, as condições das águas e principalmente a quantidade de lixo que produzimos. Qual importância tem a quantidade de lixo que produzimos? Que tipos de lixos são esses? Podemos reciclar? Reutilizar? Transformar?

A indústria calçadista também produz muitos resíduos que afetam o meio ambiente. O propósito desta pesquisa é justamente o reaproveitamento e a transformação em produto para minimizar o efeito que o resíduo pode causar ao meio.

Apoiados na proposta parceira entre empresa e estudantes exigem-se um estudo da cadeia têxtil e processos de obtenção destes materiais e futura reutilização baseada em processo de pesquisa de tendências, laboratórios de criação e transformação.

Busca-se aproveitar total ou parcialmente a superfície a ser utilizada na obtenção de uma bolsa, decoração de bolsas, bijuterias, etc.

OBJETIVOS

Aproveitar resíduos de couro sintético para transformar em nova textura a partir das técnicas de tecelagem, costura, estudo de cores, novas formas para obtenção de bases para construção de novos produtos.

Direcionar para enxergar o caráter educativo e sua contribuição para o meio ambiente e tornar uma pessoa preocupada e consciente ao pensar em descarte de material sintético.

Gerenciar treinamento para a comunidade (workshop), palestras demonstrando o componente básico de materiais que transformaram em couro sintético e qual o tempo de vida até a degradação do material e os danos que podem causar ao homem.

Mostrar e demonstrar os recursos utilizados para reaproveitamento e os efeitos obtidos.

METODOLOGIA

Pesquisa bibliográfica da origem dos materiais que compõem os tecidos, suas vantagens e desvantagens quanto às propriedades.

Técnicas de obtenção de tecidos (plano, malha e não tecidos) e acabamentos aplicados.

Exploração do resíduo através de método experimental em teares do Laboratório Têxtil e Oficina de Costura. Estudo de composição de forma e cor, novas texturas e possibilidades de aplicação para transformar em novo produto.

CONCLUSÕES

Levantamento histórico da tecelagem, seus primórdios e têxtil ao longo da história da humanidade. Percepção da necessidade de proteger-se com pele animal para depois aproveitar o material natural animal e vegetal. A pele/couro do animal que pode ser rígida com maior durabilidade ou resistindo para construção de calçados e que hoje pode ser substituída por material sintético, ou seja, tecidos criados através da técnica de tecelagem ou indústria têxtil. Todo o processo de construção, busca de novas texturas que imitem o couro e desenvolvido na área de beneficiamento têxtil – estamparia e utilização de cores das tendências de moda.

Conscientização quanto ao uso da palavra sustentabilidade que passou a ser associada a “ecologia” e que deve ser pensada em sustentar de forma equilibrada. O resíduo apresentado pela indústria calçadista deve ter um melhor destino, além dos incineradores que dissipam gases formados ao meio ambiente e se o destino for qualquer “lixão”, significa que este material ficará por muitos anos sem que se degrade.

Portanto, o trabalho propõe uma maneira de minimizar o descarte e possibilitar o reaproveitamento deste resíduo. Assim, existe a possibilidade de reduzir o lixo, contribuindo para que o ser humano ocupe o seu lugar e tempo e contribua para o meio ambiente.

Experimentou-se vários “couros sintéticos” dentro de várias técnicas de construção, composição de cores e texturas baseadas em informações das propriedades dos materiais, características dos tamanhos e formas dos resíduos encontrados na indústria calçadista.

Entende-se que desta forma pode-se contribuir com o meio ambiente e tornar viável e justificável o uso do resíduo.

BIBLIOGRAFIAS

ARAÚJO, M.; CASTRO, E.M. M. Manual de Engenharia Têxtil. Lisboa - Fundação Calouste Gulbenkian, vol I e II, 1986.

CHATAIGNIER, Gilda. Fio a Fio: Tecidos, Moda e Linguagem. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

PEZZOLO, Dinah Bueno, Tecidos: História, tramas, Tipos e Usos. São Paulo: Editora Senac, 2008.

BRAHIC, Marylene. A Tecelagem. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.

O FIGURINO DE BALÉ DO GRUPO CORPO: CIA. DE DANÇA CONTEMPORÂNEA

Ana Caroline de Souza Almeida

Profª. Ms. Sueli Carvalho (orientadora)

INTRODUÇÃO

O corpo é o principal elemento de expressão na dança, cujas origens datam desde a Antiguidade e se manifestava durante rituais que tinham como propósito a consonância com a natureza, e acima de tudo uma forma de se comunicar, e com ela, garantir a sobrevivência. Por outro lado, também teve propósitos em sua manifestação, seja por um processo de autorreconhecimento, assim como seguindo um roteiro pré-estabelecido, no qual a construção deverá remeter a elementos que sensibilize o espectador, deslocando-o para a emoção do intuito primário da manifestação do corpo.

A evolução da dança tornou-se uma relação de suma importância entre homens e mulheres, até o século XIX. Ao mesmo tempo, constituiu-se em um espetáculo de grande importância, no século XX, principalmente quando o Ocidente conheceu outras culturas, como a russa, trazida pelo Balé Russo de Sergei Diaghlev na década de 10, caracterizando a dança como uma expressão de arte na vanguarda artística.

Gradativamente, o interesse pelo corpo e suas complexas formas de expressão foram dando outros sentidos à dança, segundo Maurice Merleau-Ponty em sua obra “Fenomenologia da Percepção”, a percepção é sempre uma consciência perceptiva de alguma coisa ou do entorno, e nela não se pode separar sujeito e objeto, logo, a dança se completa como uma imagem de um todo, sintetizado no espetáculo, composto por elementos extremamente importantes para elevar, sensibilizar e conscientizar sobre o desempenho do corpo na dança.

Quando pensamos em figurino de balé imaginamos que sua criação se origina do tema da peça, mas se tratando do “Grupo Corpo”, a dança, a música, a luz, enfim, tudo se integra nas criações e constroem o espetáculo.

No caso do figurino sempre houve a preocupação em relação aos movimentos, e para tanto se procura usar sempre a malha, pois as coreografias apresentam movimentos de micro a macro escala com isso os detalhes mínimos realçam. Se então empregam algum acessório ou detalhe na malha é com a pretensão de reforçar o movimento. Outro recurso é uma velatura do tecido por gaze ou um tule em stretch, o que dá outra volumetria.

Freusa Zechmeister é uma das profissionais do figurino do “Grupo Corpo” desde 1981, mas sempre há a participação de outros figurinistas. Em geral sua inspiração vem no primeiro instante em que

vê a coreografia, mas a execução e a elaboração demandam tempo. Seus trabalhos estão sempre associados à moda, mas isso se dá pela disponibilidade de matérias, e para conseguir a cor desejada muitas vezes ela recorre ao tingimento natural.

Para realçar o desenho da dança trabalham com sutilezas, texturas e cor. O figurino anima a coreografia, o que está dentro e o que está fora, fundem-se na energia do espetáculo, que se move no espaço do palco e no tempo da música. Muitas vezes os bailarinos com o figurino são o cenário, e o cenário é luz, ocorrendo uma inversão de sentidos.

OBJETIVOS

Pretendemos com essa pesquisa compreender quais são os elementos utilizados para a criação de um figurino de balé. Os tecidos mais adequados para a realização dos movimentos, as cores, volumetrias e todo o conhecimento que se precisa ter desde a dança e a música até a luz e o cenário. São os figurinos de Freusa Zechmeister que enveredamos a pesquisa da roupa para a dança contemporânea, na proposta de aprender e repropor roupas para espetáculo.

A partir de relatos sobre os procedimentos de criação e produção do figurino de profissionais, que buscamos construir caminhos para formalizar possibilidades em formas, cores, modelagem e outras etapas imprescindíveis e específicas para a proposta em espetáculos de dança contemporânea.

E finalmente, objetivamos adquirir repertório na atividade entre enredo e interpretação do personagem para então construir sua roupa. O ecletismo de referências nesse segmento de espetáculo ocorreu desde o início do século XX, rompendo com o estabelecido no figurino do balé clássico até então. As companhias russas de balé, ao levar sua cultura de dança para a Europa, levaram suas referências estéticas orientais e folclóricas, que ao olhar do europeu, lhe eram totalmente estrangeiras e sedutoras, e que se somavam a novas interpretações de atitudes, movimentos, cores, gestos e enredo, totalizando uma forma sensual de construção reconhecida por suas rupturas.

METODOLOGIA

A partir da análise dos espetáculos, desconstruímos os espetáculos e seus movimentos para então buscarmos a natureza dos figurinos a partir da performance. Também pesquisaremos, em bibliografia específica sobre dança para analisar a evolução da dança e quando houve a ruptura do balé clássico para a dança moderna, no início do século XX. A observação desses elementos é possível chegar a identificação de tecidos, formas e elementos que interferem nos movimentos.

A pesquisa também tem como base o DVD, que fala sobre a topografia da dança do Grupo Corpo, e

da família que o constitui. Seus espetáculos entrelaçam passos de balé, como dança contemporânea e movimentos que exigem grande resistência física. O DVD, trás informações sobre o processo, desde o roteiro, a integração de equipe de construção mais os bailarinos, e que finaliza na concepção dos passos, acompanhados de perto pelo criador dos figurinos.

O figurino do Grupo Corpo possui elementos diferenciados a partir dos objetivos do espetáculo. O estudo sobre a dança moderna e a importante entrevista de uma das grandes criadoras de figurino do Grupo Corpo, muito nos auxiliou para o conhecimento específico na criação de novos figurinos. Como continuidade dessa construção de uma metodologia para esse exercício, buscamos formalizar caminhos que pretendemos finalizar em uma construção tridimensional a partir de um tema regional.

Como apresentação final, uma coleção de figurino inspirada em um enredo referente a um conto folclórico do sul, será composta por 10 protótipos na escala 1:10, para exposição final como conclusão da metodologia que se pretende como encerramento do trabalho.

RESULTADOS

O Grupo Corpo é considerado atualmente uma das poucas companhias de dança com grande flexibilidade de linguagem, e uso de várias mídias em um espetáculo. Neste caso, todos os elementos que compõe o espetáculo, estão intimamente entrelaçados ao resultado final, e sendo o corpo, principal elemento que une vários elementos do espetáculo, no Grupo Corpo, ele possui uma forte concentração de expressividade. O figurino, complemento e elemento de ligação com o som, o espaço, a luz, e outras possibilidades de elementos, se encontram e se completam na ação e sedução da dança.

O corpo é elemento fundamental na dança e de toda sua historia cultural, social, biológica e se reflete nos movimentos que faz. A maneira como o coreógrafo e seu intérprete percebe o mundo, está presente no resultado do espetáculo que se concentra na dança. Segundo Merleau-Ponty em seu livro "Fenomenologia da Percepção", a percepção é sempre consciência perceptiva de alguma coisa e nela não se pode separar sujeito e objeto. A percepção do espetáculo de dança é entendida pela imagem de um todo do lado ativo, por movimento, coreografia, espaço, tempo, gestual, corpo, bailarino e finalmente do lado passivo, a platéia (MERLEAU-PONTY, 1999: 135).

BIBLIOGRAFIA

- BÓGE**, Inês (org). Oito ou nove ensaios sobre o Grupo Corpo. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- CAMINADA**, Eliana. História da dança: evolução cultural. Rio de Janeiro, s/e. 1999.
- CHARLES-ROUX**, Edmonde. A era Chanel. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GASSNER**, John. Mestres do Teatro. Lisboa: Editora Perspectiva, 1980.
- MERLEU-PONTY**, Maurice. Fenomenologia da percepção. São Paulo, pole-video, 1999.
- MIRCEA**, Eliade. O sagrado e o profano. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- REIS**, Sérgio Rodrigo. Rodrigo Pederneiras e o Grupo Corpo: Dança Universal. São Paulo: Imprensa oficial do estado de São Paulo, 2008.
- SALAZAR**, Adolfo. História da Dança e do Ballet. México: Artis Editora, 1972.
- Eduardo Guimarães e Mirian Rose Brum-de-Paula. Sentido e memória. Campinas: Pontes editores, 2005.

FIGURINO NO CINEMA: UM ESTUDO SOBRE A OBRA DE FEDERICO FELLINI “JULIETA DOS ESPÍRITOS”

Melissa Carla Haddad

Profª. Ms. Sueli Carvalho (orientadora)

INTRODUÇÃO

O italiano Federico Fellini, foi um dos grandes diretores de cinema do século XX, e possuidor de um estilo genuíno e onírico com universos que se misturavam entre sonho e realidade. Um traço marcante em sua obra foram os figurinos de seus personagens, sempre intensos pelo exagero de cores e ornamentos e carregados de significados e marcas psicológicas.

A linguagem em sua obra, sempre privilegiou a estética visual, que se mistura em traços psicológicos e fantásticos. São essas riquezas de detalhes, de misturas, de sobreposições, dramaticidade e texturas, que buscamos para inspirar o Design de Moda, na possibilidade da construção de uma metodologia para o desenvolvimento de figurinos.

OBJETIVOS

Buscamos nessa pesquisa, rastrear traços de construção do personagem e a relação com sua segunda pele, a roupa que o define e o revela. E para tal pesquisa foi selecionada a primeira obra cinematográfica colorida de Federico Fellini, de grande sensibilidade por abordar o universo feminino, o filme “Julieta dos Espíritos”. A riqueza de personagens tem a revelação de sua persona através do figurino. Na desconstrução através desta pesquisa, buscamos aprender com o mestre, a interpretação do enredo e a construção de personagens complexos e significativos em sua aparência, acreditando ser um grande exercício na possibilidade de criar figurinos.

O objetivo desta pesquisa é analisar o figurino, contextualizando-o dentro do seu período de produção. Iniciamos por um entendimento de umas das mídias mais importantes do final do século XIX, o cinema, e que no início do século XX, alcança uma aura de afetação que irá permear o cotidiano das pessoas sem precedentes históricos. O cinema é reconhecidamente uma mídia da cultura de massa. A obra de Fellini se encaixa num momento do cinema de grande importância, a conquista da cor, e o filme abordado nesta pesquisa pertence a esse histórico instante da evolução do cinema, pois é a primeira filmografia colorida do diretor.

A abordagem da pesquisa é sobre figurino e personagem de “Julieta dos Espíritos”, de 1965, uma das obras-primas de Fellini, de grande sensibilidade na abordagem sobre o universo feminino. A análise

segue num primeiro momento sobre a construção do personagem, sua personalidade e psique, para na sequência fazermos uma analogia com a construção do figurino e seus significados.

O período do enredo do filme se pronuncia através do figurino, que nos faz ter a certeza do tempo, ou seja, o início dos anos 60. Alguns personagens escapam do contexto, fluindo um lado fantástico do diretor. É nesse momento que se faz necessário observarmos as referências dos personagens.

A exuberância e a sensualidade, compõem algumas personagens que se contrapõem com a protagonista. A ilusória sensação de ricos figurinos vai se esclarecendo e confirmando que eles pertencem ao universo psicológico das personagens, uma vez que elas possuem um único modelo de roupa, que se modifica pela cor e pela textura, conforme a fluidez emocional da película.

METODOLOGIA

Com uma metodologia de reconstruir o figurino do filme, buscamos nos aprofundar na anatomia do personagem e constituir possibilidade que nos faça, através do roteiro, entender como se construiu suas roupas. Buscamos uma sensibilização e entendimento da construção de figurinos, e que a pesquisa também possibilite a construção de uma coleção em moda. E finalmente, esse método de desconstrução nos levará a confecção tridimensional da peça piloto, ou seja, a casca original das personagens, desnudando-as da ilusão e entendendo a proposta do diretor.

O filme é realizado durante a década de 1960 e o figurino reflete a época até certo ponto, por exemplo, através de vestidos “tubinho” de estrutura cilíndrica. Fica evidente que o objetivo do figurino não era reproduzir a moda vigente, mas sim, os simbolismos e as estilizações que foram amplamente desenvolvidos para representar a estética e o caráter psicológico das personagens, o que permite ao espectador a identificação da personalidade e seu estado emocional, ao criar uma atmosfera dramática subliminar.

O figurino, ainda evidencia a história de um personagem, conforme a evolução do enredo. Em “Julieta dos Espíritos”, a personagem principal utiliza-se de um figurino diversificado, em cores e modelagens, demonstrando assim a evolução pessoal pela qual a protagonista atravessa no desenrolar do filme. As outras personagens, no entanto, mantêm o mesmo figurino durante todo o filme, diferenciados apenas por diferentes conjuntos de cores, conforme a proposta da cena.

As cores, ricamente utilizadas por Fellini, expressam o estado de espírito e diferenciam as cenas reais e imaginárias, como por exemplo na cena em que Julieta lembra-se de apresentar Giorgio a sua mãe e irmãs. As cores das cenas são frias, intercalando o passado e o presente através da memória de Julieta. O passado possui o céu e está nublado e os tons são cinza nas roupas da família, demonstrando que as emoções do presente – a despedida de seu marido – influenciam suas impressões do passado.

O figurino de Julieta, recebe uma influência oriental chinesa, evidenciada pela gola de vários vestidos e chapéus mandarim. As cores claras, principalmente o branco, são muito utilizadas, conferindo ingenuidade e pureza à protagonista, e revelarão sua sexualidade reprimida em oposição à vizinha sensual e lasciva, cujas roupas, quando não revelam o corpo, delineiam sua forma. Os conflitos, os traumas de infância e seu sentimento de inferioridade em relação à mãe e às irmãs são expostos durante a evolução do filme, que não possui uma narrativa linear, pois se vale de imaginações e memórias que constantemente invadem a realidade, fragmentando o presente através do inconsciente de Julieta. A memória é o principal fio condutor do enredo deste filme, em que seu estilo fantasioso, subjetivo e intimista toma o lugar da narrativa tradicional. Em “Julieta dos Espíritos”, Fellini explora o inconsciente, a repressão do catolicismo e os traumas infantis, e utiliza as cores para criar um visual espetacular, dando vazão à fantasia, por exemplo, à cena em que Julieta caminha pelo bosque ao encontro de sua mãe e irmãs. Neste caso, o diretor usa o amarelo intenso, em contraste ao verde e vermelho, de forma exuberante como numa pintura em movimento. Com isto, Fellini faz a realidade de Julieta parecer tão fantástica quanto suas ilusões.

Nas raras ocasiões em que Julieta aparece vestida de vermelho, o diretor teve a intenção de demonstrar o desejo de mudanças radicais em sua vida, como na cena em que conhece o amigo espanhol de seu marido e quando vai à festa de sua vizinha “bon vivant”. Momentos breves, para novamente a ausência de cor retomar sua vida. Ao final, Fellini usa o preto para representar a alma de Julieta, como se estivesse de luto, pela partida do marido com a amante. O preto representa toda a dor, angústia e impotência diante da inevitável separação, e a preparação a entrega da dor da perda.

Para o desenvolvimento do processo, a pesquisa embasou-se em bibliografias sobre cinema, figurino, contexto da obra na evolução do cinema italiano dos anos 60. Entrevistas com Fellini foram dispostas em sites de cinema, o que possibilitou utilizar sua fala para entender alguns propósitos nesta obra especificamente. Finalmente embasamos os elementos do figurino em bibliografia sobre a moda dos anos 60, na Itália, local e cultura abordados no filme, e as características que auxiliam a identificar a cronologia do filme.

RESULTADOS

A pesquisa nos revela que a protagonista é a única em processo constante de mutação, uma observação que nos revelou um aprendizado e uma maestria de Fellini, que nos seduziu através da sua coleção de personagens. O figurino, ademais, é parte de suma importância do espetáculo, pois através dele se cria uma linguagem através das formas, cores, texturas, transmitindo valores que enfocam a época, a situação econômica política e social, além de indicar a região, a cultura, estação climática, o estilo do

personagem e aspecto psicológico, ou seja, todo o universo envolvendo os elementos necessários para transmitir ao espectador o sentido do espetáculo, devendo mostrar as relações entre todos os personagens complementando-os ao cenário, à iluminação e outros elementos visuais em que esteja inserido.

“Juliet dos Espíritos”, é uma obra que admite uma série de leituras, de análises psicológicas, da influência que o inconsciente exerce nas pessoas, no modo como a educação forja o caráter e a personalidade dos adultos, e em particular da psique feminina. Sua riqueza em transmitir a personalidade através do personagem é um exercício interessante para o conhecimento entre enredo, a visão estética do diretor e o resultado do figurino como extensão da persona. O desenvolvimento deste trabalho levou a uma sensibilização do olhar para aprender com obras clássicas seus métodos de criação e construção de personalidades através das roupas dos personagens. Uma possibilidade em moda como atividade profissional, e um caminho para entender metodologias de criação.

BIBLIOGRAFIA

ANGELI, Franco. **Moda Regoli e Rappresentazioni**. Milano: s/e, 1995.

AUMONT, Jacques e outros. **A estética do filme**. Campinas: Papyrus Editora, 2002.

BONDANELLA, Peter **The Cinema of Frederico Fellini**. NY: Princeton University Press, 1992.

CASTILHO, Kathia, **Moda e linguagem**. São Paulo: editora Anhembi Morumbi, 2004.

CHARNEY, Leo e **SCHWARTZ**, Vanessa R. (org.). **O Cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

CROCI, Paula e **VITALE**, Alejandra (org.). **Los Cuerpos Dóviles – Hacia un tratado sobre la moda**. Buenos Aires: La marca editora, 2000.

FELLINI, Frederico. **Fellini por Fellini**. Porto Alegre, LP&M, 1983.

GRÜNENWALD, José Lino. **Um filme é um filme: o cinema de vanguarda dos anos 60**. São Paulo, Cia das Letras, 2001.

LEHNERT, Gertrud. **História da moda do século XX**. Colonia: Konemann, 2001.

MARTINS, Luiz Renato. **Conflito e Interpretação em Fellini**. São Paulo: Edusp, 1994.

MORIN, Edgar. **O Cinema ou o Homem Imaginário**. Lisboa: Relógio d’Água, 1977.

MUNIZ, Rosane. **Vestindo os nus: o figurino em cena**. SENAC: Rio, 2004.

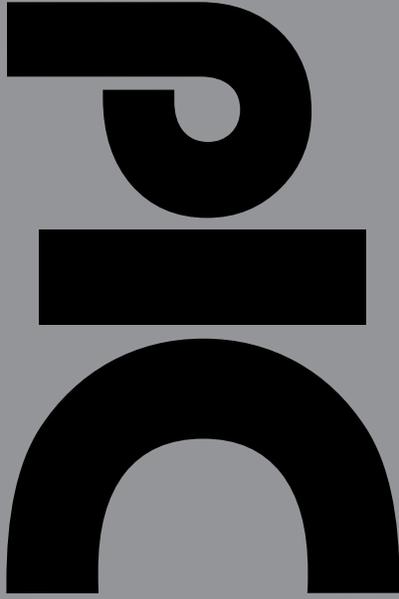
SEELING, Charlotte. **Moda : o século dos estilistas 1900 - 1999**. Colonia: Konemann, 2000.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do Cinema**. Campinas, SP: Papyrus, 2003 – Coleção Campo Imagético.

UNICENTRO BELAS ARTES DE SÃO PAULO. **50 Anos da Moda Italiana : Moda Italiana**. 348. ed. São

Paulo: Faculdade de Belas Artes de São Paulo, 16/09/99. 40 Fotos.

WEGAND, Chris. **Frederico Fellini** – Filmografia Completa. São Paulo: Taschen do Brasil Editora, 2003.



VIII Congresso de
Iniciação Científica

Formação de Professores



A ARTE: DE FIGURANTE A PROTAGONISTA

Janaina Freire de Oliveira

Profª. Ms. Maria Aparecida Alcântara (Orientadora)

INTRODUÇÃO

A educação, nos últimos tempos, vem passando por momentos difíceis. Isso não significa que estas dificuldades são recentes: trata-se de um emaranhado de problemas, os quais não se procurou buscar soluções nos momentos certos e estes só foram aumentando e dificultando ainda mais o cotidiano escolar.

Um dos principais problemas é o desinteresse dos alunos diante dos conteúdos apresentados. Desinteresse este que aumenta desesperadamente com o passar dos dias, sem que se consiga elaborar soluções para a eliminação do problema. Este fator é de extrema importância, pois contribui para o aumento quantitativo dos índices de evasão escolar das crianças e dos adolescentes.

Outro fator importante é a indisciplina, a qual tem ocasionado situações preocupantes, tanto para a instituição de ensino, quanto aos pais e até mesmo os departamentos policiais.

Isso sem considerar a hiperatividade, que muitas vezes é confundida com indisciplina e não diagnosticada e tratada conforme deveria ser.

Mas de quem será a culpa por estes transtornos e desvios comportamentais? Quem é o responsável, ou deveria ser, por buscar solução para estes problemas? O que podemos fazer para reverter este quadro e instituímos uma educação de qualidade, capaz de formar cidadãos aptos para a vida em sociedade?

Sabemos que há muito a ser feito: a necessidade de reorganização das instituições escolares, revisão nos conteúdos de ensino julgados “essenciais” para a formação social do aluno e melhores investimentos na formação e qualificação dos profissionais da educação.

Onde a Arte pode ser inserida neste contexto? Como a mesma pode auxiliar na busca por soluções?

Sabemos que a Arte nunca foi tida e valorizada como uma área de conhecimento, mas sim como um fazer prático e supérfluo para proporcionar relaxamento e distração na rotina estressante e desgastante do ciclo escolar.

Porém, sabemos que a Arte tem subsídios teóricos e práticos necessários para auxiliar na reversão destes quadros comportamentais assustadores e que a mesma é, e muito, importante e necessária para a reformulação da educação.

OBJETIVOS

A pesquisa visa eliminar os pré-conceitos existentes e enraizados em nossa cultura com relação à Arte, desmistificando-a e lhe atribuindo subsídios teóricos de extrema importância e fundamentais à educação.

A Arte é uma das áreas do conhecimento capaz de trabalhar os aspectos sensitivos das pessoas, atribuindo-lhes espaço para o pleno estabelecimento de relações intrapessoais e interpessoais, possibilitando e valorizando o autoconhecimento e o respeito às particularidades individuais, visando proporcionar uma melhoria nas relações sociais.

Com o objetivo de traçar um diagnóstico do atual ensino de Arte nas escolas, demonstrando como a mesma é desvalorizada e ridicularizada, abandonada à periferia dos projetos pedagógicos, será realizada uma pesquisa quantitativa com alunos e professores, buscando gerar dados qualitativos remetentes à desvalorização da mesma como um campo de conhecimento.

Será demonstrado que a Arte possui uma função subjetiva e objetiva na gestão individual e social, e que a mesma, se relacionada com as demais disciplinas, poderá auxiliar na melhor compreensão de conteúdos e temas de difícil aceitação por parte dos alunos.

METODOLOGIA

Para a fundamentação teórica desta pesquisa, será utilizada uma bibliografia específica, composta por livros, revistas, sites e artigos os quais auxiliarão na fundamentação desta pesquisa por abordar assuntos relacionados com o objetivo proposto, tais como: Arte, Arte-Educação, problemas comportamentais no campo da educação, interdisciplinaridade e transversalidade.

Com o intuito de buscar um diagnóstico do ensino de Arte nas instituições escolares, será realizada uma pesquisa quantitativa para fundamentar qualitativamente a importância e/ou desvalorização da arte no contexto escolar.

A pesquisa será realizada nas seguintes instituições: E.E.S.G. Brasília Machado, instituição pública do governo voltada para o ensino médio, localizados na Vila Mariana; E.E. Lasar Segall, instituição pública do governo voltada para o ensino fundamental, localizada na Vila Mariana; e o Colégio Van Gogh, instituição particular de ensino fundamental e médio, localizado na Freguesia do Ó.

Serão abordados alunos, os quais estejam cursando as séries finais do ensino fundamental e as séries do ensino médio, as quais possuem a disciplina de Arte no currículo.

BIBLIOGRAFIA

BARBOSA, Ana Mae Tavares Bastos. Teoria e Prática da Educação Artística. 2.^a edição. São Paulo: Cultrix. 1978.

_____. Inquietações e mudanças no Ensino da Arte. 3.^a edição. São Paulo: Cortez. 2007.

BIASOLI, Carmem Lúcia Abadie. A formação do Professor de Arte: do ensaio à encenação. Campinas: Papirus. 1999.

CANCLINI, Néstor Garcia. A Socialização da Arte: Teoria e Prática na América Latina. 2.^a edição. São Paulo: Cultrix. 1980.

CIMINO, Valdir. O papel do educador na era da interdependência: como incrementar as relações entre educadores e alunos por meio de uma educação ética e solidária. São Paulo: Clio. 2007.

COLLI, Jorge. O que é Arte. 15.^a edição. São Paulo: Editora Brasiliense. 1995.

DUARTE JR, João Francisco. Por que Arte-Educação? 6.^a edição. Campinas: Papirus. 1991.

FAZENDA, Ivani Catarina Arantes. Interdisciplinaridade: qual o sentido? São Paulo: Paulus. 2003.

GROPPA, Julio de Aquino. Indisciplina: o contraponto das Escolas Democráticas. São Paulo: Moderna. 2003.

IABELBERG, Rosa. Para gostar de aprender Arte: sala de aula e formação de professores. Porto Alegre: Artmed. 2003.

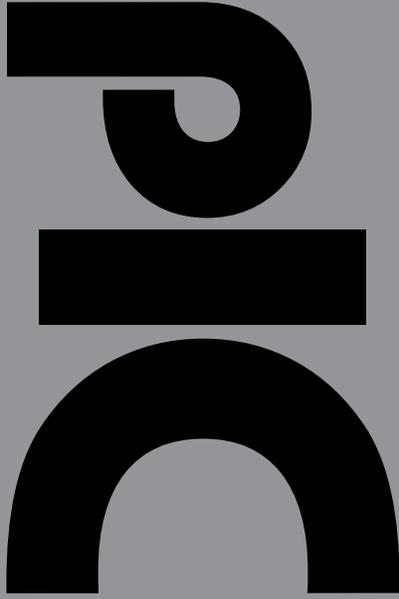
Parâmetros Curriculares Nacionais: Arte / Secretaria de Educação Fundamental – Brasília: MEC/SEF. 1997.

READ, Herbert. A Educação pela Arte. São Paulo: Martins Fontes. 2001.

TOZZI, Devanil. Educação com Arte – Idéias 31. São Paulo: FDE. 2004.

SOARES, Alessandro Rosa. A importância da Arte para a Socialização. Artigo Eletrônico. Itaperuna. 2007. em: < <http://www.rioei.org/opinion42.htm> >. Acesso em 08 de maio de 2009.

Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional. 2005. em: < <http://nsae.acaoeducativa.org.br/portal> >. Acesso em 27 de maio de 2009.



VIII Congresso de
Iniciação Científica

Relações Internacionais



PERCEPÇÕES DO BRASIL NOS PAÍSES DO MERCOSUL AMPLIADO

Denis Araujo de Oliveira

Fernanda Faustino Gonçalves

Prof. Dr. Igor Fuser (Orientador)

INTRODUÇÃO

A partir da cobertura de doze veículos jornalísticos, em seis países diferentes, o trabalho desenvolve a análise e imagem da política externa brasileira aos olhos dos formadores da opinião pública na Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile, Bolívia e Venezuela.

OBJETIVOS

O objetivo é obter, por meio de um monitoramento sistemático de manifestações de formuladores de políticas, atores sociais, jornalistas e acadêmicos, um quadro de referências sobre a percepção das iniciativas do Brasil no contexto sul-americano, com ênfase para os terrenos político e o econômico. Os seis países foram escolhidos pela particular importância do Mercosul no contexto das relações regionais do Brasil: Argentina, Uruguai e Paraguai são membros plenos da área de integração econômica prioritária para o país, enquanto os outros três – Chile, Bolívia e Venezuela – estão vinculados ao Mercosul na condição de países associados.

METODOLOGIA

Esta pesquisa de iniciação científica tem como meta mapear as percepções mais comuns em relação à política externa brasileira nos seis países escolhidos, identificando juízos valorativos favoráveis e desfavoráveis que se manifestaram durante um período de 10 meses num conjunto de publicações utilizadas como amostragem.

A pesquisa está voltada para identificar manifestações de atores relevantes – autoridades, empresários, jornalistas, acadêmicos e integrantes de movimentos sociais – nas seguintes áreas da política externa brasileira para a América do Sul:

1. Integração regional, continental e hemisférica
2. Comércio global
3. Relações comerciais bilaterais

4. Democracia e estabilidade institucional
5. Segurança internacional
6. Meio ambiente
7. Direitos humanos
8. Migrações

Para isso, os pesquisadores classificaram essas manifestações, tal como publicadas nos veículos escolhidos, a partir de uma avaliação de conteúdo valorativo (positivas, negativas, neutras e simultaneamente positivas e negativas), em uma tipologia que sirva como indicador dos marcos de referência por meio dos quais as ações brasileiras no cenário regional são percebidas. O trabalho não tem, é importante ressaltar, pretensões estatísticas, diante das limitações inerentes à sua execução e à falta de instrumentos metodológicos desenvolvidos especificamente para esse campo temático. O avanço que pode ser obtido se situa no esboço de um mapa conceitual que permite situar, como tipos ideais no sentido weberiano, as percepções mais frequentes da presença e atuação do Brasil no contexto regional.

As publicações foram escolhidas com base nos seguintes critérios:

- a) dois jornais diários de grande circulação em cada um dos países abordados nesta pesquisa;
- b) preferência para jornais que expressem, em cada país, posições político-ideológicas distintas;
- c) preferência para a chamada "imprensa de qualidade", isto é, publicações que sirvam de referência para setores significativos da sociedade nos seus respectivos países;
- d) preferência para jornais que atribuam destaque aos temas internacionais e, especificamente, sul-americanos;
- e) jornais que divulguem diariamente seu conteúdo pela internet.

Os veículos escolhidos foram os seguintes

- a) Argentina: Clarín (www.clarin.com.ar) e Página 12 (www.pagina12.com.ar)
- b) Uruguai: La República (www.larepublica.com.uy) e El País (www.elpais.com.uy)
- c) Bolívia: La Razón (www.la-razon.com) e Bolpress (www.bolpress.com)
- d) Chile: La Tercera (www.tercera.cl) e El Mercurio (www.emol.com)
- e) Paraguai: Última Hora (www.ultimahora.com) e ABC Color (www.abc.com.py)
- f) Venezuela: Agencia Bolivariana de Noticias (www.abn.info.ve) e El Nacional (www.el-nacional.com)

Os materiais coletados são classificados e sumarizados em fichas de leitura elaboradas com base nos seguintes tópicos:

- a) País
- b) Veículo
- c) Gênero do texto: editorial, artigo opinativo, notícia
- d) Tema abordado
- e) Juízo valorativo em relação à presença ou atuação do Brasil

RESULTADOS

De acordo com as pesquisas realizadas, foi possível identificar alguns temas de maior incidência, além de uma ocorrência mais frequente de temas relativos ao Brasil em veículos de determinados países. Os jornais paraguaios demonstram haver um conflito de opiniões no país em relação ao Brasil. Os tópicos em pauta atualmente no Paraguai se referem aos Brasiguaios e ao Tratado de Itaipu, onde o Brasil muitas vezes é citado como Imperialista.

A Argentina tem se mostrado parceira, respeitando grande parte das opiniões brasileiras.

O Uruguai costuma citar o Brasil como um exemplo a ser seguido e que, para sair da crise, seria interessante fazer mais acordos com os brasileiros. A Bolívia tem opiniões semelhantes ao país anterior, além de lutar junto ao Brasil para acabar com o tráfico na fronteira.

Nos jornais chilenos, a pequena quantidade de informações encontrada, tinha como foco a repercussão da candidatura de Dilma Rousseff e a popularidade do presidente Lula.

Venezuela carece de informações relevantes em relação ao Brasil, podendo isso ser considerado um reflexo de suas relações com o país.

BIBLIOGRAFIA

CERVO, Amado Luiz, e Bueno, Clodoaldo. História da Política Exterior do Brasil. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.

COSTA FREITAS, Jorge Manoel da. A Escola Geopolítica Brasileira. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora, 2004.

GOLDESTEIN, Judith, and Keohane, Robert O. Ideas and Foreign Policy – Beliefs, Institutions and Political Change. Ithaca and London: Cornell University Press, 2003.

HURRELL, Andrew. “Os Blocos Regionais nas Américas”. Revista Brasileira de Ciências Sociais, nº 22, ano 8, junho de 1993, pp. 98-112.

- LAFER**, Celso. A Identidade Internacional do Brasil e a Política Externa Brasileira, pg. 45. São Paulo, Perspectiva, 2004.
- MARINI**, Ruy Mauro. Subdesarrollo y Revolución. Cidade do México: Siglp XXI, 1974.
- NYE JR.**, Joseph S. O Paradoxo do Poder Americano. São Paulo: Editora Unesp, 2002.
- SOARES DE LIMA**, Maria Regina. "Hablas Español? O lugar da América do Sul na Política Externa Brasileira", Observatório Político Sul-Americano, 13/2/2005. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2005.
- _____ e Hirst, Monica. "Brazil as na intermediate state and regional power: action, choice and responsibilities". International Affairs, vol.1, no.82, 2006.
- _____ e Santos, Fabiano. "O Interesse Nacional e a Integração Regional", Observatório Político Sul-Americano, abril/2008. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2008.
- TOKATIÁN**, Juan Gabriel. El lugar del Brasil en la política exterior argentina. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económico, 2003.
- WENDT**, Alexander. "Collective Identity Formation and the International State". American Political Science Review, v.88, n.2, pp.384-396, 1994.
- _____. A Social Theory of International Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

O SIGNIFICADO DA UNASUL NA INTEGRAÇÃO REGIONAL

Priscila de Araújo Souza

Prof. Dr. Nilson Araújo de Souza (Orientador)

INTRODUÇÃO

Os projetos para que haja uma integração sul-americana existem desde 1948 quando foi criada a Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL), que sempre buscou promover o desenvolvimento da região.

Já há mais de cinco décadas que se vem tentando estabelecer um projeto sólido de integração, mas até o momento nenhum cumpriu seus objetivos por completo, talvez porque muitos países da região sempre tiveram uma grande instabilidade política e econômica e isso gera um medo de que a soberania do país seja afetada, já que em um processo de integração completo todas as decisões da região ficariam nas mãos de instituições criadas pelo bloco.

Um fator importante para a integração é que todos os países latino-americanos são considerados subdesenvolvidos e têm dificuldades de inserção no cenário internacional. Com a formação de um bloco forte, a participação internacional dos países integrantes do bloco será imensamente aumentada e fortalecida tanto na área econômica como política.

A União das Nações Sul-Americanas (UNASUL) é o mais recente projeto de integração da região. Teve sua constituição oficial em maio de 2008, surgiu como substituta para a Comunidade Sul-Americana de Nações (CASA); é um projeto ambicioso que prevê a integração nas áreas política, econômica, energética e até mesmo cultural.

OBJETIVOS

O objetivo da pesquisa é analisar os principais processos de integração pelo quais a América do Sul já passou até chegar ao mais atual que é a UNASUL e a partir daí aprofundar a pesquisa especificamente desse projeto que é promissor e tem tudo para dar certo.

METODOLOGIA

Para realizar esta pesquisa, foram utilizadas fontes bibliográficas acerca da integração regional com foco na área econômica e nas relações internacionais. Foram utilizados livros que tratam dessa temática,

principalmente os que tratam especificamente da América do Sul, além de sites de organizações nacionais e internacionais que fazem parte ou que analisam esse processo de integração, assim como sites dos Ministérios de Relações Exteriores de alguns países da região.

RESULTADOS

Já no início dos estudos sobre integração, via-se que esta é importante e necessária. A princípio, era uma forma de colocar os países convivendo de uma forma organizada e assim evitar guerras. Com o passar dos anos, essa teoria foi evoluindo e o que era visto apenas do ponto de vista político passou a ter um enfoque mais econômico. Afinal, não basta apenas que os países convivam pacificamente. É necessário que se desenvolvam, gerando assim bem-estar e qualidade de vida a sua população. Isso se torna mais importante quando se trata dos países sul-americanos que são considerados subdesenvolvidos, inseridos no Terceiro Mundo.

Os países da América do Sul tentaram vários projetos de integração. O que se pode considerar como embrião do processo foi a Associação Latino-Americana de Livre Comércio (ALAC), que era voltada totalmente para a área comercial, criada em 1960. Em 1980 a ALAC foi substituída pela Associação Latino-Americana de Integração (ALADI), cujo objetivo principal era constituir a longo prazo um mercado comum latino-americano.

A Comunidade Andina de Nações foi outra grande tentativa de integração. Hoje conta com quatro países membros e já fornece à população desses o passaporte andino e tem um parlamento. Talvez o projeto mais forte e mais consolidado até o momento seja o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), criado em 1991. Esse processo atualmente está no estágio de união aduaneira.

Em 2004, os membros da CAN e do MERCOSUL assinaram o acordo de Cuzco para criar a Comunidade Sul-Americana de Nações (CASA). Nesse projeto, já se prevê uma convergência de interesses nas áreas política, econômica, social, cultural, de segurança e energia. E em 2008 foi assinado um tratado transformando a CASA na UNASUL.

Tendo como exemplo a União Europeia, nota-se que é perfeitamente possível que um projeto de integração se torne realidade, ainda mais numa região como a América Latina, onde ainda tenham sido pouco explorados fatores como as línguas, cultura e a própria história dos países.

A UNASUL tem como principal apoiador e interessado o Brasil, que está sempre à frente de negociações e tem voz ativa. Isso ocorre principalmente pelo fato de atualmente o Brasil possuir uma economia relativamente estável e um poder de negociação internacional que vem crescendo a cada dia. Esse é um projeto grandioso e que realmente tem tudo para dar certo. É necessário apenas que os governos dos países da região continuem mantendo um bom diálogo e sigam com o interesse de levar o projeto que beneficiará a todos.

BIBLIOGRAFIA

BAUMANN, Renato; **CANUTO**, Otaviano; **GONÇALVES**, Reinaldo. Economia Internacional – Teoria e Experiência Brasileira. São Paulo: Campus, 2004.

CARVALHO, Maria Auxiliadora de; **SILVA**, Cesar Riberto Leite da. Economia Internacional. São Paulo: Saraiva, 2007.

OLIVEIRA, Amâncio J; **ONUJI**, Janina. Eleições Política Externa e Integração Regional. Revista de Sociologia e Política, vol 27, Curitiba, 2006.

OLIVEIRA, Rafael Rezende Francisco de. Política externa brasileira – formação da Comunidade Sul-Americana de Nações. Trabalho de Iniciação Científica, Curso de Relações Internacionais, Febsp. São Paulo, 2005.

VAZ, Alcides Costa. Cooperação, integração e processo negociador: a construção do Mercosul. Brasília: IBRI, 2002.

A NOVA ROUPAGEM SUL-AMERICANA COMO POLÍTICA DE RESISTÊNCIA E OPOSIÇÃO À INFLUÊNCIA DOS ESTADOS UNIDOS NA REGIÃO

Sandra Maria Batista da Cruz

Prof. Dr. Nilson Araújo (Orientador)

INTRODUÇÃO

No período Pós-Guerra Fria, várias mudanças ocorreram na América do Sul causando inquietação no meio acadêmico. Por que uma região que já teve entre dez países oito ditaduras mudou radicalmente sua estrutura em menos de cinquenta anos, partindo em grande parte para governos de esquerda e centro-esquerda? Ao elaborar essa pesquisa, buscamos compreender o posicionamento dos novos governos sul-americanos com relação à política externa norte-americana, trazendo à tona populações menos favorecidas que nem sempre foram devidamente representadas em seus países. Esses novos governos emergem no continente, afastando-se da política neoliberal implantada pelos Estados Unidos.

Contribuiu para esse quadro a intervenção norte-americana que, por séculos, estabeleceu vínculo imperioso através do domínio político e econômico, desfavorecendo a estruturação democrática na região. Essa intervenção despertou o anti-imperialismo nas populações, promovendo o início da descrença em sua hegemonia.

Dessa forma, a pesquisa será voltada para o estudo das mudanças em política externa dos principais países da América do Sul, abordando as relações de cooperação e contraposição entre os países da região, de forma a enfatizar a crescente interdependência regional, bem como identificar a posição dos Estados Unidos frente a essas mudanças, considerando sua exclusão na política de integração da região como realidade, fato corroborado com a inativação da ALCA ou com a consolidação do Mercosul.

Mapear os polos de poder é parte importante do trabalho, já que a realidade da América do Sul é ambígua. Alguns países têm forte tendência de identificação com os Estados Unidos em suas políticas externas, principalmente quanto ao comércio que sofre ainda extrema dependência do mercado estadunidense, como é o caso da Venezuela que adotou política externa independente em sua retórica, porém por muito tempo não houve desalinhamento automático frente ao comércio petrolífero entre ambos, o que vem mudando com a diversificação de exportações desse país para a China, por exemplo. Nesse quadro, o Brasil encontra-se na zona de intersecção, buscando a consolidação da integração regional entre países contrários e favoráveis à intervenção norte-americana na região.

O estudo é voltado para essa nova realidade: a emergência de classes excluídas do governo como contraposição à política externa dos Estados Unidos e a intervenção do Brasil como liderança, baseado na experiência de países sul-americanos. O tema tem como delimitação temporal o pós- Guerra Fria, demonstrando a evolução ao longo do tempo e estágio atual.

OBJETIVOS

Considerando as mudanças que o cenário mundial vem imprimindo com o crescimento de países emergentes, como o Brasil, e o provável enfraquecimento do poder estadunidense, fazem-se necessário o estudo e entendimento de suas causas de forma a preparar os profissionais e estudiosos para uma nova realidade, além de conhecer os processos em termos reais, já que não são claros os impactos e significados quanto à dinâmica da relação entre os países da América do Sul e Estados Unidos.

A abordagem do trabalho será avaliar as consequências da política externa dos Estados Unidos na América do Sul. O tema se torna relevante quando traçado o paralelo com a política externa do Brasil e países vizinhos que transformam nossa realidade no âmbito econômico e social. Conhecer a história e compreender o atual quadro nos proporcionam a possibilidade de estruturar novos rumos na política que podem interligar o mundo em cooperação ou redefini-lo em novas bases.

Para avaliar a possibilidade de cooperação ou fragmentação regional é necessária a análise profunda das políticas existentes, já que os países da América do Sul são regidos por políticas, culturas e economias diferentes, além da existência de litígios e conflitos na região. Esses fatores são importantes para entender a evolução da integração regional, que pode ser questionada quanto à formação do processo real.

METODOLOGIA

O método de pesquisa utilizado corresponde às linhas cronológica/histórica e analítica. A pesquisa histórica irá considerar o estudo de eventos, concentrando-se em uma série de ações empreendidas que se entrelaçam em uma sucessão temporal. A pesquisa analítica, por sua vez, permitirá estabelecer as relações de causa e efeito, com a função de elevar o conhecimento a respeito da realidade econômica e política.

A natureza dos dados utilizados ao longo da pesquisa tem como auxílio o uso de bibliografias, corroborando a realidade exposta na pesquisa, além de buscar responder novas questões encontradas ao longo do trabalho e encontrar soluções para os problemas existentes, reafirmando a importância

de definir o cenário de maneira equilibrada.

A natureza dos dados utilizados ao longo da pesquisa terá como auxílio o levantamento de informações qualitativas obtidas através do uso de bibliografias, artigos, resenhas, reportagens em revistas e periódicos, base de dados estatísticos, pesquisa eletrônica via internet, documentos oficiais, corroborando a realidade exposta na pesquisa.

RESULTADOS

Com o fim da Guerra Fria os Estados Unidos emergiram como superpotência, reconfigurando o Sistema Internacional e transformando as relações dos países da América do Sul, que algumas vezes veem os Estados Unidos como aliados, através de oportunidades para o crescimento econômico, e outras como “ameaça”, frente à incisiva busca de alcançar seus objetivos provocando instabilidades e conflitos em determinadas ocasiões.

Os países do Continente Americano sentiram as consequências da política externa dos Estados Unidos ao longo dos séculos, que por vezes abriu espaços para penetração econômica e militar no seio das sociedades, mudando seu comportamento. A reforma estrutural responsável pela concentração de riquezas e liberdade de competição, engendrou o sistema de monopólios, submetendo os países ao seu domínio. Esses fatores fizeram com que emergisse na região uma nova realidade, que buscou denunciar através da política o descontentamento quanto ao poderio estadunidense. As mudanças ocorridas correspondem ao enfraquecimento do poder dos Estados Unidos na região e a política neoliberal passa a ser questionada frequentemente pelas crises abruptas que ocorreram ao longo dos últimos anos.

A política de esquerda e centro-esquerda se reafirma na América do Sul através de eleições democráticas, elegendo governos em países importantes como Brasil, Argentina, Bolívia ou Venezuela. A política como se engendra na região, para muitos autores, se assemelha ao populismo, sendo por vezes comparado com nomes como Getúlio Vargas, Juan Domingos Perón ou Lázaro Cárdenas, criando um “neopopulismo”. Na verdade, o que podemos observar nessa nova realidade trata-se de forte política nacionalista, anti-imperialista, representada por movimentos sociais emergentes que não foram devidamente incorporados pelas instituições políticas.

Um ponto importante considerado na pesquisa é o fato de que os países da América do Sul possuem hoje responsabilidade fiscal maior, com controle de inflação e déficit fiscal, voltando sua atenção para certo equilíbrio macroeconômico, fatores importantes que levaram alguns governos a atingirem alto patamar de popularidade, tornando seu exercício legítimo.

BIBLIOGRAFIA

AMARAL, Sérgio. “Uma política externa para o século XXI” *Política Externa*, São Paulo: Paz e Terra, vol. 15, n. 02, pg. 07-20, set/out/ nov/2006.

BANDEIRA, Moniz “Relações Brasil-EUA no contexto da globalização : presença dos EUA no Brasil” São Paulo: Senac, ed. 2, pg. 121-368, 1997.

BARBOSA, Alexandre e tal “Integração Regional na América Latina: o “processo real” e a visão da Aliança Social Continental” São Paulo: PROSPECTIVA Consultoria Brasileira de Assuntos Internacionais, pg. 05-61, ago. 2005.

COUTO, Leandro Freitas “O horizonte regional do Brasil e a construção da América do Sul (1990-2005)” Brasília: Universidade de Brasília Instituto de Relações Internacionais, pg.11-118, 2006.

SILVA, Luisa Maria Nunes de Moura e tal “Relações internacionais do Brasil e integração Latino-Americano” Campo Grande: UFMS - Universidade Federal de Mato Grosso, 2008.

WALKER, Ignacio. “Qual é o caminho da globalização, da democracia e da esquerda na América Latina?” *Política Externa*, São Paulo: Paz e Terra, vol. 15, n. 02, p. 21-32, set/out/ nov/2006.

NOVO PARADIGMA: OS PAÍSES EMERGENTES E A CRISE DA ECONOMIA MUNDIAL

Renan Franco Araújo Dias

Thamires Aiello de Souza Lima

Prof. Dr. Sidney Ferreira Leite (orientador)

INTRODUÇÃO

O estudo tem como ponto de partida o processo de acumulação e reservas internacionais experimentado pelos países emergentes, a partir dos anos 1990. Nesse cenário, merece atenção especial a consolidação dos Estados Unidos como potência e o seu papel relevante nos estudos sobre a Economia Política Internacional. Como fica esse cenário após a crise de 2008?

O trabalho ganha relevância, pois os Estados Unidos começam a sofrer as consequências do seu posicionamento hegemônico, ocupando o centro da crise da economia internacional que emergiu com mais nitidez no segundo semestre de 2008. Tal situação leva a potência hegemônica a ser confrontada pelos países emergentes, notadamente o Brasil e a China, com o objetivo de operar reformas. Ambos apresentam economias mais estabilizadas e preparadas para o enfrentamento da crise.

RELEVÂNCIA E METODOLOGIA

O dólar como padrão do comércio e da sustentabilidade da economia internacional está sob o fogo cruzado. Assim, urge desenvolver pesquisas e reflexões sobre a necessidade de criar, por exemplo, uma moeda para economia internacional que supere as instabilidades geradas pelo dólar. Questão que está na ordem do dia das relações bilateral entre o Brasil e a China.

Para o campo das Relações Internacionais essa pesquisa visa contribuir para o estudo do novo paradigma que emergiu após a crise da economia em 2008 que quebra o ciclo hegemônico estadunidense e traz à tona atores já atuantes no sistema internacional, mas com novos papéis, especialmente o de agir como estabilizadores e porta-vozes por reformas visando a construção de um novo modelo para a economia mundial.

OBJETIVOS E RESULTADOS

O foco de pesquisa apresenta resultados na área de investigação sobre as causas que levaram os países emergentes a acumular reservas internacionais. O estudo de caso do Brasil ganha relevância

porque o país conseguiu acumular o total de 200 bilhões de dólares. Nessa senda, é feito um estudo comparativo com a China e com os Estados Unidos. A metodologia tem como eixo, estudos quantitativos e qualitativos sistematizados por bancos e organizações internacionais, em especial, o Fundo Monetário Internacional.

BIBLIOGRAFIA

GILPIN, Robert. Desafio Do Capitalismo Global. RJ. Ed. Record, 2004.

POLANYI, Karl. A Grande Transformação: as origens de nossa época. Rio de Janeiro, Editora Campus, 2006.

KRUGMAN, Paul- A crise de 2008 e a economia da depressão. RJ: Ed. Campus, 2008.

Autores

Alcântara, Maria Aparecida
Almeida, Ana Caroline de Souza
Almeida, Renato Lacerda de
Amaral Junior, Carlos Costa
Amaral, Liliane Simi
Amed, Fernando José
Andrade, Kátia Ribeiro de
Andrade, Mariana Ribeiro de
Andreoli, Eliane Aparecida
Angerami, Paulo Mattos
Antunes, Patrícia Hamsi
Arouca, Mônica do Amaral Britto
Asevedo, Vinicius de
Asta, Paola Cristina
Avendãno, Luis Emiliano Costa
Azevedo, Bruno
Azuma, Luiza Amaro
Bagatin, Amanda Costa
Barbosa, Fernanda Cruzeiro
Barbosa, Naomi
Battistin Neto, Julio
Bertarelli, Mariana
Bezerra, Adriano
Bolzani, Bruno
Bonfim, Bruno Magalhães
Borsoi, Gabriela Batista
Bueno, Sara de Menezes
Buonano, Débora Gigli
Campos, Adriana Sesma de
Campos, Maria Fernanda Marcuz de Souza
Cardoso, Everton Tirelli Pinto
Cardoso, Rick

Carvalho, Agda Regina de
Carvalho, Juliana Brigadão de
Carvalho, Sergio Lage Teixeira de
Corrêa, Raquel
Costa, Richelme da Silva
Cruz, Sandra Maria Batista da
Cunha, Tatiane Montefusco da
Dias, Renan Franco Araújo
Duarte, Ian Junqueira
Esteves, Natalia
Facca, Claudia Alquezar
Fagundes, Marcelo de Barros Cobra
Failla, Roberta Faustino
Fátima, Rafael Toledo Rodrigues de
Fernandez, Luana Manso
Ferreira, Renata Aparecida da S.
Filho, Luana Carvalho
Franco, Ana Flávia de Faria
Fujii, Silvia Naomi
Fumo Junior, Carlos Edgard
Fuser, Igor
Galvão, Larissa de Cristo
Garcia, Marilene S. S.
Garcia, Sueli
Garrocini, Claudia Aparecida
Gil, Cristiano Silva
Gonçalves, Breno
Gonçalves, Fernanda Faustino
Guerra, Karine Orlando
Guilarducci, Luciana Marques
Guimarães, Marília Lourenço
Haddad, Melissa Carla
Ingles, Camila Biganrdi
Iwakami, Luiza Naomi

Jacinto, Camila Morino
Keri, William
Kieling, Gabriel Paulo Antonio
Lameirinha, Valter dos Santos
Leite, Sidney Ferreira
Lima, Joelson Vieira
Lima, Thamires Aiello de Souza
Lopes, Caio Monteiro
Marcon, Lais
Martinelli, Murilo
Martinez, Joan Villà
Martins, Marília Faria
Mateus, Thiago Lopes
Mathias, José Ronaldo Alonso
Matias, Felipe Catelani Pereira
Medeiros, Daniel Braz de
Medeiros, Mitiko Kodaira de
Meister, Izabel Patrícia
Milan, Bruno Henrique da Costa
Minozzi, Celso Lomonte
Miranda, Camila Roberta da Silva
Miranda, Jethero Cardoso de
Montes, Paulo Andréas
Moraes, Felipe
Moraes, Jéssica Canassa de
Moura, Fernanda de Sousa
Moura, Raron
Negrini, Carlos Alberto
Netto, Antonio Rodrigues
Nobre, Fernanda de Abreu Rodrigues Murta
Nogueira, Paola Álvares
Ocana, Jefferson Kevin
Oliveira, Aline Cristine da Silva
Oliveira, Bruna Costa de

Oliveira, Denis Araújo de
Oliveira, Eliane Carvalho de
Oliveira, Janaina Freire de
Pereira, Pablo Vieira
Pimenta, Fernanda Dadas
Pinto, Luis Gustavo de Barros
Pirró, Lúcia Fernanda de Souza
Pulga, Márcia Alexandre
Rela, Maryana Lemos Nogueira
Rezende, Regina Rochanne Devásio de
Ribeiro, Juliana Zeli
Rio, Leonardo Moretto
Rocha, Bruna Brasetti
Rodrigo, Wagner
Rodrigues, Anna Paula da Conceição
Rodrigues, Renato Nouman
Saito, Tamis Akemi de Moraes
Santos Junior, Natalício Batista dos
Santos, Fabiane Almeida dos
Santos, Guilherme William Udo
Sequeira, Jorge Santiago Carvalho
Siepierski, Carlos Tadeu
Silva, Aline Canola
Silva, André Sebastião da
Siqueira, Thaís Cristina
Soares, Regina Leal
Soares, Tânia Ribeiro
Souza, Cesar Tavares de
Souza, Michelle Silva
Souza, Nilson Araújo de
Souza, Priscila de Araújo
Spercel, Carol
Tajiri, Renata Mitie
Teixeira Junior, Claudio João

Teixeira, Ludmila de Oliveira

Teixeira, Paulo Sérgio

Venturini, Rebeca Souza

Wagner, Christiane

Whitaker, Múcio

Winner, Marco

Zaccharias Junior, Rubens

Zonaro, Isis Flávia Horta

