





# DESIGN

e/é Patrimônio

Rio de Janeiro  
ANO 2012

Copyright © 2012 - Design e/é Patrimônio 1ª edição

ISBN 978-85-66341-00-3

Impresso no Brasil 2012

FICHA TÉCNICA / PRODUCTION CREDITS

**ORGANIZADORES:**

ORGANIZERS:

Paula de Oliveira Camargo  
Paulo Eduardo Vidal Leite Ribeiro  
Washington Fajardo

**COMISSÃO EDITORIAL:**

EDITORIAL BOARD:

Lucia Helena Torres  
Paula de Oliveira Camargo  
Paulo Eduardo Vidal Leite Ribeiro

**PREFEITO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

MAYOR OF THE CITY OF RIO DE JANEIRO  
EDUARDO PAES

**VICE-PREFEITO**

VICE-MAYOR

Carlos Alberto Vieira Muniz

**SUBSECRETARIA DE PATRIMÔNIO CULTURAL, INTERVENÇÃO  
URBANA, ARQUITETURA E DESIGN**

[UNDER-SECRETARIAT OF CULTURAL HERITAGE, URBAN INTERVENTION,  
ARCHITECTURE AND DESIGN]

**SUBSECRETÁRIO**

DEPUTY-SECRETARY

Washington Fajardo

**COORDENADORIA DE CONSERVAÇÃO E PROJETOS ESPECIAIS**

SPECIAL PROJECTS COORDINATOR  
Paulo Eduardo Vidal Leite Ribeiro

**CENTRO CARIOCA DE DESIGN**

CARIOCA CENTER FOR DESIGN

**GERENTE**

MANAGER

Paula de Oliveira Camargo

**ASSISTENTE**

ASSISTANT

Lucia Helena Torres

**Termo de Responsabilidade:**

DISCLAIMER:

O conteúdo dos artigos publicados neste livro é de responsabilidade exclusiva do(s) autor(es), observando a Lei de Direito Autoral número 9610 de 19 de fevereiro de 1998. Este livro é composto de trabalhos originais, não publicados ou submetidos a publicações em outros periódicos, anais de eventos científicos ou em capítulos de livros. As exceções referem-se a artigos de autores convidados, e estão expressamente sinalizadas em notas nos artigos a que se referem. A originalidade do conteúdo dos textos e estudos aqui publicados são de responsabilidade exclusiva de seu(s) autor(es).

The contents of the articles published in this book are the exclusive responsibility of the author(s), in accordance with Copyright Law No. 9610 of February 19, 1998. This book comprises original works that have not been published or submitted for publication in any other periodicals, scientific annuals, or book chapters. Exceptions refer to articles written by guest authors, which are expressly marked as references in the articles they pertain to. The originality of the contents of the texts and studies published here is the exclusive responsibility of the author(s).





# SUMÁRIO

Agradecimentos Acknowlegments	PAG 11
----------------------------------	--------

Introdução Introduction	PAG 13 e 14
----------------------------	-------------

## Seções Sections

	<b>1 - DESIGN E/É CULTURA</b> DESIGN AND/IS CULTURE	PAG 17
Zoy Anastassakis	<b>Vinculações entre Design e Cultura no Brasil: a Outra Vertente de Lina Bo Bardi e Aloisio Magalhães</b> Links Between Design and Culture in Brazil: The "OTHER BRANCH" of Lina Bo Bardi and Aloisio Magalhães	PAG 19 a 39
Fernanda de Abreu Cardoso	<b>Design Gráfico Vernacular: Identidade e Patrimônio Cultural</b> Vernacular Graphic Design: Identity and Cultural Heritage	PAG 41 a 61
Ana Leocádia de Souza Brum Donikian Gouveia / Ken Ono Fonseca / Letícia Castro Gaziri	<b>Bienal Brasileira de Design e o Legado para a Sociedade</b> The Brazilian Design Biennial and its Legacy to Society	PAG 63 a 82
Michelle Kauffmann Benarush	<b>Moda é Patrimônio</b> Fashion is Heritage	PAG 85 a 95
Aluízio de Carvalho / Ana Carmen Amorim Jara Casco	<b>A Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional como Artefato Cultural</b> The Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional [National Hitoric and Aartistic Heritag Magazine] as a Cultural Artifact	PAG 97 a 115

	<b>2 - DESIGN E/É TECNOLOGIA</b> DESIGN AND/IS TECHNOLOGY	PAG 117
Liana Navarro Vital Brazil	<b>Arquitetura de Luz e Movimento</b> Architecture of Light and Movement	PAG 119 a 131
Polise Moreira de Marchi	<b>Cidade Aumentada: o Patrimônio Cultural no Espaço e no Tempo por meio do Design Digital</b> Augmented City: Cultural Heritage in Space and in Time Through Digital Design	PAG 133 a 147
	<b>3 - DESIGN E/É CIDADE</b> DESIGN AND/IS CITY	PAG 149
Rafael Cardoso	<b>Cidade Vistosa é Cidade Vestida</b> A stylish city is a dressed city	PAG 151 a 161
Isabella Perrotta	<b>Pão de Açúcar e Calçadão de Copacabana: a Patrimonialização da Paisagem Carioca em Marcas e Suvenires</b> The Sugarloaf Mountain and the Copacabana Esplanade: the patrimonialization of the Carioca landscape through logos and souvenirs	PAG 163 a 175
Lucia Coelho Gomes Fernandes Bastos	<b>Museus à Vista: Rio de Janeiro Ganha Três Novos Projetos Culturais que Devem se Tornar Novos Símbolos Arquitetônicos da Cidade</b> MUSEUMS IN SIGHT - Rio de Janeiro gets three new cultural projects that are bound to become new architectural symbols of the city	PAG 177 a 187
Priscila Lena Farias / Ana Paula Silva Gouveia / Catherine Dixon	<b>Epígrafes Arquitetônicas: Pequenos Detalhes de uma Grande História</b> Architectonic Epigraphs: Details That Tell a Bigger Story	PAG 189 a 209
Joana Baptista Costa / Mariana Leão	<b>Portugal Imaginado - o Patrimônio Gráfico e a Memória Simbólica</b> An Imagined Portugal – Graphic Heritage and Symbolic Memory	PAG 211 a 221
Flavio da Silveira Bruno	<b>Fluxos de Ideias e de Inspirações entre Indústrias Criativas: Hipóteses para a Conformação dos Espaços de Criatividade na Cidade do Rio de Janeiro</b> The Flow of Ideas and inspirations among the Creative Industries: A Hipothesis for the establishment of Creative Spaces in the City of Rio de Janeiro	PAG 223 a 243







## Agradecimentos

Este livro é fruto do esforço conjunto da Subsecretaria de Patrimônio Cultural, Intervenção Urbana, Arquitetura e Design (SUBPC)/ Centro Carioca de Design (CCD) com todos aqueles que encaminharam artigos para a seleção. Gostaríamos de agradecer, assim, em primeiro lugar, aos autores selecionados e convidados, sem os quais este livro não seria possível.

Agradecemos à Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e ao Prefeito Eduardo Paes, cujo apoio às iniciativas de design foi fundamental para que pudéssemos seguir adiante com nossas propostas.

Queremos agradecer, ainda, a toda a equipe da SUBPC e do CCD, pelo suporte à execução desta edição.

O nosso maior agradecimento vai para você, leitor, que agora tem este livro em suas mãos. Sem você, este trabalho não teria sentido.

## Acknowledgments

This book is a result of the team effort conducted by the Undersecretariat of Cultural Heritage, Urban Intervention, Architecture and Design (SUBPC), the Carioca Center for Design (CCD), and the people who subscribed articles for selection. We would like to thank in the first place, the selected and guest authors, without whom this book would not have been possible.

We would like to thank the Municipality of the City of Rio de Janeiro and mayor Eduardo Paes, whose support for the design initiatives was essential for us to get through with our proposals advance our proposals.

Finally, we would like to thank the whole staff at SUBPC and CCD for their continual support during the production of this publication.

Our greatest thanks go to you, who hold this book in your hands. Without you, this work would not have made any sense.



## Introdução

O livro **Design e/é Patrimônio**, publicado pela Subsecretaria de Patrimônio Cultural, Intervenção Urbana, Arquitetura e Design e pelo Centro Carioca de Design, apresenta uma seleção de artigos que discutem o papel do design e diversas faces da sua relação com o patrimônio cultural.

O livro está dividido em três seções: Design e/é Cultura, Design e/é Tecnologia e Design e/é Cidade.

Na primeira seção, Design e / é Cultura, são discutidos aspectos relativos à história do design no Rio de Janeiro e no Brasil, bem como ao papel do design como expressão cultural. São abordados temas como a influência de Lina Bo Bardi e Aloisio Magalhães, design vernacular e moda. Esperamos contribuir para o debate sobre a importância do design para a formação da nossa cultura, e também sobre como a cultura brasileira influencia diretamente a produção do design local. Os textos selecionados trazem importantes contribuições para essa reflexão.

A seção Design e/é Tecnologia traz dois artigos relativos ao uso do design e de novas mídias como mecanismos para despertar o interesse à compreensão do patrimônio cultural. Soluções como mapeamento digital e aplicativos visam aproximar o público à história através de interfaces tecnológicas. Esta é uma questão muito importante num momento em que o mundo vive a coexistência entre o físico e o virtual, e onde as fronteiras entre eles são cada vez mais difusas. É de extrema importância que se tenha, cada vez mais, acesso a informações sobre a história das nossas cidades, e que essa informação seja disponibilizada em formatos compatíveis com a atualidade.

A formação de um novo público que compreenda a importância do patrimônio cultural da sua cidade e do seu país é essencial para que se possa preservar a história e a ambiência cultural

sem abrir mão da inovação e da renovação urbana. Grandes cidades, como o Rio de Janeiro, precisam desse equilíbrio para manter as características de vitalidade que fazem delas a um tempo contemporâneas e históricas.

A terceira e última seção do livro trata, justamente, desse tema. Design e/é Cidade aborda as inquietantes questões da aproximação entre o objeto do design e a sua relação com o espaço urbano. Qual a relação do profissional de design com a cidade? Como criar espaços na cidade que sejam dinâmicos, atrativos para a permanência da população local e para a vinda de novos habitantes a partir de estratégias de design? Que mecanismos são usados para a fixação de uma imagem de cidade na mente humana? E para a preservação de uma memória através de estratégias de design? As discussões passam por diversos temas, desde a iconografia da cidade e o imaginário popular, até reflexões sobre a conformação de espaços de criatividade no Rio de Janeiro.

Esta edição bilíngue tem, assim, o objetivo de apresentar ideias e estabelecer um debate sobre a manifestação do patrimônio cultural a partir do design, e do design como patrimônio cultural. A proposta foi ampliar a discussão sobre conceitos, projetos e práticas que tratassem dessas representações / relações e das dinâmicas urbanas que envolvem essas disciplinas. Disponibilizamos, aqui, novas referências, visando aprofundar o pensamento sobre a constituição das cidades, a dinamização do Patrimônio Cultural através do Design, e do Design como Patrimônio Cultural.

O livro Design e/é Patrimônio é a primeira publicação do Centro Carioca de Design, e dedica-se a expor pensamentos e ações do campo do Design que constituem, fortalecem e afirmam as representações do patrimônio cultural nas cidades.

Paula de Oliveira Camargo  
Gerente do Centro Carioca de Design

## Introduction

The book **Design and/is Heritage**, published by Subsecretaria de Patrimônio Cultural, Intervenção Urbana, Arquitetura e Design [Under-secretariat of Cultural Heritage, Urban Intervention, Architecture and Design] and Centro Carioca de Design [Carioca Center for Design], features an assortment of articles discussing the role of design and different aspects of its relationship with cultural heritage.

The book is divided into three sections: Design and/is Culture, Design and/is Technology, and Design and/is City.

The first section, Design and/is Culture, focuses on aspects related to the history of design in Rio de Janeiro and Brazil as well as its role as a cultural expression. It covers topics like Lina Bo Bardi and Aloísio Magalhães' influence, vernacular design, and fashion. Our goal is to contribute to the debate over the importance of design in our culture's development and the direct influence of Brazilian culture on local design production. The articles featured in this section lend a valuable contribution to this reflection.

The second section, Design and/is Technology, contains two articles about the use of design and new media as tools to promote an interest in the understanding of cultural heritage. Solutions such as digital mapping and application software aim to encourage the public's connection to history through technological interfaces. This is a very pertinent issue at a time when the coexistence between the physical and virtual worlds has become commonplace, and the borders between these two are becoming increasingly blurry. It is extremely important that we make information on the history of our cities more readily accessible and available in formats that are compatible with current times.

If we want to preserve history and cultural environment without sacrificing urban innovation

and renewal, it is essential to educate a new public that understands the importance of cultural heritage in their city and country. Big cities such as Rio de Janeiro need this balance in order to maintain the liveliness that makes them modern and historic at the same time.

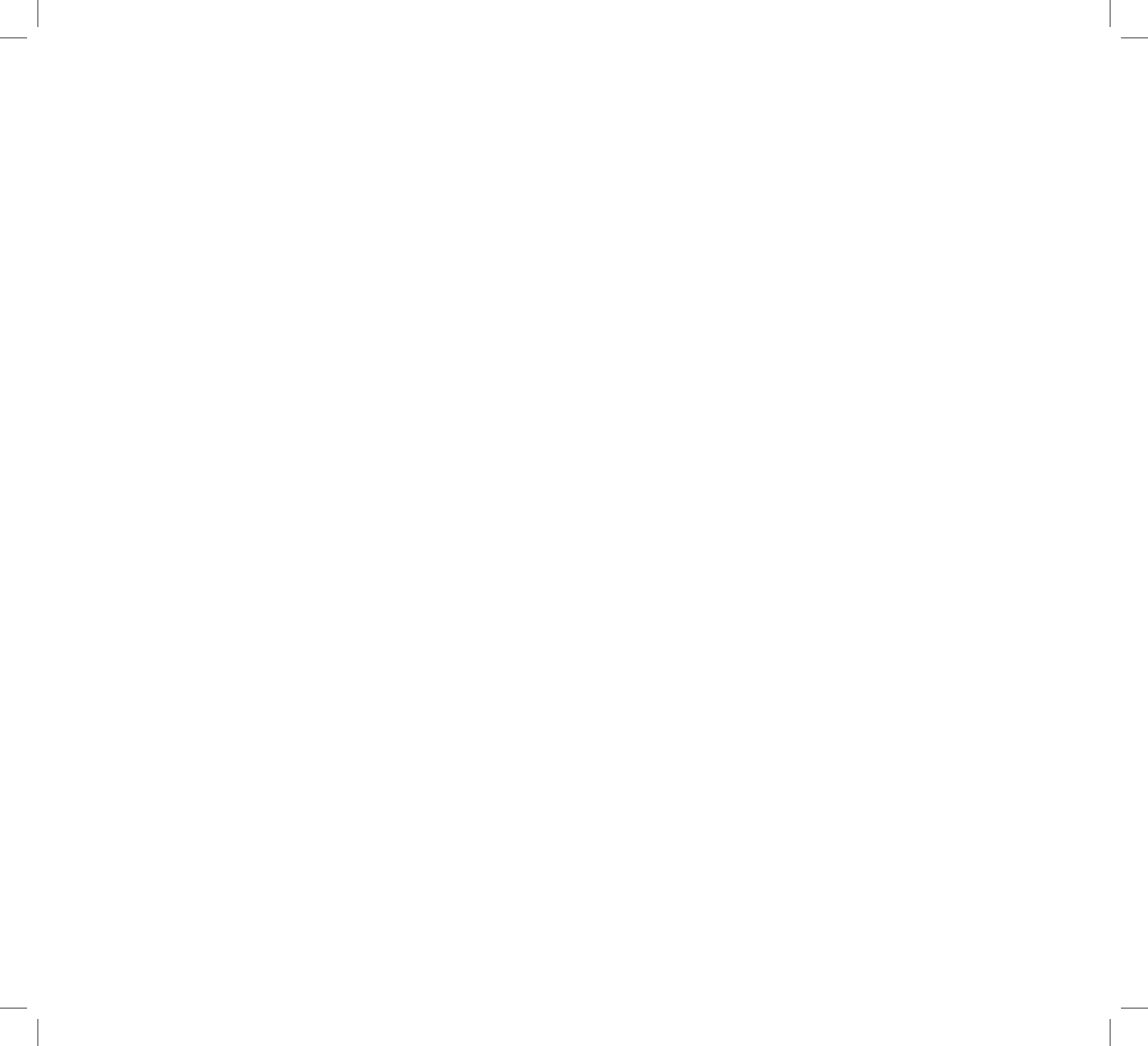
The third and last section of the book focuses on this theme. Design and/is City raises troubling issues regarding the connection between the design object and its correlation to the urban space. What is the relationship between design professionals and the city? How can we use design strategies to create dynamic urban spaces that invite the permanence of local populations and the arrival of new residents to the city? Which mechanisms are used to imprint an image of the city in the human mind? How can we use design strategies to preserve memory? The discussions featured in this section cover several themes, from the city's iconography and popular imaginary to reflections on the establishment of creative spaces in Rio de Janeiro.

The purpose of this bilingual edition, therefore, is to present ideas and establish a debate about the manifestation of cultural heritage through design, and design as cultural heritage. Our proposal was to expand the discussion on concepts, projects, and practices that focus on these representations/relationships and the urban dynamics involved in these disciplines. We also made new references available to promote a deeper reflection on city planning as well as the invigoration of both cultural heritage through design and design through cultural heritage.

The book **Design and/is Heritage** is the first publication by Carioca Center for Design, and is dedicated to propagating thoughts and initiatives within the design field that establish, strengthen, and affirm the representation of cultural heritage in urban spaces.

Paula de Oliveira Camargo  
Manager of the Centro Carioca de Design







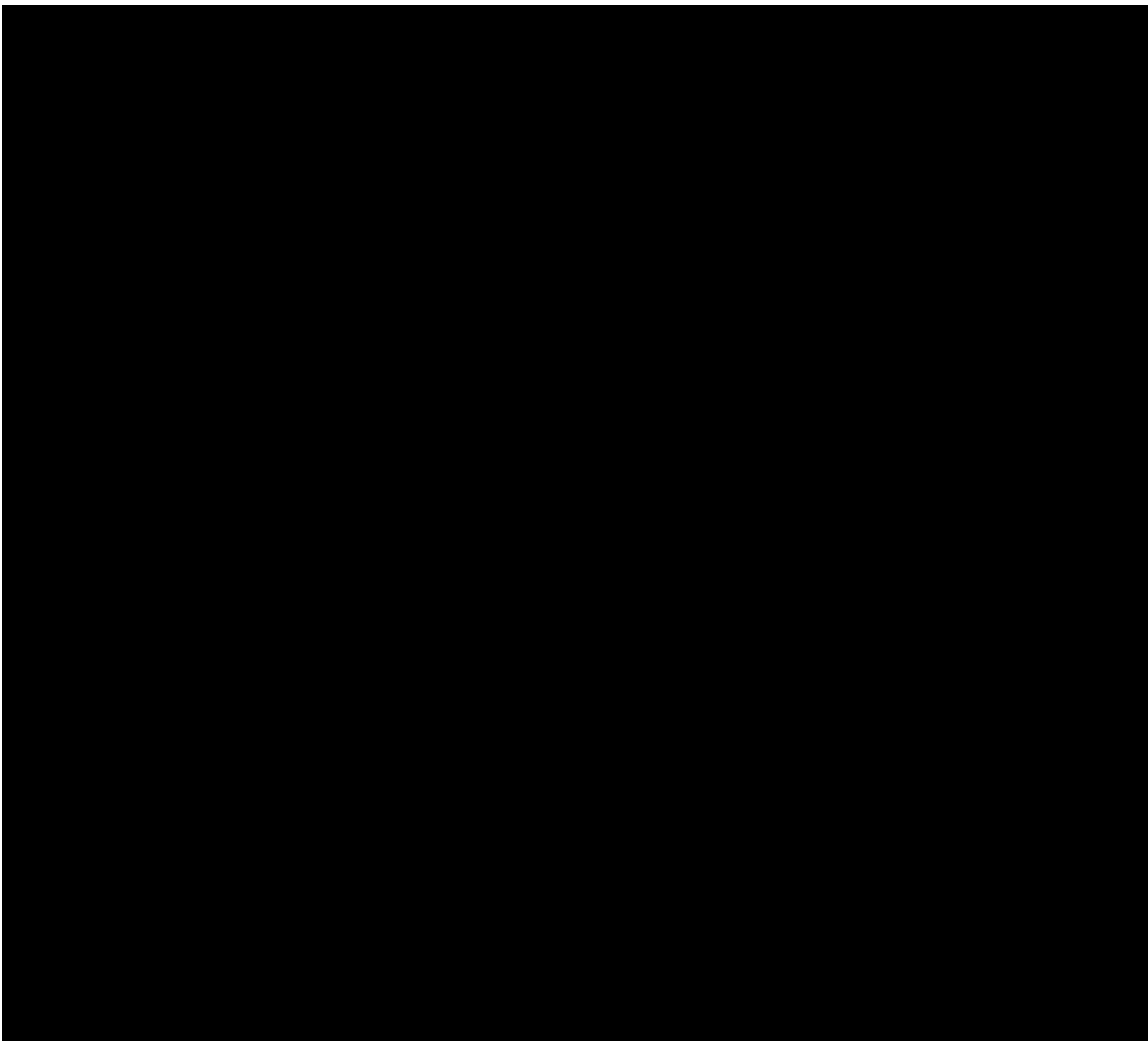
# DESIGN

e/é Cultura

DESIGN AND/IS CULTURE



CENTRO CARIOCA  
DE DESIGN



# VINCULAÇÕES ENTRE DESIGN E CULTURA NO BRASIL: A OUTRA VERTENTE DE LINA BO BARDI E ALOISIO MAGALHÃES

LINKS BETWEEN DESIGN AND CULTURE IN BRAZIL:  
THE "OTHER BRANCH" OF LINA BO BARDI AND ALOÍSIO MAGALHÃES

ZOY ANASTASSAKIS  
DESIGNER/ANTROPÓLOGA / PROF. ADJUNTA ESDI/UERJ  
PROF. AGREGADA PUC-RIO  
DESIGNER/ANTHROPOLOGIST  
ADJUNCT PROFESSOR ESDI/UERJ  
ASSOCIATE PROFESSOR PUC-RIO



**CENTRO carioca  
de DESIGN**



## VINCULAÇÕES ENTRE DESIGN E CULTURA NO BRASIL: A OUTRA VERTENTE DE LINA BO BARDI E ALOISIO MAGALHÃES

Em agosto de 2000, o Decreto n. 3.551 instituiu, no Brasil, o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial, criando, assim, instrumentos legais para a proteção de bens culturais tais como saberes, formas de expressão, celebrações e lugares (Castro, 2008:18). Entretanto, a literatura sobre o histórico das políticas de patrimônio cultural no país sugere que a instituição do decreto é resultante de uma série de investimentos no sentido da ampliação do conceito de patrimônio cultural, levados a cabo desde a segunda metade da década de 1970, notadamente a partir da gestão de Aloisio Magalhães no Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

Antes de assumir a presidência do IPHAN, em 1979, Aloisio coordenava, em Brasília, o Centro Nacional de Referência Cultural (Anastassakis, 2007), órgão de pesquisa e ação em processos culturais que envolvessem a criação do que ali se chamava de prototecnologias ou tecnologias patrimoniais. Esse órgão fora criado em 1975, a partir de uma discussão sobre a natureza do produto brasileiro, e sobre as razões para a fragilidade competitiva desse produto no cenário internacional – discussão travada entre Aloisio e o Ministro da Indústria e Comércio, Severo Gomes (Anastassakis, 2007).

Assim, buscando investigar a capacidade inventiva brasileira (Magalhães, 1997), o CNRC pesquisava a criação de produtos e processos culturais em contextos onde a falta de acesso à tecnologia dita “de ponta” potencializava a

disposição popular para a geração de tecnologia para a sobrevivência. Entendendo que fortalecer a identidade do produto nacional implicava, sobretudo, em viabilizar e fomentar os processos culturais, Aloisio terminou por se aproximar de questões relacionadas ao patrimônio cultural, trazendo para essa área uma visão até então praticamente inexplorada, apesar de o Anteprojeto do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, formulado por Mário de Andrade, em 1936, contemplar os aspectos imateriais, as políticas de proteção levadas a cabo por Rodrigo Mello Franco de Andrade, ao longo de aproximadamente 30 anos, restringiram-se, grosso modo, à preservação do patrimônio cultural edificado, o que terminou por forjar a nomenclatura “patrimônio de pedra e cal”, associada à gestão de Rodrigo no IPHAN.

Isso posto, é curioso notar que a valorização dos aspectos culturais de natureza imaterial tenha alcançado relevância, nas políticas públicas de preservação do patrimônio cultural no Brasil, a partir de proposições feitas por um designer. Deve-se perceber, também, que tais propostas - que terminam por aproximar Aloisio da gestão dessas políticas, a nível federal -, foram gestadas ainda no âmbito da discussão sobre o produto nacional, discussão essa mais diretamente ligada a um pensamento sociopolítico sobre design.

Vale ainda ressaltar que a perspectiva assumida por Aloisio forjava um novo modo

de entender produtos e processos culturais e tecnológicos não apenas na área do patrimônio cultural, mas, também, no próprio campo profissional a partir de onde ela se configurava – o campo do design no Brasil, muito fortemente vinculado a uma tradição funcionalista, originalmente formulada em contextos europeus. Nesse campo, ainda nos anos 1970, Aloisio se destacava como alguém que propunha outros parâmetros para a disciplina que buscava se instituir como a responsável pela conformação de produtos no ambiente industrial em vertiginosa expansão no país desde o início da segunda metade do século XX.

Além do pernambucano Aloisio, naquele momento instalado no Rio de Janeiro, destacam-se, também, no sentido de uma ampliação da conceituação do fazer design e arquitetura em um contexto como o brasileiro, a atuação e as proposições da arquiteta italiana Lina Bo Bardi, que circulou, a partir da década de 1950, entre São Paulo e Salvador. Em Lina, assim como em Aloisio, pensar arquitetura e design também implicava em um forte envolvimento com as questões relacionadas ao patrimônio cultural, e do que poderia se chamar de “cultura popular” (Bardi, 1994).

O investimento na aproximação entre projeto e cultura faz parte de sua trajetória profissional desde os anos 1940, ainda na Itália, onde a arquiteta colabora com Gió Ponti. Essa perspectiva se renova e se amplia desde sua chegada ao Brasil, passando por sua atuação à frente do Museu de Arte Moderna e do Museu de Arte Popular, em Salvador, na virada dos anos 1950 e 1960; por suas propostas para o SESC Pompéia,

entre a segunda metade da década de 1970 e os primeiros anos da década seguinte; e, finalmente, por seu retorno à capital baiana, nos anos 1980, com projetos de intervenção urbana que são também ações de preservação do patrimônio cultural.

Assim, se observarmos o campo do design no Brasil, percebemos que Lina e Aloisio conformam uma “outra vertente” (Souza Leite, 2006) do design brasileiro, mais comprometida com a ideia de “identidade nacional” (Souza, 1996), e, por isso mesmo, representativa de alguns dos “sinais de divergência” (Nobre, 2008) face ao que se poderia considerar como vertente mais hegemônica dentro do campo, esta mais orientada segundo os princípios racional-funcionalistas e universalistas sintetizados, de forma significativa, pela escola alemã da cidade de Ulm (HfG Ulm).

A “outra vertente” de Lina e Aloisio, orientada por uma “visão cultural mais ampla” (Lessa, 1994), buscava assimilar a cultura popular em projetos de natureza participativa que intencionavam, através de uma contextualização cultural do design praticado por aqui, contribuir para o desenvolvimento autônomo do país. Não por acaso, as propostas formuladas por esses dois agentes terminam por levar um e outra a projetos que envolvem intervenções em escala urbana, e a programas que combinam arquitetura, design, programação cultural, preservação histórica e ação social (Anastassakis, 2011).

Sendo os movimentos realizados pelos dois na segunda metade da década de 1970 orientados no sentido de um envolvimento mais substantivo com as questões de contextualização cultural –

que, de alguma forma, se desdobram, nas duas trajetórias, em projetos mais aproximados das questões relativas à preservação e ao fomento do patrimônio histórico-cultural e ao planejamento de ações culturais, do que ao design e à arquitetura propriamente ditos, parece que eles se endereçavam para ali, exatamente na medida em que design e arquitetura *per se* não se bastavam, seja para Lina, seja para Aloisio, como lugares a partir de onde fosse possível dar conta das questões socioculturais nacionais, que essas, sim, interessavam a eles.

Nesse sentido, é possível alegar que eles seriam profundamente modernos. Ou seja, o que, em um primeiro momento, pode parecer um afastamento crítico do design moderno (enquanto prática ou prioridade) não representa, nem para ela, nem para ele, rompimento com as questões que orientaram suas atitudes profissionais pregressas, vinculadas ao projeto moderno (que encontra na arquitetura e no design dois importantes meios de expressão). Parece, por outro lado, que o envolvimento com questões de outra natureza é, exatamente, uma declaração de comprometimento com alguma coisa que era, essa coisa mesma, o que lhes atraía para o design e a arquitetura, previamente. Poderíamos, então, identificar o que haveria de comum entre os dois como sendo uma perspectiva culturalista do projeto moderno?

A partir da segunda metade da década de 1970, depois de um período de recesso forçado – iniciado com seu afastamento de Salvador, em seguida ao golpe militar de 1964 -, Lina volta a realizar projetos que envolvem algo que não se restringe à

projeção dos edifícios, abarcando uma série de coisas, tais como, no caso do SESC Pompéia, a reforma de um antigo conjunto arquitetônico, o projeto de sua utilização para novos fins e o projeto de tudo o que envolve esses novos fins, desde o mobiliário até a identidade visual, incluindo também a curadoria das ações culturais a serem promovidas no novo espaço. Esse escopo de projeto já havia sido experimentado por ela entre os anos 1950 e 1960, com o Solar do Unhão, em Salvador.

Já na segunda metade da década de 1980, o projeto encomendado pela Prefeitura de Salvador a conduz a uma situação bastante assemelhada. Formalizado, em 1986, pelo primeiro prefeito eleito depois do fim da ditadura militar na capital baiana, Mario Kertész, o convite previa o desenvolvimento de “projetos de intervenção que deflagrassem um processo de revitalização, em grande escala, no Centro Histórico de Salvador” (Chagas, 2002: 127). Retornando à Bahia depois de mais de vinte anos, inicialmente Lina aceita a proposta, feita pela prefeitura, para realizar uma série de intervenções pontuais, que teriam por objetivo atuar como focos de irradiação de uma requalificação funcional que trouxesse consigo tanto uma recuperação do conjunto arquitetônico mais amplo quanto dos modos-de-vida ali presentes (2002: 159).

Entretanto, logo Lina apresenta ao governo uma contraproposta “que privilegia a criação de um conceito de intervenção: o Projeto Piloto Ladeira da Misericórdia (PPLM)” (idem:159), síntese de algumas ideias que, depois de experimentadas ali, poderiam ser aplicadas em escala mais ampla. “Nele, propõe que se realize uma restauração física, tendo por

pressuposto a manutenção dos moradores ocupantes das casas, retomando o partido tradicional do zoneamento vertical” (idem:159-160). Desenvolvido para ser realizado, a título experimental, em três sobrados deteriorados, uma fachada em ruínas e um terreno baldio no alto da Ladeira da Misericórdia, que liga a Cidade Baixa à parte alta do centro de Salvador, pretendia criar uma matriz para a intervenção em outras áreas da cidade.

Entendendo que “a recuperação do sentido verdadeiro, não da projeção, mas do planejamento ligado às condições socioeconômicas, é uma política” (Bardi *apud* Chagas, 2002:176), Lina explicita, nesse projeto, sua concepção de preservação do patrimônio cultural edificado, já ensaiada na reforma do Solar do Unhão (ainda entre os anos 1950 e 1960) e no projeto para o SESC Pompéia (na segunda metade da década de 1970). Assim, no projeto para o centro histórico de Salvador, ela “se afasta da intenção de se preservar monumentos históricos e artísticos isolados, voltando-se para a garantia do reconhecimento do conjunto arquitetônico inteiro, mesmo que, individualmente, os imóveis apresentem baixa qualidade, tanto estética quanto técnica” (idem:157).

Interessada na relação entre os espaços físicos e os modos de vida das populações que nelas viviam, naquele momento, longe da preservação pura e simples do patrimônio como registro de memória e imagem referencial da identidade simbólica local, o seu objetivo maior é o de garantir a oferta de imóveis de baixo custo e de localização central às populações excluídas da cadeia formal da econo-

mia da cidade (Bardi *apud* Chagas, 2002:157).

Assim, em sua proposta, Lina elabora uma crítica “ao elitismo do SPHAN, ao assistencialismo do IPAC e às intenções dirigidas para o consumo turístico” (idem:210), crítica que se refere, entre outras coisas, aos compromissos ético-políticos do projetista face àqueles para quem se endereça a obra a ser realizada. Afirmando essa perspectiva, a italiana declarava que quando se projeta, mesmo como estudante, é preciso fazer uma obra que sirva, que tenha uma conotação de uso, de aproveitamento. É preciso que essa obra não caia do céu sobre os moradores, mas que exprima uma verdade, uma necessidade (Bardi *apud* Chagas, 2002:178).

Essa “verdade” se relaciona com a noção de que todo o conhecimento do ser humano é seu patrimônio, sua cultura, e é sempre atual, nunca se reduz apenas a uma lembrança dos tempos passados. O legado das gerações passadas é tomado como uma condição sempre possível de ser retomada para se inventar soluções, para se encontrar respostas aos problemas formulados no presente (Pereira, 2008:46).

Assim como Lina, ainda na década de 1970, Aloisio está plenamente envolvido com projetos que, mais do que como design, podem ser definidos como política cultural. Se em 1975 ele se afastara do escritório, no Rio de Janeiro, para coordenar o CNRC, em Brasília, quatro anos depois, portanto, em 1979, é convidado a presidir o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), para onde ele transpõe as ideias gestadas pelo CNRC. Nesse sentido, “os projetos realizados pelo CNRC constituíram a base

<sup>1</sup>Sobre as políticas de patrimônio cultural gestadas por Aloisio Magalhães no IPHAN, ver Falcão, 2001 e 2003, Fonseca, 2005 e Gonçalves, 2002.



para a nova política de patrimônio implementada pelo SPHAN/Pró-Memória, a partir de 1979” (Gonçalves, 2002:75).

Logo ao assumir a presidência do IPHAN, Aloisio propõe o desdobramento do Instituto em dois órgãos: Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e Fundação Nacional Pró-Memória. Em novembro de 1979, em discurso ao presidente João Figueiredo por ocasião da assinatura do projeto de lei que autorizava a criação da Fundação, Aloisio, talvez fazendo menção à iminência da abertura política, comenta o caráter transitório das funções ocupadas por cada um dos presentes na cerimônia, afirmando, em contrapartida, que se eram transitórias as funções de cada um deles, todos, por serem brasileiros, dividiam uma mesma responsabilidade, que essa, sim, deveria ser assumida de forma coerente.

Essa responsabilidade teria a ver com “o momento em que a nação brasileira, depois de um período de relativa sombra, procura reencontrar os seus verdadeiros caminhos, (...) os fundamentos da nacionalidade, para construirmos uma forma e um modelo que nos caiba” (Magalhães, 2003:240).

Quando assumida, implicaria em uma atitude de devolução, o que significa “devolver à nação os privilégios que recebemos” (idem:241). No âmbito da preservação do patrimônio cultural, assumir a responsabilidade da devolução implicaria em construir, em meio aos modelos que se mostraram insatisfatórios, nosso próprio modelo, que deveria ser buscado entre os indicadores do nosso comportamento cultural, moldado de forma heterogênea “no fazer do homem brasileiro, na pequena dimensão muitas

vezes frágil de uma atividade pré-industrial” (idem:242), pois é ali que estariam os indicativos de um modelo de desenvolvimento autêntico da nação e da identidade da nação (idem).

Nesse contexto, é significativa a fala em que Aloisio evoca a metáfora do bodoque a fim de descrever a relação entre passado e futuro, segundo a sua perspectiva:

Uma cultura é avaliada no tempo e se insere no processo histórico não só pela diversidade dos elementos que a constituem, ou pela quantidade das representações que dela emergem, mas sobretudo por sua continuidade. Essa continuidade comporta modificações e alterações num processo aberto e flexível, de constante realimentação, o que garante a uma cultura sua sobrevivência. Para seu desenvolvimento harmonioso pressupõe a consciência de um largo segmento de passado histórico. Pode-se mesmo dizer que a previsão ou a antevisão da trajetória de uma cultura é diretamente proporcional à amplitude e profundidade de recuo no tempo, do conhecimento e da consciência do passado histórico. Da mesma maneira como, por analogia, uma pedra vai mais longe na medida em que a borracha do bodoque é suficientemente forte e flexível para suportar uma grande tensão, diametralmente oposta ao objetivo de sua direção. Pode-se mesmo afirmar que, no processo de evolução de uma cultura, nada existe propriamente de “novo”. O “novo” é apenas uma forma transformada do passado, enriquecida na continuidade do processo, ou novamente revelada, de um repertório latente. Na verdade, os elementos são sempre os mesmos: apenas a visão pode ser enriquecida por novas incidências de luz nas diversas faces do mesmo cristal (Magalhães *apud* Souza Leite, 2003:11).

Sugerindo que o patrimônio cultural pode contribuir para o processo de desenvolvimento, na medida em que “uma cultura é feita dos elementos compostos do passado que são vistos pelos homens transitórios do presente e que desenham o caminhar projetivo” (idem), propõe uma aproximação da nova fundação com áreas do governo ligadas mais diretamente às questões econômico-produtivas.

Segundo Joaquim Falcão, com essas falas Aloisio busca marcar um novo posicionamento das políticas públicas de preservação do patrimônio cultural, que estivesse mais afinado ao clima geral de mudança que envolvia o fim do regime autoritário no país (2003:248). Captando, sistematizando e tentando concretizar esse clima de mudança, Aloisio optou por atuar dentro das políticas de Estado (idem:250), buscando articular cultura e desenvolvimento (idem:252). Nesse sentido, para Falcão, Aloisio foi tanto fruto quanto artesão da abertura política que se insinuava de forma mais direta.

Sua estratégia para “institucionalizar no IPHAN uma continuidade revitalizadora consistia na incorporação de duas experiências inovadoras na área patrimonial, que já ocorriam no governo” (idem:254): o Centro Nacional de Referência Cultural e o Programa das Cidades Históricas (PCH). Na tentativa de ampliação democrática do conceito de patrimônio (idem), propôs a absorção, dentro das políticas públicas de preservação, das manifestações culturais ligadas às culturas de origem africana e indígena, bem como a consideração das colocações das comunidades habitantes das cidades históricas contempladas por políticas de preservação. Assim, os órgãos de patrimônio assumiam a responsabilidade

de intermediar os diálogos entre os agentes culturais e o governo, o que não se deu sem embates.

Assumindo que cuidar do patrimônio cultural implicava também projeto e participação, e a consideração dos aspectos materiais e imateriais relativos aos processos culturais, Aloisio contribui para a sedimentação de uma nova perspectiva para o patrimônio cultural no país, que se consolida em termos legais somente no ano de 2000, quando se institui o decreto do patrimônio imaterial.

Observando retrospectivamente, as visadas sobre o patrimônio ensejadas por Lina e Aloisio prenunciam dois instrumentos de preservação que só viriam a ser institucionalizados, seja em âmbito nacional quanto global, anos mais tarde, a saber, os conceitos de patrimônio imaterial ou intangível e paisagem cultural. Em comum, essas perspectivas consideravam que a preservação do patrimônio histórico só faria sentido se articulada em torno às condições socioculturais presentes e a um projeto de desenvolvimento futuro.

Em diálogo com a perspectiva formulada por Lucio Costa anos antes, Lina e Aloisio se diferenciavam dele na medida em que, tanto para ele quanto para ela, o outro popular não estava no passado, mas, sim, no presente. Além dessa aproximação, percebe-se uma série de outras: quando busca justificar as suas propostas para o IPHAN, Aloisio faz uso da noção de patrimônio cultural delineada por Mário de Andrade no anteprojeto para a criação do SPHAN, ao passo que Lina se vale, mais uma vez, do que aprendera com Giò Ponti, reconfigurando aquelas ideias segundo uma ética gramsciana, que aponta para a possibilidade de uma revolução acontecer dentro da rede social.

Com Mário de Andrade, Lina e Aloisio

partilhariam, segundo Chagas, o reconhecimento da grandeza da produção anônima e conformadora da verdadeira identidade de um povo – a valorização do fazer popular não era uma atitude inovadora, nem em Lina Bo Bardi nem no CNRC. O discurso da apaixonada descoberta da face popular do país já integrava as preocupações dos modernistas de 22 e, posteriormente, as de Mário de Andrade, ao elaborar o famoso parecer que veio dar origem ao Decreto-Lei n. 25, de 1937, de criação do SPHAN. A novidade que se apresenta nessas duas propostas – Unhão e CNRC – é a atitude de reconhecer, no caráter de uma produção tida como marginal, não apenas o traço da identidade nacional, mas, sim, o imenso potencial de valor econômico nela contida, desde que fosse corretamente inserida em um modelo apropriado de desenvolvimento, adequado às suas múltiplas características (2002:81).

Apesar de as duas perspectivas estabeleçam diálogos com as referências acima citadas, na medida em que valorizavam a combinação da ideia de cultura nacional popular a princípios modernos, é preciso ressaltar que o patrimônio cultural que interessa a Lina e Aloisio não é aquele “de pedra e cal” praticado até então no Brasil, nem tampouco um patrimônio que localiza no passado os valores culturais a serem protegidos e preservados. É nesse ponto que as perspectivas de ambos mais se distanciam daquela formulada por Lucio Costa.

Entendendo que “a ‘boa tradição’ que vinha da Colônia havia sido transmitida e guardada não pelo arquiteto, mas pelo homem simples” (Rubino,

2009:34), para Lina, e também para Aloisio, “se o povo era arquiteto, capaz de construir obras corretas com poucos recursos, era um povo do presente, vivo nesse Brasil dos anos de redemocratização” (idem). Assim, “se um ‘outro’ no passado poderia conduzir a uma forte política de preservação, esse ‘outro’ presente levou à politização de seu discurso em pleno período de aposta na modernização do país. A noção de autenticidade era deslocada: autêntico era o povo” (idem).

Aqui, antes de avançar, é fundamental comentar o que Rubino nomeia de “parceria intelectual entre o antropólogo e sociólogo Gilberto Freyre e o arquiteto Lucio Costa” (2010: 302), na medida em que parece haver uma estreita ligação entre os dois, notadamente no que tange à formulação de uma vinculação da arquitetura moderna brasileira à história cultural do país<sup>2</sup>, formulação essa que permitira aos dois construir, via arquitetura, um elo entre o movimento moderno e a boa tradição (idem).

Valendo-se da apresentação de uma série de ocasiões em que um cita o outro, Rubino ilumina um processo de legitimação recíproca, segundo o qual, “se a explicação mais sociológica que Lucio Costa constrói está visivelmente inspirada pelo sociólogo pernambucano” (idem:303), Gilberto Freyre, por sua vez, “constrói um léxico que traz o bem arquitetônico para o universo da cultura escrita, tornando-se assim o sociólogo dos arquitetos” (idem:305). Assim, a obra de Freyre contribui para a legitimação, na perspectiva de trabalho adotada pelo SPHAN, de “um lugar para o evento passado se construir” (idem:307). Desse modo,

<sup>2</sup>As relações entre Lucio Costa e Gilberto Freyre também são discutidas por José Tavares Correia de Lira, que posiciona Rodrigo Mello Franco de Andrade, primeiro presidente do SPHAN, em meio aos dois (1997:110).

o passado tradicional, requalificado por Freyre em “Casa Grande e Senzala”, se insere em um projeto intervencionista no presente (idem:306), a saber, as ações de tombamento realizadas pelo SPHAN, em grande parte lideradas por Costa.

Voltando a Lina e Aloisio, deve-se ressaltar, conforme já foi assinalado, que em suas propostas - mesmo que formuladas em diferentes instâncias e com distintas abordagens -, os dois acionam novas concepções de patrimônio cultural, orientadas segundo as questões que os levaram a problematizar, logo antes, as possibilidades de atuação via design e arquitetura. Nesse sentido, assim como suas considerações sobre arquitetura e design, suas concepções de patrimônio cultural são, similarmente, guiadas por um comprometimento com as questões culturais no presente, com vistas a um desenvolvimento futuro<sup>3</sup>.

Trata-se, então, de visadas sobre o patrimônio cultural que consideram, sim, a preservação dos aspectos materiais, mas entendendo, sempre, que esses devem estar indissociavelmente ligados às práticas culturais dos grupos que nele - ou em torno dele - vivem. Nesse ponto, reaproximam-se da concepção de patrimônio cultural formulada por Mário de Andrade, seja nos modos como: intentam aproximar arte erudita e arte popular; se valem de conceitos de nacionalismo que não implicam em uma negação de certos ideais universalistas; percebem valor no fato de o Brasil ser um “país novo”, “emergente”; buscam integrar a produção artística nacional no curso geral da modernidade; investem em mapeamentos da

produção cultural popular; incorporam os bens culturais de natureza imaterial; valorizam um certo caráter heterogêneo da produção cultural nacional (Freitas, 1999:76-79).

Além da preocupação com o presente, essas visões do patrimônio cultural estão implicadas em projetos de futuro, ou seja, nelas, a continuidade dos processos culturais, seja em seus aspectos materiais ou imateriais, depende da sustentabilidade socioeconômica que se garante, a eles, estabelecer. Assim, o que há de comum entre os dois é uma visão projetiva do patrimônio cultural, ancorada na convicção de que é somente através da consideração das especificidades culturais que se pode constituir um projeto de desenvolvimento futuro.

Nessa medida, não se trata, segundo as propostas de Lina e Aloisio, de políticas de patrimônio cultural *per se*, mas de investimentos em ações políticas de patrimônio cultural, com fins a um projeto de transformação social via consideração das especificidades culturais. Então, assim como design e arquitetura representaram portas de acesso às questões de transformação sociocultural, naqueles contextos, é no âmbito do patrimônio cultural que se constitui um domínio a partir de onde se torna possível ensaiar uma intervenção no “mundo real”. Assim, arquitetura, design e políticas culturais se configuram como áreas ou domínios a partir de onde esses agentes logram viabilizar suas propostas de ação, dentro de uma perspectiva eminentemente moderna, mesmo que se possa

<sup>3</sup>Nesse sentido, não deixam de estar alinhados aos compromissos firmados durante a “Convenção para a proteção do patrimônio mundial, cultural e natural”, organizada pela UNESCO, em 1972.

caracterizar suas perspectivas como um outro modernismo, ou, também, como uma proposta de modernidade híbrida (Lima, 2010; Anastassakis, 2011).

É exatamente por isso que é tão importante apresentar e discutir as ideias gestadas por esses dois agentes, tão significativos para as trajetórias da arquitetura, do design e do patrimônio cultural no Brasil. Afinal, os dois, e cada um a seu modo,

contribuíram para a sedimentação de novas referências a partir de onde se pode expandir o debate sobre conceitos, projetos e práticas que envolvam design e patrimônio cultural no país - debate esse que, como foi apresentado acima, encontra em Lina e em Aloisio valorosas contribuições que devem ser resgatadas e atualizadas, a fim de fomentar novas ideias, propostas e políticas públicas de design e patrimônio cultural.

## LINKS BETWEEN DESIGN AND CULTURE IN BRAZIL: THE “OTHER BRANCH” OF LINA BO BARDI AND ALOÍSIO MAGALHÃES

In August 2000, Decree No. 3551 established the Immaterial Cultural Goods Registry in Brazil, thus creating legal instruments for the protection of cultural goods such as knowledge, means of expression, celebrations, and places (Castro, 2008:18). Nonetheless, the literature on the history of the country's cultural heritage policies suggests that the institution of the decree resulted from a series of initiatives aimed at widening the concept of cultural heritage, which began to be implemented in the second half of the 1970s, particularly during Aloisio Magalhães's administration of the National Institute of Historic and Artistic Heritage (IPHAN).

Before taking office as IPHAN's president in 1979, Magalhães coordinated the Centro Nacional de Referência Cultural [CNRC - National Cultural Reference Center] in Brasília (Anastassakis, 2007), an organ devoted to research and action regarding cultural processes that involved the creation of what was then called proto-technologies or heritage technologies. This organ was created in 1975 after a discussion about the nature of Brazilian products and the reasons for these products' competitive weakness within the international market – a discussion that took place between Aloisio Magalhães and Severo Gomes, then Minister of Industry and Commerce (Anastassakis, 2007).

Thus, seeking to investigate the Brazilian inventive potential (Magalhães, 1997), the CNRC researched the creation of cultural products and processes in contexts in which the lack of access to so-called cutting edge technology

boosted popular readiness to generate survival technology. Understanding that the strengthening of the identity of the national product implied, above all, enabling and stimulating cultural processes, Magalhães ended up embracing issues related to cultural heritage, imbuing this area with a view that had remained practically unexplored until then – since, even if the draft project for the National Service of Historic and Artistic Heritage [SPHAN, former name of IPHAN], formulated by Mário de Andrade in 1936, envisioned immaterial aspects, the protection policies implemented by Rodrigo Mello Franco de Andrade for approximately 30 years were roughly limited to the preservation of the built cultural heritage, which ended up originating the expression “stone and mortar heritage,” associated to Rodrigo de Andrade's administration at IPHAN.

With this in mind, it is curious to note that the appreciation of cultural aspects of immaterial nature would become a relevant element of the public policies directed at the preservation of cultural heritage in Brazil as a result of a designer's proposition. We must also realize that these proposals – which ended up drawing Magalhães to the administration of these policies on a federal level – were implemented within the arena of the discussion of the national product, a discussion that was more directly linked to a socio-political view of design.

It is also worth highlighting that Magalhães's perspective forged a new way of understanding cultural and technological products and processes not only in the cultural

heritage arena, but also in the professional field from which it was configured – the Brazilian design field, strongly linked to a functionalist tradition originally formulated in European contexts. Still in the 1970s, Magalhães stood out in this field as someone who proposed parameters for a discipline that was attempting to establish itself as the one responsible for the configuration of products within the industrial environment that had been quickly expanding in the country since the beginning of the second half of the 20th century.

In addition to Pernambuco-born Magalhães, who lived in Rio de Janeiro at the time, we can also highlight – in the sense of an expansion of the conceptualization of design and architectural practices within a context like the Brazilian one – the work and propositions of Italian architect Lina Bo Bardi, who in the 1950s began to work in São Paulo and Salvador. To both Bardi and Magalhães, thinking architecture and design also implied a strong involvement with issues related to cultural heritage and what could be dubbed “popular culture” (Bardi, 1994).

The investment in the convergence between project and culture had been part of Bardi’s professional trajectory since the 1940s, still in Italy, where the architect worked with Giò Ponti. This perspective begins to be renewed and expanded when she arrives in Brazil, as evidenced by her contribution as director of the Museum of Modern Art and the Museum of Popular Art in Salvador in the turn of the 1960s; her proposals for the SESC Pompeia<sup>1</sup> between the second half of the 1970s and the beginning of the 1980s; and, finally,

her return to the capital of Bahia in the 1980s, with projects of urban intervention that are also efforts to preserve the cultural heritage.

Therefore, if we observe the field of design in Brazil, we realize that Bardi and Magalhães make up “another branch” (Souza Leite, 2006) of Brazilian design, one that is more committed to the idea of “national identity” (Souza, 1996), and, precisely because of that, representative of some of the “signs of divergence” (Nobre, 2008) in relation to what could be considered a more hegemonic branch within the field, which was more oriented by the rational-functionalist and universalist principles that were synthesized, in a significant way, by the German school in the city of Ulm (HfG Ulm).

Bardi and Magalhães’s “other branch,” directed by a “wider cultural view” (Lessa, 1994), sought to assimilate popular culture into projects that had a participative nature, and that aimed, through a cultural contextualization of the design practiced here, to contribute to the country’s autonomous development. Not by chance, the proposals formulated by these two agents ended up leading them to projects that involved interventions on an urban scale as well as programs that combined architecture, design, cultural programming, historical preservation, and social action (Anastassakis, 2011).

Considering that both of their trajectories in the second half of the 1970s were directed towards a more substantial involvement with the issues of cultural contextualization – which in a way unfolded as projects that were more closely linked to issues relating to the preservation and promotion

---

<sup>1</sup>A cultural and leisure center in São Paulo that includes theatres, sports activities, swimming pool, exhibition halls, bars, workshops, restaurants, etc. designed by Lina Bo Bardi in 1977.

of the historical-cultural heritage and the planning of cultural efforts than to design and architecture per se –, it appears that they gravitated towards that precisely to the degree that design and architecture were no longer sufficient for either of them as fields from which it was possible to tackle the national socio-cultural issues they were really interested in.

In this sense, it is possible to assert that they were deeply modern. That is, that which at first might seem like a critical distancing from modern design (as practice or priority) does not represent a rupture with the issues that oriented either of their former professional attitudes, which were linked to the modern project (which finds two important means of expression in architecture and design). On the other hand, it seems that their involvement with issues of a different nature is precisely a declaration of commitment to something that was itself what had previously attracted them to design and architecture. Could we then identify what these two had in common in regards to a culturalist perspective of the modern project?

Beginning in the second half of the 1970s, after a period of forced recess – which began with her departure from Salvador after the military coup of 1964 –, Bardi again takes up projects that involve more than just designing buildings, comprising several things – such as, in the case of SESC Pompeia, the renovation of an old architectonic complex, the project that envisioned its use for new purposes, and the project of everything these new purposes involved, from the furniture

to the visual identity, including also her curatorship of cultural events to be promoted in the new space. She had already attempted a project of this magnitude between the 1950s and 1960s at the Solar do Unhão<sup>2</sup> mansion in Salvador.

In the second half of the 1980s, the project commissioned by the municipal government of Salvador led her to a very similar situation. Formalized in 1986 by Mario Kertész – the first mayor of Bahia's capital elected after the end of the military dictatorship –, the invitation foresaw the development of “intervention projects that would deflagrate a large scale process of revitalization in Salvador's historical center (Chagas, 2002: 127). Returning to Bahia after over 20 years, Bardi initially accepts the mayor's invitation to carry out a series of local interventions aimed at becoming focal points that would irradiate a functional requalification, bringing about a recuperation of both the wider architectonic complex and the lifestyles that were present there (2002: 159).

Bardi, however, soon offers the government a counterproposal “that privileges the creation of a concept of intervention: the Ladeira da Misericórdia [Mercy Hill] Pilot Project (PPLM)” (ibid: 159), the synthesis of a few ideas that, after being attempted there, could be applied on a wider scale. “The project proposes a physical restoration that assumes the permanence of these residents, redeeming the traditional vertical zoning solution” (ibid: 159-160). Developed to be experimentally carried out on three deteriorated *sobrados*<sup>3</sup>, a façade in ruins, and a vacant lot at the top of the hill connecting

<sup>2</sup>An impressive architectonic complex comprising the Solar, the Chapel of Our lady of Conception, a private dock, aqueduct, fountain, slave house, and distillery. Currently the complex houses the Museum of Modern Art of Bahia.

<sup>3</sup>A relatively large structure with two or more stories typical of Colonial Brazil.

<sup>4</sup>Literally translated “Low City,” Cidade Baixa is the coastal area of Salvador, which consists of a relatively narrow plane.



the Cidade Baixa<sup>4</sup> to the higher downtown area, the project intended to create an intervention matrix that later could be used in other areas of the city.

Understanding that “the recovery of the real sense, not of the designing, but of the planning connected to socio-economic conditions, is a policy” (Bardi, in Chagas, 2002: 176), in this project Bardi clearly exposes her conception regarding the preservation of the built cultural heritage, which had already been rehearsed in the renovation of the Solar do Unhão mansion (between the 1950s and 1960s) and the SESC Pompeia project (in the second half of the 1970s). Thus, in the project for Salvador’s historical center, she “distances herself from the intention of preserving isolated historical and artistic monuments, turning instead to the guarantee of the acknowledgement of the whole architectonic complex, even if individually the furniture pieces lacked aesthetical and technical quality” (ibid: 157).

Interested in the relationship between physical spaces and the lifestyle of the populations that reside in them, at that moment, “far from the pure and simple preservation of heritage as a memory and image record that is referential of the local symbolic identity, her main goal was to warrant the availability of low cost, centrally located housing for populations excluded from the formal chain of the city’s economy” (ibid).

Therefore, in her proposal, Bardi elaborates a criticism of “SPHAN’s elitism, IPAC’s welfarism, and the intentions directed towards touristic consumption” (ibid: 210), a critique that evokes, among other things, the architect’s ethical-political commitment to those for whom the work is being undertaken.

Affirming this perspective, she declared that “when we work on a project, even as students, we must design something that is useful, that has a connotation of use, of benefit. This work must not fall from the sky over the residents; instead, it must express a truth, a need” (Bardi, in Chagas, 2002: 178).

Like Bardi, still in the 1970s, Magalhães is fully involved with projects that can be better defined as cultural policy than design. If in 1975 he had left his office in Rio de Janeiro to coordinate the CNRC in Brasília, four years later, in 1979, he was invited to preside over the National Institute of Historic and Artistic Heritage (IPHAN), to where he transferred the ideas he had overseen at the CNRC. In this sense, “the projects carried out by the CNRC are the basis for a new heritage policy implemented by SPHAN/Pró-Memória starting in 1979”<sup>5</sup> (Gonçalves, 2002: 75).

As soon as he began his administration at IPHAN, Magalhães proposed that the organ be split into two, the Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional [National Secretariat of Historic and Artistic Heritage] and the Fundação Nacional Pró-Memória [National Pro-Memory Foundation]. In November, 1979, during a speech directed at then president João Figueiredo on the occasion of the signing of the bill authorizing the creation of the Foundation, Magalhães, perhaps referring to the imminent political opening, talks about the transitory character of the functions occupied by each of those present at the ceremony, affirming that, if each of their functions was transient, as Brazilians, on the other hand, all of them shared the same responsibility, and this is what should be embraced in a coherent manner.

<sup>5</sup>About the cultural heritage policies implemented by Aloisio magalhães at IPHAN, see Falcão, 2001 and 2003, Fonseca, 2005, and Gonçalves, 2002.

This responsibility was connected to “the moment when the Brazilian nation, after a period of relative darkness, would again try to find its true paths, (...) the foundations of nationality that would allow us to build a form and a pattern that befits us” (Magalhães, 2003: 240). When embraced, this accountability would imply an attitude of giving back, which meant “giving the nation something back for the privileges we have received” (ibid: 241). Within the scope of cultural heritage preservation, assuming the responsibility to give back would imply building, in the midst of models that had proven unsatisfactory, our own model, which should be sought among the indicators of our cultural behavior, heterogeneously molded “by the Brazilian men’s production, in the small and often fragile dimension of a pre-industrial activity” (ibid: 242), since that’s where we find the indicants of both an authentic development model for the nation and its identity (ibid.).

Within this context, we find it relevant that Magalhães would evoke the metaphor of the slingshot in his speech in order to describe the relationship between past and future according to his perspective:

A culture is evaluated in time and inserted in the historical process not only by the diversity of the elements that comprise it or the amount of representations that emerge from it, but, above all, by its continuity. This continuity admits changes and adaptations in an open and flexible process of constant feedback, which guarantees a culture’s survival. Its harmonious development implies the conscience of a vast segment of historical past. We could even say that the foreknowledge or foresight of a culture’s trajectory is directly proportional to the amplitude and depth of its retrocession in time, of the knowledge and conscience of its historical past – the same

way that, by analogy, a rock goes further in proportion to the degree to which the elastic band in the slingshot is sufficiently strong and flexible to withstand the strong tension diametrically opposed to the purpose of its aim. We could even affirm that, in the process of a culture’s evolution, there is nothing really “new.” The “new” is just a transmuted form of the past – enriched in the continuity of the process, or revealed anew –, of a latent repertoire. In fact, the elements are always the same: it’s just that the vision may be enriched by new incidences of light on the several faces of the same crystal (in Souza Leite, 2003: 11).

Suggesting that the cultural heritage may contribute to the development process since “a culture is made up of compound elements of the past that are seen by transitory men of the present and that draw a projective path” (ibid.), Magalhães proposes a convergence between the new Foundation and government areas more directly connected to economic-productive issues.

According to Joaquim Falcão, with these speeches, Aloisio Magalhães seeks to establish a new position for public policies directed at the preservation of the cultural heritage that would be more in tune with the general changing climate that characterized the end of the authoritarian regime in the country (2003: 248). By capturing, systematizing, and trying to substantiate this changing climate, Magalhães chose to operate within the State’s policies (ibid: 250), attempting to articulate culture and development (ibid: 252). In this sense, to Falcão, Aloisio Magalhães was both a fruit and the artisan of the political opening that was then beginning to insinuate itself more directly.

His strategy to “institutionalize a revitalizing continuity

at IPHAN consisted in the incorporation of two innovative experiences in the heritage area that already occurred in the government” (ibid: 254), the Centro Nacional de Referência Cultural and the Programa das Cidades Históricas [PCH-Historical Cities Program]. In an attempt to promote a democratic widening of the concept of heritage (ibid.), he proposed the absorption, by the public preservation policies, of cultural manifestations associated to cultures of African and indigenous origin as well as the consideration of the feedback received from the communities that inhabited the historical cities targeted by preservation policies. Thus, heritage organs assumed the responsibility of mediating the dialogue between cultural agents and the government, which did not come about without friction.

On the assumption that taking care of the cultural heritage also implied project and participation as well as the consideration of the material and immaterial aspects related to the cultural processes, Magalhães contributes to the consolidation of a new perspective for the country’s cultural heritage, which was not legally established until the year 2000, when the immaterial heritage decree was enacted.

In retrospect, the heritage goals envisioned by Bardi and Magalhães foretell two preservation tools that would only be institutionalized years later, both in the national and global arena, namely the concepts of immaterial or intangible heritage and cultural landscape. Both of these perspectives considered that the preservation of the historical heritage would only make sense if articulated around the existing socio-cultural conditions and associated to a project of future development.

Dialoguing with the perspective formulated by Lúcio

Costa years before, Bardi and Magalhães differed from him inasmuch as, to both, the popular other was not in the past, but in the present. In addition to this correlation, we notice several others: when seeking to justify his proposals before IPHAN, Magalhães cites the notion of cultural heritage outlined by Mário de Andrade in the draft project he had formulated for the creation of SPHAN, while Bardi again uses what she had learned from Giò Ponti, reconfiguring those ideas according to a Gramscian ethics that points to the possibility of a revolution within the social network.

Chagas talks about what Lina Bo Bardi and Aloisio Magalhães had in common with Mário de Andrade:

The recognition of the greatness of an anonymous production that reflected the true identity of a people – the valuing of the popular production – was not an innovative attitude by Lina Bo Bardi or the CNRC. The discourse marked by the passionate discovery of the popular face of the country was already one of the issues that concerned the 1922 modernists and, later, Mário de Andrade, when he developed the famous concept that would originate the decree-law No. 25 of 1937 that created SPHAN. What was new in these two proposals – Solar do Unhão and CNRC – was the approach that identified in the character of a production seen as marginal not only the national identity trait, but also the immense economic potential it contained, as long as it was rightly inserted into an appropriate model of development that fitted its multiple characteristics (2002: 81).

Even though the two perspectives established dialogues with the references mentioned above, insofar as they valued the convergence between the idea of a popular national culture and modern principles, we must highlight

that the cultural heritage Bardi and Magalhães are interested in is not that of the “stone and mortar” kind, which had been practiced in Brazil until then, nor is it a heritage that locates in the past the cultural values to be protected and preserved. It is at this point that their perspectives depart from the one formulated by Lúcio Costa.

Understanding that the “‘good tradition’ coming from the Colony had been kept and passed along not by the architect, but by the simple man” (Rubino, 2009: 34), to Bardi and Magalhães, “if the people were architects capable of building functional structures with scarce resources, they were a people of the present, alive in this Brazil at this time of re-democratization” (ibid.). Therefore, “if a past ‘other’ was able to lead to a strong preservation policy, this present ‘other’ led to the politicization of his discourse right at a time that bets on the modernization of the country. The notion of authenticity was shifting: what was now authentic was the people” (ibid.).

Here, before we move on, it is essential that we allude to what Rubino calls an “intellectual partnership between anthropologist and sociologist Gilberto Freyre and architect Lúcio Costa” (2010: 302), as there seems to be a close connection between the two, particularly in respect to the formulation of a linkage between the modern Brazilian architecture and the country’s cultural history<sup>6</sup>, a formulation that allowed them both to build, through architecture, a link between the modern movement and the good tradition (ibid.).

By showing a series of occasions in which one

cites the other, Rubino illuminates a process of reciprocal legitimization, according to which “if the more sociological explanation formulated by Lúcio Costa is visibly inspired by the Pernambuco-born sociologist” (ibid: 303), Gilberto Freyre, on the other hand, “builds a lexicon that brings the architectonic good to the universe of the written culture, thus becoming the architects’ sociologist” (ibid.). Therefore, Freyre’s work contributes to the legitimization, under the work perspective adopted by SPHAN, of “a place for the past event to be built” (ibid: 307). Thus, the traditional past, re-qualified by Freyre in the book *Casa-Grande e Senzala* [The Masters and the slaves], inserts itself into an interventionist project in the present (ibid: 306), namely, SPHAN’s initiative to put certain buildings under governmental trust, many of such interventions led by Costa.

Getting back to Bardi and Magalhães, we should stress that, as we have already noted, in their proposals – even if they were formulated at different instances and with distinct approaches –, the two set in motion new conceptions of cultural heritage oriented according to the issues that led them to problematize, just prior to that, the possibilities of operating through design and architecture. In this sense, as with their considerations about architecture and design, their conceptions of cultural heritage are similarly guided by a commitment to cultural issues in the present, aiming at a future development<sup>7</sup>.

Their view of cultural heritage then takes into consideration the preservation of material aspects, but always

<sup>6</sup>The correlation between Lúcio Costa and Gilberto Freyre are also discussed by José Tavares Correia de Lira, who places Rodrigo Mello Franco de Andrade, the first president of SPHAN, between the two (1997: 110).

<sup>7</sup>In this sense, they align themselves to the commitments made by the Convention Concerning the Protection of World Cultural and Natural Heritage, organized by UNESCO in 1972.

understanding that these must be inextricably connected to the cultural practices of the groups that live in or around them. This is a point of agreement between their perspective and the cultural heritage conception formulated by Mário de Andrade, as they: intend to bring erudite and popular art together; make use of concepts of nationalism that do not imply a denial of certain universalist ideals; attribute significance to the fact that Brazil is a “new, emerging” country; seek to integrate the national artistic production into the general course of modernity; invest in mappings of the popular cultural production; incorporate cultural goods of immaterial nature; and value a certain heterogeneous character of the national cultural production (Freitas, 1999: 76-79).

In addition to their concern with the present, these views of cultural heritage are intertwined with projects for the future, that is, in them, the continuity of the cultural processes – be it regarding their material or immaterial aspects – depends on the socio-economic sustainability they are guaranteed to establish. Therefore, what the two have in common is a far-reaching view of cultural heritage based on the conviction that a project of development for the future can only be established through a consideration of cultural specificities.

In this sense, according to Bardi and Magalhães, these are not cultural heritage policies per se, but investments in political efforts related to cultural heritage, aiming to create a project of social transformation through the consideration of cultural specificities. Therefore, the same way that design and architecture once represented access doors to issues of socio-cultural transformation within those contexts, it is in the cultural heritage arena that a domain is established from which it becomes possible to rehearse an intervention in the

“real world.” Thus, architecture, design, and cultural policies are configured as areas or domains from which these agents can enable their action proposals within a perspective that is eminently modern, even if it is possible to characterize their perspectives as another modernism or as the suggestion of a hybrid modernity (Lima, 2010; Anastassakis, 2011).

This is precisely why it is so important to present and discuss the ideas formulated by these two agents, who were so relevant in the trajectory of architecture, design, and cultural heritage in Brazil. After all, the two, each in their own way, have contributed to the consolidation of new references from which it is possible to expand the debate about concepts, projects, and practices that involve design and cultural heritage in the country – a debate that, as we have demonstrated above, finds in Bardi and Magalhães valuable contributions that must be redeemed and brought up to date in order to promote new ideas, proposals, and public policies regarding design and cultural heritage.

## BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:

- ANASTASSAKIS, ZOY. *TRIUNFOS E IMPASSES: LINA BO BARDI, ALOISIO MAGALHÃES E A INSTITUCIONALIZAÇÃO DO DESIGN NO BRASIL*. TESE DE DOUTORADO. PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL/MUSEU NACIONAL. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. RIO DE JANEIRO, 2011.
- \_\_\_\_\_. *DENTRO E FORA DA POLÍTICA OFICIAL DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL NO BRASIL: ALOISIO MAGALHÃES E O CENTRO NACIONAL DE REFERÊNCIA CULTURAL*. DISSERTAÇÃO DE MESTRADO. PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL/MUSEU NACIONAL. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. RIO DE JANEIRO, 2007.
- ANELLI, RENATO. “REVENDO LINA BO BARDI”. IN: *MASP: LINA BO BARDI ARQUITETO*. SÃO PAULO: MASP, 2006, p. 20-40.
- BARDI, LINA BO. *TEMPOS DE GROSSURA: O DESIGN NO IMPASSE*. SÃO PAULO: INSTITUTO LINA BO E P. M. BARDI, 1994.
- CASTRO, MARIA LAURA VIVEIROS DE. *PATRIMÔNIO IMATERIAL NO BRASIL: LEGISLAÇÃO E POLÍTICAS ESTADUAIS*. BRASÍLIA: UNESCO, EDUCARTE, 2008, p. 18.
- CHAGAS, MAURÍCIO DE ALMEIDA. *MODERNISMO E TRADIÇÃO: LINA BO BARDI NA BAHIA*. DISSERTAÇÃO DE MESTRADO. PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. SALVADOR, 2002.
- FALCÃO, JOAQUIM. “PATRIMÔNIO IMATERIAL: UM SISTEMA SUSTENTÁVEL DE PROTEÇÃO”. IN: *REVISTA TEMPO BRASILEIRO*, 147, OUT-DEZ 2001, p. 163-180.
- \_\_\_\_\_. “UM LÍDER E SEU PROJETO”. IN: LEITE, JOÃO DE SOUZA (ORG.). *A HERANÇA DO OLHAR: O DESIGN DE ALOISIO MAGALHÃES*. RIO DE JANEIRO: ARTVIVA, 2003, p. 248-259.
- FONSECA, MARIA CECÍLIA LONDRES. *O PATRIMÔNIO EM PROCESSO: TRAJETÓRIA DA POLÍTICA FEDERAL DE PRESERVAÇÃO NO BRASIL*. RIO DE JANEIRO: ED. UFRJ; MINC – IPHAN, 2005 (1997).
- GONÇALVES, JOSÉ REGINALDO. *A RETÓRICA DA PERDA: OS DISCURSOS DO PATRIMÔNIO CULTURAL NO BRASIL*. RIO DE JANEIRO: ED. UFRJ / MINC / IPHAN, 2002.
- FREITAS, MARCELO DE BRITO ALBUQUERQUE PONTES. “MÁRIO DE ANDRADE E ALOISIO MAGALHÃES: DOIS PERSONAGENS E A QUESTÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL”. IN: *PÓS – REVISTA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO DA EAU-USP*, 97/98. SÃO PAULO: SETEMBRO 1999, p. 71-93
- LESSA, WASHINGTON DIAS. “A ESDI E A CONTEXTUALIZAÇÃO DO DESIGN”. IN: *PIRACEMA, REVISTA DE ARTE E CULTURA*, n° 2, ANO 2. RIO DE JANEIRO: FUNARTE, 1994, p. 102-107.
- LIMA, ZEULER R. M. A. *LINA BO BARDI: HYBRID MODERNISM. TESE PÓS-DOUTORAL*. HEYMAN CENTER FOR THE HUMANITIES. COLUMBIA UNIVERSITY. USA, 2010.
- LIRA, JOSÉ TAVARES CORREIA. “O POPULAR NA CULTURA, A ARQUITETURA BRASILEIRA E A HISTÓRIA: GILBERTO FREYRE, OS MOCAMBO, OS MODERNISTAS E OS PRIMEIROS ANOS DO IPHAN”. IN: CARDOSO, LUIZ ANTONIO FERNANDES E OLIVEIRA, OLÍVIA FERNANDES (ORGS.). *REDISCUINDO O MODERNO: UNIVERSALIDADE E DIVERSIDADE NO MOVIMENTO MODERNO EM ARQUITETURA E URBANISMO NO BRASIL*. SALVADOR: MESTRADO EM ARQUITETURA E URBANISMO DA UFBA, 1997, p. 98-118.
- MAGALHÃES, ALOISIO. *E TRIUNFO? A QUESTÃO DOS BENS CULTURAIS NO BRASIL*. RIO DE JANEIRO: NOVA FRONTEIRA, FUNDAÇÃO ROBERTO MARINHO, 1997 (1985).
- \_\_\_\_\_. “NA FUNDAÇÃO DA FUNDAÇÃO”. IN: LEITE, JOÃO DE SOUZA (ORG.). *A HERANÇA DO OLHAR: O DESIGN DE ALOISIO MAGALHÃES*. RIO DE JANEIRO: ARTVIVA, 2003, p. 240-243.
- MICELI, SERGIO (ORG.). *ESTADO E CULTURA NO BRASIL*. SÃO PAULO: DIFEL, 1984.
- NOBRE, ANA LUIZA DE SOUZA. *FIOS CORTEANTES: PROJETO E PRODUTO, ARQUITETURA E DESIGN NO RIO DE JANEIRO (1950-70)*. TESE DE DOUTORADO. PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA SOCIAL DA CULTURA. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO. RIO DE JANEIRO, 2008.

- PEREIRA, JULIANO APARECIDO. *LINA BO BARDI. BAHIA, 1958-1964*. UBERLÂNDIA: EdUFU, 2008.
- RUBINO, SILVANA. “A ESCRITA DE UMA ARQUITETA”. IN: GRINOVER, MARINA E RUBINO, SILVANA (ORGS.). *LINA POR ESCRITO. TEXTOS ESCOLHIDOS DE LINA BO BARDI*. SÃO PAULO: COSAC NAIFY, 2009, p. 19-40.
- \_\_\_\_\_. “GILBERTO FREYRE E LUCIO COSTA OU A BOA TRADIÇÃO. O PATRIMÔNIO INTELECTUAL DO SPHAN”. IN: GUERRA, ABÍLIO (ORG.). *TEXTOS FUNDAMENTAIS SOBRE A HISTÓRIA DA ARQUITETURA MODERNA BRASILEIRA*. SÃO PAULO: ROMANO GUERRA, 2010, p. 299-314.
- SOUZA, PEDRO LUIZ PEREIRA DE. *ESDI: BIOGRAFIA DE UMA IDEIA*. RIO DE JANEIRO: EdUERJ, 1996.
- SOUZA LEITE, JOÃO DE (ORG.). *A HERANÇA DO OLHAR: O DESIGN DE ALOISIO MAGALHÃES*. RIO DE JANEIRO: ARTVIVA, 2003.
- SOUZA LEITE, JOÃO DE. “DE COSTAS PARA O BRASIL, O ENSINO DE UM DESIGN INTERNACIONALISTA”. IN: MELO, CHICO HOMEM DE (ORG.). *O DESIGN GRÁFICO BRASILEIRO – ANOS 60*. SÃO PAULO: COSAC & NAIFY, 2006A, p. 252-283.
- SUZUKI, MARCELO. *LINA E LUCIO*. TESE DE DOUTORADO. PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO. ESCOLA DE ENGENHARIA DE SÃO CARLOS. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. SÃO CARLOS, 2010.





# DESIGN GRÁFICO VERNACULAR: IDENTIDADE E PATRIMÔNIO CULTURAL

VERNACULAR GRAPHIC DESIGN:  
IDENTITY AND CULTURAL HERITAGE

**FERNANDA DE ABREU CARDOSO**

DESIGN, PROFESSORA EBA/UFRJ  
DESIGNER, PROFESSOR AT THE SCHOOL OF FINE ARTS (EBA/UFRJ)



**CENTRO CARIOCA  
DE DESIGN**



## DESIGN GRÁFICO VERNACULAR: IDENTIDADE E PATRIMÔNIO CULTURAL

Este texto propõe uma reflexão sobre a produção do design gráfico vernacular como representação de identidade, seja ela local ou nacional, e a possibilidade de classificação desta atividade como patrimônio cultural. A este tipo de produção popular frequentemente são associadas relações afetivas de identificação, de pertencimento a um grupo e, por conseguinte, muitas vezes, este pode assumir o valor simbólico de demarcação ou valorização de identidade. Com enfoque nos valores simbólicos atribuídos a este tipo de produção, busca-se examinar, através de exemplos, a tradução de sua linguagem visual em símbolo de identidade. A partir destes exemplos de apropriação, no quais os elementos característicos desta linguagem são trabalhados e aplicados em novo contexto, pretendemos demonstrar a importância deste tipo de produção popular enquanto tradução de valores da memória coletiva. O objetivo desta reflexão, portanto, é examinar o valor simbólico de identidade atribuído a esta visualidade, reforçando a noção de design vernacular como patrimônio cultural.

Cabe ressaltar que, nesta análise, optamos por abordar o design vernacular de forma indireta, ou seja, sem focar em exemplos da produção gráfica popular em si, mas sim em apropriações desta produção em peças de design gráfico do campo oficial. Para a reflexão sobre esta produção como possibilidade de patrimônio cultural, julgamos ser mais relevante avaliar o que ela representa, em vez de estabelecer uma análise meramente formal

destas peças. Deste modo, priorizamos o valor simbólico que esta produção assume, enfatizando o traço de identidade que lhe é atribuído. Neste debate sobre patrimônio e identidade, o que julgamos ser importante não são exatamente peças gráficas específicas desta produção, mas sim o modo de fazer, pensar e viver deste grupo que, finalmente, se traduz de forma concreta em sua produção gráfica.

Em primeiro lugar, apresentamos uma definição para o termo “design gráfico vernacular”, que pode ser entendido como um campo de produção de bens simbólicos relacionado à produção de material gráfico por indivíduos pertencentes a espaços sociais economicamente desfavorecidos. Trata-se de um campo informal, que se define por exclusão do campo do design institucionalizado, formal e erudito, representando, portanto, o design não oficial. Apesar de configurar uma atividade informal, os produtores pertencentes a esse grupo dividem condições de existência semelhantes, o que lhes confere certa unidade de grupo. Como principais características desta prática, destacam-se a falta de treinamento formal na área, sendo os designers populares autodidatas ou aprendizes de outros; o trabalho realizado contempla a organização da informação visual e textual; a linguagem visual característica das peças produzidas (que não segue os padrões de representação da norma culta) e a forma de produção artesanal ou com recursos reduzidos.

Como exemplos de peças de design

vernacular, também denominado design popular, podemos citar os letreiros confeccionados artesanalmente, cartazes de preços de supermercados, filipetas distribuídas nas ruas e embalagens dos mais diversos tipos de produtos. Essas peças podem ser consideradas populares tanto pelo baixo custo de sua produção quanto pelo fato de serem amplamente difundidas. Trata-se, portanto, de uma manifestação popular que pode ser considerada uma atividade artística, voltada, porém, para fins comerciais, como é de praxe no campo do design.

Elemento integrante da paisagem urbana de qualquer cidade, exposto nas ruas ou em circulação através dos mais diversos produtos, o design gráfico vernacular está presente e visível para todos. Destacamos que apesar desta produção típica popular em princípio ser produzida em um contexto específico, visando atender às necessidades das classes populares, seu consumo e visualização não se restringe exclusivamente a este grupo. Extrapolando os limites de seu campo, a linguagem visual desta produção fornece a diversas esferas de uma sociedade uma atmosfera familiar, um sentido de pertencimento ao grupo (seja uma cidade, região ou país) revelando alguns dos valores simbólicos atribuídos a este tipo de produção.

O uso do termo “vernacular” utilizado aqui para identificar a produção de material gráfico próprio das classes populares, reforça o sentido original da palavra, que é associado a algo

nacional, próprio de uma região. Ao usarmos as expressões “popular” e “vernacular” para classificar este tipo de produção, reconhecemos valores que estão profundamente relacionados. Aloisio Magalhães, destacou a abrangência dos bens culturais, sobretudo os procedentes do fazer popular, como o ponto de partida para se reconhecer os valores mais autênticos de uma nacionalidade.<sup>1</sup> Neste sentido, apresentamos a produção do design gráfico vernacular - uma produção espontânea, muitas vezes anônima e representativa da cultura popular de nosso país - como um forte símbolo de representação de nossa identidade.

Através de pesquisas realizadas anteriormente<sup>2</sup>, foi observado que o elemento popular vem servindo cada vez mais como fonte de referência para o campo oficial do design. Elementos característicos da linguagem visual do design gráfico vernacular, tais como desenhos de letras manuscritas, ilustrações, embalagens impressas e até mesmo as eventuais irregularidades e “imperfeições” decorrentes das técnicas artesanais, são aplicados ou servem de referência para criações do campo oficial. Verificamos que essas referências raramente são usadas gratuitamente, vez que, quando conveniente, são apropriadas e empregadas com objetivo claro de fazer referência à identidade nacional ou local conforme será demonstrado em nossos exemplos. Cabe destacar que estas apropriações representam uma situação paradoxal, pois os padrões visuais do design popular

<sup>1</sup>Magalhães, Aloisio. *E triunfo?* Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985, pg. 19.

<sup>2</sup>CARDOSO, Fernanda de Abreu. *Design gráfico vernacular: a arte dos letristas*. Dissertação de mestrado em Design PUC- Rio, 2003.

não correspondem aos valores hegemônicos do campo do design oficial e podem, por vezes, ser desvalorizados quando julgados pelos padrões deste último campo. No entanto, quando esta linguagem é apropriada e empregada por designers do campo formal em projetos de seu próprio campo, é aceita como forma de representação visual adequada e ainda exerce a difícil tarefa de representar um povo.

Apresentamos em seguida exemplos da apropriação da linguagem popular e seu uso em peças gráficas do campo oficial em duas situações distintas: com o valor simbólico de representação de identidade local e de identidade nacional. No primeiro caso, trazemos a aplicação da imagem da embalagem do biscoito Globo como recurso de representação da identidade carioca e, em seguida, analisamos o uso de fontes digitais que se inspiram nos letreiros pintados à mão como referência à noção de brasilidade. Nesses exemplos procuramos analisar de que maneira essas relações se estabelecem, examinando, quando possível, o discurso e o contexto social que envolvem a apresentação destas peças.

### O biscoito Globo

O uso da imagem da embalagem do biscoito Globo (figura 1) aplicada nos mais diversos produtos é um exemplo deste tipo de apropriação e representa, de forma bastante clara, a demarcação de identidade de um grupo específico, o dos cariocas. O biscoito, produzido em uma única fábrica localizada no centro da cidade do Rio de Janeiro, é largamente encontrado à venda nas praias, nos sinais de trânsito e engarrafamentos da cidade,

podendo-se afirmar que se trata de um produto bastante popular, seja pelo seu baixo custo, seja pelo seu alto consumo.



Figura 1 - Embalagem em papel do biscoito Globo

O desenho de sua embalagem, com imagens de ícones turísticos de diversas localidades ilustrando o slogan “biscoito Globo, todo mundo come”, desenvolvido pelo padeiro Alfredo Simões Nobre<sup>3</sup>, já foi utilizado por alguns criadores para os mais variados tipos de produtos. Os donos da marca Globo não investem em propaganda e consideram positivo o uso tão difundido da imagem de seu produto. O direito do uso de imagem da embalagem é livre e a permissão para utilizar a marca é concedida verbalmente. Talvez por isso seja possível encontrar tantos produtos que fazem uso desta imagem, refletindo a grande popularidade do biscoito na cidade.

A designer Joana Pegado produziu bolsas de praia e *nécessaires* (figura 2); a estilista Alessa também criou modelos de bolsas e ainda utilizou as embalagens em papel do biscoito para embalar roupas íntimas vendidas em sua loja; a marca de

<sup>3</sup>CARDOSO, Fernanda de Abreu. *O universo simbólico do design gráfico vernacular*. Tese de Doutorado em Design PUC- Rio, 2010.

moda praia Blue Man desenvolveu uma estampa para biquíni, assim como a marca de *surfwear* Limits lançou uma bermuda com estampa inspirada nesta figura (figura 3). Também podem ser encontradas à venda nas praias do Rio de Janeiro cangas que reproduzem os desenhos das versões sal e doce da embalagem do biscoito, assim como camisetas e chinelos de dedos estampados com o mesmo motivo. Cabe destacar que a maioria destes objetos guardam algum tipo de relação com a imagem do estilo de vida carioca: são produtos usados nas praias ou objetos irreverentes. Reforçando esta ideia, vemos na canga uma adaptação no desenho da embalagem original com a inclusão da frase: “Eu sou carioca!” substituindo o nome da panificação que fabrica o biscoito (figura 4).

Este mesmo tipo de simbolismo associado à embalagem do biscoito, a identidade carioca, foi empregado pela marca de moda jovem carioca Farm, ao inaugurar sua loja *flagship* em São Paulo em 2009. O site da marca apresenta a loja-conceito como um espaço que “respira natureza e transpira a alma carioca”<sup>4</sup> e, para enfatizar este último aspecto, faz uso de diversos ícones do imaginário da cidade em seu material gráfico de divulgação. Para marcar sua origem carioca, surgem estampadas nas bolachas de chope promocionais (figura 5) diversas referências populares combinadas à clássica imagem do Cristo Redentor: além da imagem do biscoito Globo, estão a logomarca da paçoca Doce Amor e os escritos do Profeta Gentileza.



Figura 2 - Nécessaire Joana Pegado



Figura 3 - Bermuda com estampa inspirada na embalagem do biscoito Globo da marca Limits



Figura 4 - Canga vendida na praia de Ipanema

Podemos observar ainda que existe uma curiosa relação afetiva de seus consumidores com a imagem deste produto. O biscoito, que vem mantendo a mesma embalagem em papel por várias décadas, lançou em 2004 uma nova embalagem em plástico (figura 6), que aumenta seu prazo de validade, voltada para a venda em cantinas escolares e padarias. Apesar dessa embalagem manter a identidade visual da original e conservar a embalagem tradicional em papel para venda do biscoito em outros locais, houve certa comoção e censura em

<sup>3</sup>BECKER, Clara. O império global da mandioca. *Revista Piauí*, no 32, p.50 -53, maio de 2009.

<sup>4</sup><<http://www.farmrio.com.br/adoro/?tag=farm-harmonia>>. Consulta em 8 mai. 2009.

torno da novidade. O público consumidor posicionou-se por meio de protestos em blogs e listas de discussões na internet contra o surgimento da nova embalagem plástica, pois descaracterizaria o tradicional produto que já faz parte do imaginário carioca.

Não é apenas a embalagem que carrega em si esse valor simbólico, mas também o próprio produto, assim como seus vendedores. O biscoito Globo é constantemente oferecido em vernissages de exposições de arte e desfiles de moda, como na 5ª edição do *Capital Fashion Week*, semana de moda de Brasília, realizada em 2008. O texto do site descreve o desfile de uma das grifes participantes: "Mais carioca impossível. Assim foi o desfile da Setemares. A coleção teve como inspiração as praias do Rio de Janeiro, o Pão de Açúcar e o Cristo Redentor. Quem chegou para assistir ao desfile foi recebido com um pacote de biscoito Globo – um dos símbolos mais tradicionais das areias cariocas."<sup>5</sup> É possível observar através desse relato o alcance do papel simbólico de representação identitária do biscoito. A estilista Isabela Capeto fez uso desse mesmo simbolismo, mas usando o próprio produto. Na apresentação de sua coleção Verão 2009, biscoitos tingidos de dourado foram usados como brincos de argolas.



Figura 5 - Bolachas para chope para divulgação da loja Farm



Figura 6 - Embalagens em plástico do biscoito Globo

<sup>5</sup>Disponível em: <<http://www.correioweb.com.br/capitalfashionweek/materias.htm?matid=32>>. Consulta em 12 jun. 2009.

Recentemente, foi publicado no Diário Oficial da cidade do Rio de Janeiro o decreto que reconhece a atividade de vendedor ambulante de biscoito de polvilho, mate e limonada nas praias cariocas como Patrimônio Cultural Carioca<sup>6</sup>. O decreto destaca a importância do vendedor ambulante como personagem marcante e tradicional das praias cariocas, paisagem cultural símbolo da cidade e parte integrante do imaginário nacional e internacional. O texto ressalta ainda a necessidade de preservação da memória da cultura carioca através do registro de seus bens de natureza imaterial, categoria na qual se encaixam os vendedores. Associada à imagem dos vendedores está, obviamente, a lembrança dos produtos vendidos, o que reforça mais uma vez a forte presença simbólica do biscoito no imaginário carioca.

### A tipografia popular

A linguagem gráfica popular também é largamente apropriada no desenvolvimento de fontes digitais inspiradas na escrita dos letrados pintados à mão. No caso dessas fontes, os elementos visuais mais marcantes das letras originais são retrabalhados e padronizados através de programas próprios para a produção de fontes digitais. Nos exemplos que apresentamos em seguida, podemos observar as referências bastante explícitas à noção

de identidade nacional. Seja no nome atribuído às fontes, no contexto em que são aplicadas ou através do discurso que acompanha esse uso, o aspecto da “brasilidade” sempre surge em destaque.

O site Tipos populares do Brasil disponibiliza fontes digitais desenvolvidas por designers gráficos e inspiradas nas letras dos mais diversos tipos de letrados artesanais. Algumas das referências usadas no processo de criação são letrados de carrocinhas e restaurantes, além de placas de açougues, mercados e feiras livres encontrados em cidades como Recife, São Paulo, Salvador e Rio de Janeiro. Os arquivos das fontes podem ser baixados e utilizados gratuitamente.

O texto de apresentação revela-nos que as fontes disponíveis já foram usadas em projetos gráficos desenvolvidos por designers conceituados<sup>8</sup> para grandes empresas e instituições governamentais. Neste texto, podemos observar um tipo de discurso recorrente em relação ao uso da linguagem gráfica popular: “(...) hoje, o Tipos populares do Brasil é referência obrigatória para qualquer designer gráfico que se proponha a produzir inspirado pelos valores da nossa cultura (...)”, ou seja, o design popular é apresentado como uma possibilidade real de representação da cultura brasileira. É curioso notar, também, que os nomes das fontes reproduzem a linguagem informal através de gírias ou “erros” de grafia, da mesma forma que os exemplos das frases escritas para demonstrar o desenho das letras

<sup>6</sup>Decreto nº 35179 de 2 de março de 2012, publicado no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro do dia 5 de março de 2012. Disponível em <[http://doweb.rio.rj.gov.br/sdcegi-bin/om\\_isapi.dll?&softpage=\\_infomain&infobase=05032012.nfo](http://doweb.rio.rj.gov.br/sdcegi-bin/om_isapi.dll?&softpage=_infomain&infobase=05032012.nfo)> Acesso em 10 mar. 2012.

<sup>10</sup> <<http://www.tipospopulares.com.br>>. Consulta em 9 jun. 2009.



também remetem ao cotidiano popular utilizando o linguajar característico do universo do funk, do malandro carioca e dos vendedores ambulantes.

As fontes Treta e Resposta, desenvolvidas por Pedro Moura (figura 7), são exemplos do tipo de produção encontrado no site. A primeira teve como referência uma placa de carrocinha de cachorro quente paulistana e apresenta, em algumas letras, um sombreado irregular que lhes confere certa tridimensionalidade, recurso recorrentemente observado nos letreiros populares. Já a fonte Resposta não parte de um letreiro em particular, mas sim de uma categoria de letreiros, os desenhados com pincel atômico. Nesse caso, foram preservadas as curvas típicas das letras de cartazes de preços de supermercados e incorporada a mistura de letras bastão e semi-serifadas ao desenho de alguns caracteres, como pode ser observado nas letras “p”, “r” e “a”.

Outra fonte disponível no site 1 Rial, de Fátima Finizola (figura 8), também se inspira na escrita dos letristas e pode ser vista no projeto gráfico do cd Brasil Afora, do grupo Os Paralamas do Sucesso. O site<sup>9</sup> da banda, assim como as peças de divulgação dos shows (figura 9), segue o mesmo conceito e em ambos os projetos estão presentes diversos elementos característicos da linguagem gráfica popular. Além da profusão de “fontes populares”<sup>10</sup>, foram utilizados uma cartela de cores bastante comum deste tipo de linguagem, com azul, vermelho, amarelo e verde com alta saturação; elementos gráficos como estrelas e



Figura 7 - Fonte Tetra e Resposta de Pedro Moura



Figura 8 - Fonte 1 Rial de Fátima Finizola

<sup>9</sup>Por conceituados, entendemos designers consagrados pelo campo “erudito” e, geralmente, com formação superior em escolas de arte ou design.

<sup>9</sup><<http://www.osparalamasdosucesso.com.br>>. Consulta em 5 jun. 2009.

<sup>10</sup>Outras fontes usadas foram desenvolvidas pelo designer Vinícius Guimarães e fazem parte do projeto “Tipografia Artesanal Urbana”.



Figura 9 - Detalhes do site do grupo Os Paralamas do Sucesso e embalagem do cd Brasil Afora

os típicos “balões estrelados” usados como destaque para preços; texturas desgastadas e ilustrações. O uso dessa linguagem gráfica pode ser entendido como uma referência direta ao conceito associado ao nome do cd, Brasil Afora. Conforme consta no site do escritório responsável pelo projeto, os designers “(...) realizaram uma pesquisa de linguagem da expressividade brasileira que encontramos pelas estradas desse Brasil afora (...)”<sup>11</sup> Novamente, o discurso parece ser de que a real expressão e a diversidade do povo brasileiro poderiam ser traduzidas através do elemento popular. O uso de fontes, assim como da linguagem gráfica popular de uma maneira mais ampla, como forma de demarcar além de um território específico, propõe-se a representar a identidade nacional. Essa é uma estratégia recorrente do design institucionalizado.

O designer Crystian Cruz também se inspirou nas letras desenhadas à mão por letristas para desenvolver a fonte Brasileiro (sic), na qual utiliza diversos elementos representativos desse tipo de escrita, como a mistura de caixas alta e baixa e alguns erros comuns em letreiros, como as letras “n” e “s” invertidas. No caso desta fonte, seu próprio nome traz um erro de grafia, visando reproduzir propositalmente estes equívocos. Muitas vezes, as incorreções na escrita dos letreiros, as irregularidades e texturas desgastadas presentes nessas peças são reproduzidas nas apropriações por parte do campo oficial do design.

Brasileiro (sic) foi premiada na segunda edição da mostra *Tipografia Brasilis*<sup>12</sup> e surge no projeto gráfico do livro *O Brasil das placas*, publicação que une versos de cordel às imagens fotográficas de letreiros populares. Esta fonte também pode ser vista na identidade visual, no site

<sup>11</sup>Disponível em <[http://www.tecnopop.com.br/portfolio\\_projeto.php?cod=292](http://www.tecnopop.com.br/portfolio_projeto.php?cod=292)>. Consulta em 5 jun. 2009.

<sup>12</sup>A segunda edição da mostra *Tipografia Brasilis* foi realizada em São Paulo, em 2001 na Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP).

<sup>13</sup>CAMARGO, José & FONTENELLE, André. *O Brasil das placas*. São Paulo: Panda Books, 2007.



Figura 10 - Fonte Brasileiro de Crystian Cruz e identidade visual do filme *A pessoa é para o que nasce*

e na campanha de divulgação do filme *A pessoa é para o que nasce*, dirigido por Roberto Berliner, retratando a vida de três irmãs cegas que tocam ganzá e cantam em troca de esmolas em feiras no Nordeste. O uso dessa fonte neste projeto gráfico reflete uma associação direta entre alguns possíveis valores simbólicos relacionados ao desenho desta letra, como simplicidade e pobreza, e a temática popular do filme.

A coleção Brasil Paca, lançada pela marca de objetos decorativos Imaginarium, demonstra de forma bastante explícita a relação do uso do elemento popular associado à noção de brasilidade. Além da referência clara no próprio nome da linha, a marca trabalha em seus produtos tanto referências do design gráfico popular quanto do imaginário popular nacional como forma de enfatizar esse tipo de associação. Para a logomarca da coleção e a aplicação em seus produtos, foi desenvolvida a fonte Brasil Paca, que também reproduz algumas das características dos letreiros pintados à mão, tais como a grande variação de estilo no desenho das letras, mistura de caixas alta e baixa, irregularidade no traçado e um pequeno desalinhamento horizontal entre as bases

das letras. No conjunto de copos desta linha (figura 12), temos as letras típicas dos cartazes de preços de supermercados.

Para a ambientação da edição de inverno 2009 da São Paulo Fashion Week, cujo tema era



Figura 11 - Logomarca Brasil Paca



Figura 12 - Conjunto de copos Brasil Paca



Figura 13 - Painéis decorativos da São Paulo Fashion Week

“brasilianismos”, a cenógrafa Daniela Thomas criou um painel usando como tema de inspiração as pinturas de caminhões. Diversas placas reproduziam os padrões gráficos encontrados nesse tipo de pintura decorativa e frases típicas de para-choques de caminhões (figura 13). Uma das fontes utilizadas para compor as frases foi a Contexto desenvolvida pelo designer Vinícius Guimarães.

Através dos exemplos apresentados ao longo desta reflexão, pudemos observar a clara intenção de representação de identidade através da apropriação da linguagem visual popular por parte do campo oficial do design. Esta pequena amostra apenas ilustra e reforça o amplo reconhecimento do valor simbólico

de identidade atribuído à produção gráfica popular. Deste modo, verificamos que o design vernacular, uma produção popular, espontânea e informal, tacitamente adquire um valor de identificação e pertencimento entre os integrantes de uma nação, cidade ou região, sendo este valor reconhecido também fora de seu contexto original de produção.

Pretendemos com este texto, portanto, enriquecer o debate sobre a abrangência dos bens culturais passíveis de serem denominados patrimônio cultural. Nos últimos anos, por exemplo, verificamos uma ampliação do conceito de patrimônio cultural no país<sup>14</sup>, refletindo uma preocupação com o registro de processos socioculturais vivos e a relevância da questão da identidade nacional. Identificamos o design gráfico vernacular como um desses processos vivos merecedores de registro.

A título de esclarecimento, trazemos um entendimento do Iphan<sup>15</sup> sobre a questão do reconhecimento de um bem como patrimônio: “[...] o reconhecimento de um bem de natureza imaterial como patrimônio cultural brasileiro, por meio de registro, atribui a ele valor representativo da cultura e da identidade brasileira”. Em relação ao nosso objeto de análise, verificamos que estes valores já são amplamente reconhecidos. Somado ao fato de representar uma forma de expressão cultural, associada à memória coletiva e à tradição entre os mais diversos grupos sociais, consideramos o design gráfico vernacular merecedor de reflexão e da denominação patrimônio cultural.

<sup>14</sup>Nos referimos aqui ao decreto nº 3.551 de agosto de 2000, que institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial no âmbito da legislação nacional. O decreto trata do processo de reconhecimento de bens culturais como patrimônio imaterial e institui quatro categorias de registro: Celebrações, Formas de Expressão, Saberes e Lugares.

<sup>15</sup>Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

## VERNACULAR GRAPHIC DESIGN: IDENTITY AND CULTURAL HERITAGE

This text proposes a reflection on the vernacular graphic design production as a representation of both local and national identity as well as on the possibility of classifying this activity as cultural heritage. This kind of popular production is often connected to affective relations of identity and the sense of belonging to a group; therefore, it can often take on a symbolic demarcation or identity affirmation value. By focusing on the symbolic values attributed to this kind of production and through the analysis of a few examples, we shall attempt to examine the translation of its visual language into an identity symbol. Through these examples of appropriation, in which the typical elements of this language are wrought and applied within another context, we shall attempt to demonstrate the importance of this type of popular production as the translation of collective memory values. The purpose of this reflection, therefore, is to examine the symbolic identity value attributed to this visuality, reinforcing the notion of vernacular design as cultural heritage.

It is worth pointing out that, in this analysis, we chose to approach vernacular design in an indirect way, that is, instead of focusing on popular graphic production examples per se, we focused on the appropriation of this production by graphic design pieces created within the official design field. In order to reflect on the possibility of classifying this activity as cultural heritage, we believe that it is more pertinent to evaluate what it represents than to establish a merely formal analysis of these vernacular pieces. Accordingly, we emphasize both the symbolic value and identity trait attributed to this production.

What we deem most important in this debate about heritage and identity is not an examination of specific graphic pieces, but the way this group of popular artists does things, the way they think and live, which is finally reflected in a concrete way in their graphic production.

First, we introduce the definition of the term “vernacular graphic design,” which can be understood as a field of symbolic goods production related to the creation of graphic materials by individuals who belong to economically disadvantaged social groups. This informal field is defined by its exclusion from the institutionalized, formal, and erudite design turf, thus representing the non-official design. Even though it consists in an informal activity, producers in this field share similar life conditions that give them a certain unity as a group. As the main features of this practice, we could highlight the following: a lack of formal training in the area, as popular designers are either self-taught or the apprentices of other popular designers; a sense of organization of the visual and textual information in their work; the characteristic visual language of the pieces produced (which does not follow the same representation patterns as their cultured counterpart); their artisanal production means; and the use of scant resources.

As examples of vernacular design pieces, also designated popular design, we could mention artisanal placards, supermarket price signs, street flyers, and packaging for all types of products. These pieces can be considered popular not only because of their low production cost but also

because they are extensively circulated. Hence these popular manifestations can be considered an artistic activity in spite of their commercial appeal, which is customary in the design field.

An essential element of the urban landscape of any city, exposed in the streets or circulating through many different products, vernacular graphic design is present everywhere and visible to all. We point out the fact that, even though this typical, popular production emerges within a specific context, aiming to fulfill the needs of the popular classes, its consumption and visualization is not restricted exclusively to this group. Overstepping the boundaries of its field, the visual language used in this production provides the different spheres of society with a familiar atmosphere, a sense of belonging to a group (such as a city, region, or country), revealing some of the symbolic values attributed to this type of production.

The choice of the term “vernacular” – used here to identify the production of graphic materials that are emblematic of the more popular classes – reinforces the original sense of the word, which is associated to something indigenous or characteristic of a specific region. When we use expressions such as “popular” and “vernacular” to classify this type of production, we acknowledge values that are deeply interconnected. Aloisio Magalhães highlighted the scope of cultural goods, especially those of popular origin, as a starting point for the recognition of the most authentic values

of a nationality<sup>1</sup>. In this sense, we introduce the production of vernacular graphic design – which is spontaneous, often anonymous, and representative of our country’s popular culture – as a strong representational symbol of our identity.

Through pools conducted earlier<sup>2</sup>, it has been observed that the popular element has increasingly served as a reference source for the official design field. Characteristic features of the visual language used in vernacular graphic design – such as manuscript lettering, illustrations, printed packages, and even the eventual irregularities and “imperfections” that result from artisanal techniques – are either duplicated or serve as a reference source for the official field’s production. We notice that the use of these allusions is rarely unjustified, since, whenever it seems convenient, they are appropriated and employed with the clear purpose of referring to the national or local identity, as it shall demonstrated in our examples. It’s worth pointing out that these appropriations represent a paradoxical situation, since popular design’s visual standards do not correspond to the hegemonic values of the official design field, and at times may be underrated if judged by the standards of the latter. Nonetheless, when this language is appropriated and employed by formal designers in projects pertaining to their own field, it is accepted as an appropriate form of visual representation, while accomplishing the difficult task of representing a people.

We will now introduce examples showing the

<sup>1</sup>Magalhães, Aloisio. *E triunfo?* [What about triumph?] Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985, pg. 19.

<sup>2</sup>CARDOSO, Fernanda de Abreu. *Design gráfico vernacular: a arte dos letristas* [Vernacular graphic design: the art of sign painters]. A design dissertation – masters level. PUC- Rio, 2003.

CARDOSO, Fernanda de Abreu. *O universo simbólico do design gráfico vernacular* [The symbolic universe of vernacular graphic design]. An academic design thesis – PhD level. PUC- Rio, 2010.

appropriation of the popular language and its use in graphic pieces by the official design field in two distinct situations: in the first, the symbolic value represents a local identity; in the second, a national one. In the first case, we show the use of the image printed on the package of the Globo tapioca biscuits as a means of representation of the Carioca identity; in the second, we analyze the use of digital fonts that have drawn their inspiration from hand-painted placards as a reference to the notion of Brasilia. In these examples, we try to analyze how these relations are established, examining, whenever possible, the discourse and social context surrounding the production of these pieces.

## The Globo biscuits

The use of the image printed on the package of the Globo biscuits in a number of other products is an example of this type of appropriation, and it clearly represents the demarcation of identity of a specific group, the Cariocas. Produced by a single bakery located in downtown Rio de Janeiro, the biscuits are mainly sold at beaches, traffic lights, and traffic jams, and we could say it is an extremely popular product due to its low cost and high consumption.

With images of several international touristic icons illustrating the slogan “Globo biscuits, the whole world eats them,” the drawing printed on the package, developed by baker Alfredo Simões Nobre<sup>3</sup>, has been used by a few artists in a variety of products. The owners of the Globo brand do not invest in publicity, and see the widespread use of their

product's image as very positive. The image on the package is not copyrighted, and permission to use the brand is verbally granted. Maybe that's why it's possible to find so many products making use of this image, reflecting the biscuits' great popularity in the city.

Designer Joana Pegado has produced beach and toiletry bags; stylist Alessa has also created bags and used the Globo biscuits' paper packages to wrap lingerie at her store; Blue man beachwear has developed a bikini print; and Limits surf wear has created printed Bermuda shorts inspired by this image. At Rio de Janeiro beaches, one can also find sarongs that reproduce the drawings on the sweet and savory versions of the biscuits' package as well as T-shirts and flip-flops printed with the same motif. It is worth pointing out that most of these objects have something to do with the image of the Carioca lifestyle: they are products used at the beach or irreverent objects. Reinforcing this idea, the sarongs display an adaptation of the drawing on the original package, with the phrase: “Eu sou carioca!” [I am a Carioca!] replacing the name of the bakery that produces the biscuit.

This same kind of symbolism associated to the biscuit package, the Carioca identity, was employed by Carioca youth fashion brand Farm when it opened its flagship store in São Paulo in 2009. Its website introduces the store-concept as a space that “breathes nature and exudes the Carioca soul<sup>4</sup>”, and, in order to emphasize this last aspect, it makes use of several icons of the city's imaginary in its promotional graphic materials. With the purpose of highlighting its Carioca origin,

<sup>3</sup>BECKER, Clara. O império global da mandioca [The global manioc empire]. Revista Piauí [Piauí Magazine], No. 32, p.50 -53, May 2009.

<sup>4</sup><<http://www.farmrio.com.br/adoro/?tag=farm-harmonia>>. Access on May 8, 2009.

promotional draft beer coasters feature several popular references combined with the classical image of the Christ Redeemer, such as the image of the Globo biscuits, the logo of the paçoca<sup>5</sup> Amor [Love], and the writings of Profeta Gentileza [Prophet Gentleness]<sup>6</sup>.

We can also notice the curious affective relationship consumers have with this product's image. In 2004, the biscuits, which had maintained the same paper package for several decades, gained a new plastic package, which would increase shelf life so the product could be sold in school cafeterias and bakeries. Even though this new package maintained the original visual identity and the product was still sold with the traditional paper package in other places, there was a certain commotion and criticism around the novelty. Consumers used blogs and forums to voice their protests against the emergence of the new plastic package, as it de-characterized the traditional product, which was already part of the Carioca imaginary.

It is not just the package that carries this symbolic value, but also the product itself as well as its vendors. The Globo biscuits are often served in vernissages and fashion shows, like the 5th edition of the Capital Fashion Week, a fashion event that took place in Brasília in 2008. The event's website describes one of the participating designers' shows: "As Carioca as it gets. That's the best way to describe the

Setemares fashion show. The collection drew its inspiration from Rio de Janeiro beaches, the Sugarloaf Mountain, and Christ the Redeemer. Attendees were welcomed with a package of Globo biscuits – one of the most traditional symbols of the Carioca sands.<sup>7</sup>" Through this report, we can observe the reach of the symbolic role played by the biscuit's identity representation. Stylist Isabela Capeto employs this same symbolism by using the product itself. In her 2009 summer collection show, gold painted biscuits were used as hoop earrings.

Recently, the Official Gazette of the city of Rio de Janeiro has published a decree recognizing the activity of vendors of tapioca biscuits, sweetened mate and limeade at Rio de Janeiro beaches as Carioca cultural heritage<sup>8</sup>. The decree highlights the importance of the itinerant vendor as a striking and traditional character at Carioca beaches, a symbolic cultural landscape of the city and essential part of the national and international imaginary. The text stresses the need to preserve the memory of the Carioca culture through a registry of its immaterial goods – the category to which these vendors belong. The memory of the products they sell is naturally associated to the image of these vendors, reinforcing once again the strong symbolic presence of the Globo biscuits in the Carioca imaginary.

<sup>5</sup>T. N. A popular Brazilian candy made of ground peanuts and sugar.

<sup>6</sup>T. N. José Datrino, better known as Profeta Gentileza [Prophet Gentleness], was a Carioca urban personality, a kind of preacher, who became known after the 1980s for making peculiar inscriptions under an overpass in Rio de Janeiro, where he used to walk around dressed in a white tunic with a long beard. "Gentleness generates gentleness" is his most well-known phrase. Source: Wikipedia.

<sup>7</sup>Available at: <<http://www.correioweb.com.br/capitalfashionweek/materias.htm?matid=32>>. Access on Jun 12, 2009.

<sup>8</sup>Decree No. 35179 issued on Mar 2, 2012, and published in the March 5, 2012 issue of the Official Gazette of the city of Rio de Janeiro. Available at: [http://doweb.rio.rj.gov.br/sdcgi-bin/om\\_isapi.dll?&ssoftpage=\\_infomain&infobase=05032012.nfo](http://doweb.rio.rj.gov.br/sdcgi-bin/om_isapi.dll?&ssoftpage=_infomain&infobase=05032012.nfo) Access on Mar 10, 2012.

Image 1 – Paper package of the Globo biscuits - page 45

Image 2 – Toiletry bag by Joana Pegado - page 46

Image 3 – Printed Bermuda shorts inspired by the package of Globo biscuits, by Limits - page 46

Image 4 – Sarong sold at Ipanema beach - page 46

Image 5 – Promotional draft beer coasters by Farm - page 47

Image 6 – The Globo biscuits in plastic packages - page 47



## Popular typography

The popular graphic language is also widely appropriated in the development of digital fonts inspired by the writings of hand-painted placards. In the case of these fonts, the most striking visual elements of the original letters are reworked and standardized through programs designed to produce digital fonts. In the following examples, we can observe very explicit references to the notion of national identity. Be it in name of the fonts, in the context in which they are employed, or through the discourse that follows their use, the Brasility aspect always stands out.

The website *Tipos populares do Brasil* [Popular Brazilian fonts]<sup>9</sup> offers digital fonts developed by graphic designers and inspired by the letters of several different types of artisanal placards. Some of the references used in the process of creation are placards used at food stands, restaurants, butcher shops, markets, and farmers markets in cities like Recife, São Paulo, Salvador, and Rio de Janeiro. The files containing the fonts can be downloaded and used free of charge.

The introductory text states that these fonts have already been used in graphical projects developed by well-known designers<sup>10</sup> for big companies and governmental institutions. In this text, we can observe a type of discourse that is recurrent in regards to the use of the popular graphic language: "(...) today, the site *Tipos populares do Brasil* is a

mandatory point of reference to any graphic designer who desires to produce something inspired by the values found in our culture (...)." Here, popular design is introduced as an effectual possibility of Brazilian cultural representation. It is also curious to note that the names of the fonts reproduce an informal language through the use of slangs or spelling "mistakes"; likewise, sample phrases used to demonstrate letter designs also remind us of daily life in the city streets by using a language that is typical of the Rio funk universe, Carioca malandros<sup>11</sup>, and street vendors.

The fonts *Treta* and *Resposta*, developed by Pedro Moura, are examples of the type of production found on the site. The first one drew its inspiration from a placard on a hotdog stand in São Paulo, featuring irregular shading in some of the letters, which gives them a certain tridimensionality, a recurring style observed in popular placards. The font *Resposta* was not inspired by a particular placard, but by a type of placard that is written with thick markers. In this case, the typical curves seen in the letters used on supermarket price signs have been preserved, with the incorporation of a mixture of sans-serif and semi-serif letters in the design of some of the characters, as we can see in letters "p," "r," and "a."

Another font available on the site, *1 Rial*, by Fátima Finizola, also draws its inspiration from the writings of sign painters, and can be seen in the graphical project of the album *Brasil Afora* [Throughout Brazil], by *Os paralamas do sucesso*

<sup>9</sup><<http://www.tipospopulares.com.br>>. Access on Jun 9, 2009.

<sup>10</sup>By well-known we mean designers that have been consecrated by the "scholarly" field, who usually hold university degrees from art or design schools.

<sup>11</sup>T. N. Malandragem is a Portuguese term for a lifestyle of idleness, fast living and petty crime traditionally celebrated in samba lyrics. The exponent of this lifestyle, the malandro, or "bad boy" (rogue, hustler, rascal, scoundrel), has become significant to Brazilian national identity as a folk hero, or, rather an anti-hero. It is common in Brazilian literature, cinema, and music. Source: Wikipedia

band. Like the show's promotional items, the band's website<sup>12</sup> follows the same concept, and in both projects we see several characteristic features of the popular graphic language. In addition to the profusion of "popular fonts,<sup>13</sup>" the color palette is also typical of this type of language, with highly saturated blues, reds, yellows, and greens; graphic elements such as stars and the typical "starred balloons" used to highlight prices; worn-out textures and illustrations. The use of this graphic language can be understood as a direct reference to the concept associated to the name of the album, *Brasil afora*. According to the website of the design studios responsible for the project, designers "(...) conducted a language research based on the Brazilian expressivity that we found when we were traveling across Brazil<sup>14</sup> (...) " Again, this discourse seems to infer that the real expression and diversity of the Brazilian people could be translated through the popular element. The broader use of fonts and of a popular graphic language as a means of demarcating beyond a specific territory intends to represent the Brazilian identity. This is a recurrent strategy of institutionalized design.

Designer Crystian Cruz also drew his inspiration from hand-painted letters designed by sign painters to develop the font *Brasileiro* (sic), in which he uses several representative elements of this type of writing, such as the mixture of upper and

lower case letters and some of the mistakes that are commonly seen in placards, such as the inversion of the letters "n" and "s." In this case, the name of the font itself contains a spelling mistake, deliberately reproducing these errors. Often the writing imprecisions found in these placards as well as the irregularities and worn-out textures featured in these pieces are reproduced in the appropriations by the official design field.

*Brasileiro* was a prizewinner during the second edition of the exhibition *Tipografia Brasilis*<sup>15</sup>, being featured in the graphical project of the book *O Brasil das placas* [Brazil through placards]<sup>16</sup>, a publication that brings together verses from Cordel literature<sup>17</sup> and photographic images of popular placards. This font can also be seen in the visual identity, the website, and the advertising campaign for the movie *A pessoa é para o que nasce* [A person is what they are born to be], directed by Roberto Berliner, a film that portrays the lives of three blind sisters who play a Brazilian rattle known as *ganzá* and sing in exchange for alms at street fairs in the Northeast of Brazil. The use of this font in this graphical project reflects a direct association between some of the possible symbolic values related to the design of this letter, such as simplicity and poverty, and the movie's popular theme.

---

<sup>12</sup><<http://www.osparalamosdosucesso.com.br>> Access on Jun 5, 2009.

<sup>13</sup>The other fonts used were developed by designer Vinícius Guimarães and are part of the project "Tipografia Artesanal Urbana" [Urban artisanal typography].

<sup>14</sup>Available at <[http://www.tecnopop.com.br/portfolio\\_projeto.php?cod=292](http://www.tecnopop.com.br/portfolio_projeto.php?cod=292)> Access on Jun 5, 2009.

<sup>15</sup>The second edition of the *Tipografia Brasilis* exhibition took place in São Paulo in 2001 at the Armando Álvares Penteado Foundation (FAAP).

<sup>16</sup>CAMARGO, José & FONTENELLE, André. *O Brasil das placas* [Brazil through placards]. São Paulo: Panda Books, 2007.

<sup>17</sup>T. N. Cordel literature (from the Portuguese term *Literatura de cordel*, which literally means "string literature") are popular and inexpensively printed booklets or pamphlets containing folk novels, poems and songs, which are produced and sold in fairs and by street vendors in the Northeast of Brazil. Source: Wikipedia.

Image 7 – Fonts Tetra and Responso, by Pedro Moura - page 49

Image 8 – 1 Rial, by Fátima Finizola - page 49

Image 9 – Details of the Os paralamas do sucesso band website and cover and insert of the album *Brasil afora* - page 50

Image 10 – Font *Brasileiro* by Chystian Crúz and the visual identity of the movie *A pessoa é para o que nasce*

[A person is what they are born to be] - page 51

The collection Brasil Paca [A whole lot of Brazil], launched by Imaginarium, a brand of decorative objects, very explicitly demonstrates how the use of the popular element relates to the notion of Brasiliity. As a way of emphasizing this type of association, in addition to the clear reference found in the name of the product line, the brand infuses its products with references to both popular graphic design and the national popular imaginary. For the collection's logo and the words printed on the products, designers developed a font also named Brasil Paca, which reproduces some of the characteristics found on hand-painted placards, such as a great variety of letter design styles, a mixture of upper and lower case letters, irregular tracing, and a slight baseline misalignment. A printed glass tumbler set featuring letters that are typical of supermarket price signs is one of the products in this line.

To set the atmosphere for the winter edition of the 2009 São Paulo Fashion Week, which revolved around the theme Brazilianisms, scenographer Daniela Thomas created a panel inspired by truck paintings. Several placards reproduced the graphical patterns that are typically found in this type of decorative painting as well as phrases that are emblematic of Brazilian truck bumpers. One of the fonts used in the phrases was Contexto, developed by designer Vinícius Guimarães.

Through the examples shown in this text, we were able to observe the clear intention of representing identity through the appropriation of a popular visual language by the official design field. This small sampling only illustrates and

reinforces the broad recognition of the symbolic identity value attributed to the popular graphic production. Therefore, we understand that vernacular design – a popular, spontaneous, and informal production – is implicitly valued as a means of identification and belonging by the citizens of a nation, city, or region, its worth being also acknowledged outside its original production context.

With this text, therefore, we intend to enrich the debate about the scope of cultural goods likely to be considered cultural heritage. In the last few years, for instance, we have seen a widening of the concept of cultural heritage in the country, reflecting a concern with the cataloguing of live socio-cultural processes and the relevance of the issue of national identity. We identify vernacular graphic design as one of these live processes worthy of registration.

For clarification purposes, we quote Iphan's understanding of the issues surrounding the recognition of a good as heritage: "[...] the recognition of an immaterial good as Brazilian cultural heritage through registration imbues it with value as a representative of the Brazilian culture and identity." In the case of our object of analysis, we perceive that these values have already been widely recognized. We conclude that, in addition to representing a form of cultural expression associated to the collective memory and the traditions of a large variety of social groups, vernacular graphic design is worthy of reflection and of being considered cultural heritage.

---

<sup>18</sup>We refer here to decree No. 3551 issued in August 2000, which establishes the Immaterial Cultural Goods Registry under the federal legislation. The decree refers to the process of recognition of cultural goods as immaterial heritage, instituting four registry categories: Celebrations, Means of Expression, Popular Knowledge, and Places.

<sup>19</sup>National Institute of Historic and Artistic Heritage.

Image 12 – Logo Brasil Paca - page 51

Image 12 – Decorative panels at the São Paulo Fashion Week - page 51

Image 13 – Hand printed glass tumbler set from the Brasil Paca line - page 52

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

BECKER, CLARA. O IMPÉRIO GLOBAL DA MANDIOCA. *REVISTA PLAUÍ*, NO 32, p.50 -53, MAIO DE 2009.

BOURDIEU, PIERRE. "O MERCADO DE BENS SIMBÓLICOS". IN: *A ECONOMIA DAS TROCAS SIMBÓLICAS*. ORGANIZAÇÃO SÉRGIO MICELI. SÃO PAULO: EDITORA PERSPECTIVA, 1974, p.99-181.

CAMARGO, JOSÉ & FONTENELLE, ANDRÉ. *O BRASIL DAS PLACAS*. SÃO PAULO: PANDA BOOKS, 2007.

CANCLINI, NÉSTOR GARCÍA. *As CULTURAS POPULARES NO CAPITALISMO*. SÃO PAULO: EDITORA BRASILIENSE, 1982.

\_\_\_\_\_. *CULTURAS HÍBRIDAS: ESTRATÉGIAS PARA ENTRAR E SAIR DA MODERNIDADE*. SÃO PAULO: EDUSP, 2000.

CARDOSO, FERNANDA DE ABREU. *DESIGN GRÁFICO VERNACULAR: A ARTE DOS LETRISTAS*. DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM DESIGN PUC- RIO, 2003.

\_\_\_\_\_. *O UNIVERSO SIMBÓLICO DO DESIGN GRÁFICO VERNACULAR*. TESE DE DOUTORADO EM DESIGN PUC- RIO, 2010.

MAGALHÃES, ALOISIO. *E TRIUNFO?: QUESTÃO DOS BENS DA CULTURA BRASILEIRA*. RIO DE JANEIRO: ED.NOVA FRONTEIRA, 1985.

*DOSSIÊ IPHAN 3 - OFÍCIO DAS PANELEIRAS DE GOLBEIRAS*. BRASÍLIA, DF: IPHAN, 2006.

*DOSSIÊ IPHAN 2 - WAJÁPI: EXPRESSÃO GRÁFICA E ORALIDADE ENTRE OS WAJÁPI DO AMAPÁ*. RIO DE JANEIRO: IPHAN, 2006.





# BIENAL BRASILEIRA DE DESIGN E O LEGADO PARA A SOCIEDADE

BRAZILIAN DESIGN BIENNIAL AND ITS LEGACY FOR SOCIETY

ANA LEOCADIA DE SOUZA BRUM DONIKIAN GOUVEIA

CENTRO DE DESIGN PARANÁ

PARANÁ DESIGN CENTER

KEN ONO FONSECA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FEDERAL UNIVERSITY OF PARANÁ

LETÍCIA CASTRO GAZIRI

CENTRO DE DESIGN PARANÁ

PARANÁ DESIGN CENTER



**CENTRO CARIOCA  
DE DESIGN**





## BIENAL BASILEIRA DE DESIGN E O LEGADO PARA A SOCIEDADE

### Contexto Histórico

Para entender a importância da Bienal de Design na cultura brasileira, apresenta-se aqui um breve relato da criação das Bienais de Arte e, em se tratando de Brasil, da Bienal Internacional de Arte de São Paulo. Criada em 1951, é uma das instituições pioneiras, ao lado do MoMA, em Nova York, e da Bienal de Veneza, a ser voltada especificamente para a arte contemporânea. Essa iniciativa inseriu definitivamente o Brasil no cenário internacional das artes, divulgando e promovendo o intercâmbio cultural com as mais recentes manifestações artísticas mundiais. Uma breve avaliação no balanço de suas atividades, nesses quase 60 anos, deixa clara a sua importância e relevância para a cultura do país. Através dela, a qualidade e o prestígio de nossa produção artística atraem a atenção do público internacional. A sua escala monumental, privilegiada pelo pavilhão projetado por Oscar Niemeyer na cidade de São Paulo, tem um profundo impacto na população local, sendo um importante mecanismo de acesso à arte. Como aponta Heitor Martins, presidente da Fundação Bienal (2011), a Bienal de Artes vem efetivamente atuando como instrumento de educação e inserção social, servindo de alavanca para estimular a produção e o consumo de bens culturais, importante catalisador da economia criativa e símbolo da modernidade.

O que podemos perceber ao avaliar esse

impacto da Bienal de Artes (BIENAL, 2011) é que seus reflexos não se restringem ao evento em si, mas passam a representar o Brasil e sua produção cultural permanentemente, atraindo a atenção dos olhares para além de problemas de nossas condições socioeconômicas. Apesar da constatação da importância das Bienais para a cultura, o seu impacto econômico é de difícil mensuração e também foco de pouca atenção. A riqueza gerada pelo capital intelectual e pela percepção de maior valor do país, sem falar no circuito das artes como incentivo ao turismo, não podem ser subestimados. A sua cada vez maior representatividade é de interesse de toda a sociedade, pois gera riqueza, progresso e benefícios materiais e simbólicos (MARTINS, 2012).

Nesta breve reflexão, podemos perceber a importância da Bienal de Artes para a sociedade brasileira e, por consequência, buscar entender o espaço que ocupa a Bienal Brasileira de Design e seu impacto na cultura local.

O mundo globalizado na primeira década do século XXI começa a ver a sua geopolítica redefinida e o Brasil aparece nesse contexto como um dos importantes atores, por sua produção industrial, potencial de consumo e riquezas naturais. A periferia não é mais vista como periferia, mas como centro, e sua produção cultural e industrial é foco de grande atenção, comenta Adélia Borges (2012). O Brasil, com sua dimensão continental, grandes riquezas naturais, recentes avanços tecnológicos nos processos produtivos, aliados

às políticas públicas desenvolvimentistas (fatores internos e fatores externos), está colocado em posição de destaque global. Nesse contexto é que surgem as Bienais Brasileiras de Design, quando então o desenvolvimento e a credibilidade alcançados pela economia e pelo design brasileiro já criaram o terreno propício para a sua realização. O interesse por mostrar o potencial brasileiro para o design não vem de hoje, mas acompanha a nossa história recente de industrialização. As diversas iniciativas realizadas anteriormente prepararam e solidificaram o terreno para posicionar a atual Bienal Brasileira de Design.

As precursoras Bienais de Design que aconteceram no Brasil a partir dos anos 1970 no Rio de Janeiro, e posteriormente no Paraná, são marcos a serem lembrados pela representatividade, impacto e abrangência alcançados.

O Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro foi o palco das Bienais planejadas pela equipe do Instituto de Desenho Industrial (IDI MAM) e realizadas nos anos de 1968, 1970 e 1972. A *Desenho Industrial 68*, Bienal Internacional do Rio de Janeiro, segundo comenta Freddy Van Camp na exposição *Bienais de Design: primórdios de uma ideia* (BIENAL, 2010), foi a primeira exposição de design de fôlego produzida em nosso país e confrontava a produção brasileira frente ao que se fazia nessa época nos países mais industrializados. Apresentava criações nacionais e estrangeiras abrangendo os setores de desenho industrial e comunicação visual, denominação na época para o design de produto e o design gráfico, além de estabelecer referências para os trabalhos de divulgação e de informação sobre o design, nacionalmente.

A segunda Bienal, a *Desenho Industrial 70*, seguiu o modelo da primeira edição. Contou com a participação estrangeira de designers escandinavos, designers nacionais, um setor didático a cargo das escolas de ensino de design, além de um concurso para profissionais brasileiros. A mostra apresentava trabalhos de profissionais convidados pela curadoria, além de projetos selecionados por um concurso patrocinado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). A apresentação de identidades corporativas de grandes empresas e projetos como luminárias públicas, mobiliário escolar e o novo padrão de moeda brasileiro deixava clara a abrangência do design e a sua efetiva inserção no setor produtivo brasileiro.

A *Desenho Industrial 72* foi a última dessa série de eventos. Com cerca de 45 projetos, mostrava outras possibilidades de uso do design com variedade de materiais e de produtos, apresentou vasos sanitários, moedas, vagões de metrô, barbeador, vinhetas de televisão e sinalização, e contou com a participação internacional de produtos suíços e alemães.

Quase vinte anos depois, outra mostra significativa acontece em 1990 no Paraná, coordenada por Ivens Fontoura. Denominada Bienal Brasileira de Design, foi realizada em Curitiba, no saguão do Palácio Iguazu. Apesar de não contar com apoio institucional de peso, buscou, através de uma rede de colaboradores, apresentar um leque mais abrangente da produção nacional, abarcando diferentes escolas formais e setores industriais de todo o país. Contou com Sala Especial dedicada a Aloisio Magalhães e também com a Série Projeto, com a participação de inscritos representando mais de 50% das escolas de

design de ensino superior existentes na época.

Em sua segunda edição, em 1992, foi realizada dessa vez no hall do Edifício Castelo Branco, atual Museu Oscar Niemeyer (MON), em Curitiba. A ênfase da mostra foi a representatividade nacional, buscando apresentar a produção nacional mais abrangente existente fora do eixo das grandes capitais. A Sala Especial foi dedicada a Joaquim Tenreiro e na Série Projetos o tema foi Design para Zonas de Emergência.

### Bienais de Design dos anos 2000

Após outro interstício, porém agora em um momento em que a economia nacional está mais sólida e em um novo cenário global, surge a atual edição das Bienais.

A Bienal Brasileira de Design 2006 aconteceu na cidade de São Paulo, sediada no Pavilhão Lucas Nogueira Garcez (Oca), do Parque Ibirapuera. Em 8 mil m<sup>2</sup>, o evento expôs 600 produtos e promoveu uma programação paralela por 49 dias, caracterizando o retorno à tradição das Bienais e colocando novamente o design no foco das atenções.

A Bienal Brasileira de Design 2008 aconteceu em Brasília, nas dependências do Museu Nacional do Conjunto Cultural da República. Houve a apresentação de 1.200 produtos, com foco no design industrial para produção em grande escala, reconhecido no Brasil nos setores automobilístico, agrícola, aeronáutico e hospitalar, que possuíam projeção internacional. O público alcançou 40 mil visitantes, solidificando a reedição das Bienais de Design.

A Bienal Brasileira de Design 2010 em Curitiba vem então com a proposta de consolidar definitivamente as Bienais de Design no calendário nacional. O projeto foi idealizado com uma proposta mais inovadora em que, pela primeira vez, o Comitê de Orientação Estratégica da Bienal (COEB) apoiou um tema a ser explorado e desenvolvido na edição: Design, Inovação e Sustentabilidade.

Neste artigo é apresentada de forma um pouco mais detalhada a estrutura desse evento, para permitir uma melhor reflexão e análise da estrutura e legado das Bienais de Design. Essa edição resultou em um evento cultural, empreendedor e educacional de maior relevância no país, pois apontou tendências, provocou discussões, propiciou a capacitação do público interessado no tema Design, Inovação e Sustentabilidade e promoveu a Marca Brasil com o melhor da produção nacional no período, de empresas de todos os portes e segmentos.

Durante 48 dias, os objetivos propostos pela Bienal Brasileira de Design 2010 Curitiba foram contemplados por meio das atividades da curadoria geral de Adélia Borges. Expressou-se o melhor da produção recente do design brasileiro, bem como se desmistificou o conceito de que o design é artigo de luxo. Nesse ínterim, a Bienal, em nove exposições e atividades paralelas, contribuiu com a reflexão sobre o tema ao apresentar produtos com requisitos de design, inovadores e sintonizados, em maior ou menor grau, com as noções de desenvolvimento sustentável, aqui considerado em seu entendimento amplo: ambientalmente responsável, economicamente inclusivo e socialmente justo.

A Bienal cumpriu seu objetivo e extravasou

pela cidade, indo ao encontro dos cidadãos. Foram nove mostras espalhadas por seis espaços expositivos, entre eles o Espaço Cultural CIETEP/FIEP, o Museu Oscar Niemeyer, o Memorial de Curitiba, a Universidade Positivo e também espaços abertos como os parques Barigui e Jardim Botânico.

As atividades paralelas e de troca de conhecimento durante a Bienal foram realizadas em espaços e ambientes diversificados, como universidades, lojas, museus, centros de línguas, escritórios, programas de rádio e espaços culturais alternativos. O objetivo foi fazer com que os visitantes e a comunidade pudessem visualizar e participar do maior número de atividades possíveis, o que foi alcançado com grande sucesso.

Alguns números sobre a Bienal, divididos por tipo de ação promovida, podem ser conferidos na tabela a seguir:

Tabela 1: Público da Bienal Brasileira de Design 2010, período de 14/09 a 31/10/2010.

AÇÃO	VISITANTES
Mostras Núcleo Design, inovação e sustentabilidade – CIETEP	6.672
Mostra Reinvenção da matéria – MON	35.000
Mostra Sustentabilidade: e eu com isso?	1.293.942*
Mostra Design urbano: uma trajetória – Memorial de Curitiba	3.000
Mostra Memória do design no Paraná – Universidade Positivo	1.000
Seminário Design innovation labs	618
Ações paralelas	10.000
Visitas guiadas (estudantes)	3.427
Capacitação (professores e monitores)	643
Profissionais envolvidos (empregos gerados)	305
Jornalistas – Cobertura	113
Total	1.354.720

\*(1.161.867 Pq. Barigui, 132.075 Jd. Botânico)

Fonte: Plano de Manejo Parque Barigui, Secretaria Mun. Meio Ambiente, pesquisa elaborada com base em ECOTÉCNICA.

De 14 de setembro a 31 de outubro de 2010, Curitiba se propôs a respirar design em todas as suas vertentes. Na solenidade de abertura estiveram presentes aproximadamente 700 convidados, entre autoridades nacionais e internacionais, empresários, profissionais do mundo acadêmico, jornalistas, estudantes, profissionais da área e formadores de opinião no setor do design e da cultura.

### Mostras

Em nove mostras, a Bienal apresentou o melhor da produção da indústria nacional. As exposições reuniram contribuições criativas do passado cuja influência permanece até hoje; projetos atuais que contribuirão no futuro com o design, a inovação e a discussão sobre a sustentabilidade; projetos com grande preocupação sobre o mundo presente e trabalhos acadêmicos de excelente conteúdo, que projetam a geração de profissionais do futuro, com um itinerário diferenciado e tempos e espaços variados, o que possibilitou grande interação com o público.

A mostra principal do evento – *Design, inovação e sustentabilidade* – (figura 1), com curadoria de Adélia Borges, revelou que o design e a inovação, associados ao conceito de sustentabilidade, podem gerar produtos belos e modernos, extremamente úteis e eficientes, com economia de matérias-primas e sem agredir o meio ambiente. Além de fornecer uma generosa lição de design e compromisso ambiental e social, as exposições também abordaram questões contemporâneas. Foi o caso de *Design urbano*, mostra que revelou

os projetos e as realizações do arquiteto e urbanista Jaime Lerner. A exposição *Novíssimos*, por sua vez, trouxe o que há de mais expressivo na produção dos estudantes brasileiros de design, com a curadoria de Ivens Fontoura. E a mostra *A reinvenção da matéria*, também com curadoria de Adélia Borges, revelou o envolvimento de designers na criação de produtos sustentáveis – seja pela redução do uso de matérias-primas e de recursos naturais necessários à produção, seja pela reciclagem.

A discussão em torno da temática da Bienal permeou a exposição de cartazes intitulada *Sustentabilidade: e eu com isso?* (figura 2), com curadoria de André Stolarski e Rico Lins. Outra mostra que levantou questionamentos e apresentou propostas de interesse global foi *It's a small world*, que revelou a preocupação de designers dinamarqueses com o uso de novas tecnologias, o consumo e a sustentabilidade. As mostras históricas também tiveram papel relevante. *Bienais de Design: primórdios de uma ideia* (figura 3) resgatou a trajetória das Bienais brasileiras. Já a exposição *Memória do design no Paraná* revelou o legado de Guilherme Bender, Jorge de Menezes, Ronaldo Rego Leão e Rubens de Palma Sanchonete, pioneiros do design paranaense. Por fim, a exposição *Memória da indústria – O caso da Cimo* trouxe aos visitantes a oportunidade de viajar no tempo “a bordo” dos móveis produzidos pela Cimo, que acompanharam gerações de brasileiros.



Figura 1: Mostra *Design, inovação e sustentabilidade*, Espaço Cultural CIETEP/FIEP



Figura 2: Mostra *Sustentabilidade: e eu com isso?* Parque Barigui.



Figura 3: Mostra *Bienais de Design: primórdios de uma ideia*, Espaço Cultural CIETEP/FIEP

## Ação do conhecimento, Seminário Design innovation labs

Os profissionais que ministraram as palestras do Seminário Internacional Design Innovation Labs foram outro ponto forte da Bienal. Escolhidos em função da experiência e destaque em suas áreas de atuação – em países como Argentina, Brasil, China, Dinamarca, França, México, Reino Unido e Suécia, os palestrantes enriqueceram os debates com suas vivências e produção de alto nível. Além de assistir às palestras e workshops, os participantes do Seminário tiveram a oportunidade única de acompanhar as análises de casos de sucesso e vivenciar as clínicas de consultoria. Foram experiências marcantes, que proporcionaram aprendizagem e conhecimento diferenciados, com profissionais que expuseram o que há de mais avançado no design em todo o mundo, sempre com o foco voltado à inovação e à sustentabilidade.

O objetivo foi criar um ambiente para debates e discussão sobre o design nacional e internacional, e transmitir conhecimento para o setor do design, da inovação e da sustentabilidade nas várias instâncias do poder público, privado e educacional.

Como resultado dessa ação, houve a participação de 618 pessoas, vindas de mais de 77 cidades, de 17 estados, das cinco regiões do Brasil. Participaram empresários, estudantes e profissionais da área, entre outros. Dos 618 participantes, 367 eram mulheres e 251 marcaram a participação masculina, sendo 31 empresários, 283 estudantes, 278 profissionais da área e 26 com outras atuações.

## Ações paralelas

Paralelas às ações principais da Bienal 2010, aconteceram mais de 20 iniciativas culturais alinhadas ao tema Design, Inovação e Sustentabilidade. Foram exposições, debates, lançamentos de livros, mesas-redondas, visitas técnicas às empresas, workshops acadêmicos e muitas outras atividades. Aproximadamente 10.000 pessoas visitaram as ações paralelas.

Os eventos realizados em paralelo à Bienal ajudaram a desmistificar a visão elitista do design diante de alguns segmentos sociais. Também ajudaram a demonstrar como o design permeia as mais diversas áreas, desde a indústria e a arquitetura até o mundo das artes. Além de disseminar conhecimento e provocar reflexão, as ações paralelas estimularam a troca de informações e a aproximação de diferentes áreas profissionais que buscam o incremento de suas atividades por meio do design. Por tudo isso, as atividades que aconteceram de forma simultânea à Bienal Brasileira do Design 2010 representaram uma forma inteligente, dinâmica e criativa de integrar essa área do conhecimento ao tecido social, comprovando que a valorização do design só faz engrandecer a cultura, a educação e a economia do país.

## Ações educativas

A ação educativa representou um grande diferencial dessa edição da Bienal, tanto pelas atividades propostas quanto pela resposta do público envolvido. Foram organizadas visitas guiadas em

conjunto com professores e alunos aos espaços de exposição, bem como visitas de grupos de empresários, formadores de opinião e acadêmicos. Em todas as visitas agendadas e individuais houve monitores treinados para apresentar a proposta das mostras ao público em geral.

O treinamento dos 43 monitores selecionados também foi uma ação educativa da Bienal, que ofereceu aos estudantes capacitação e a oportunidade de trabalhar na Bienal Brasileira de Design, o que é uma chance de aprendizado. Segundo alguns monitores, as informações repassadas, o amadurecimento obtido em forma de responsabilidade e o conhecimento são o conteúdo que, definitivamente, os diferenciará no mercado de trabalho.

Outra ação educativa foi a capacitação de 600 professores da rede pública municipal de ensino e do colégio SESI. Com material específico e apresentação aos professores, o conteúdo foi explicado a fim de orientá-los como deveriam ser aplicados em sala de aula. O professor pôde trabalhar o conteúdo antecipadamente em suas turmas, para que, ao visitar a Bienal, os alunos estivessem com uma percepção mais aguçada quanto ao tema Design, Inovação e Sustentabilidade. Nessa ação, 59 instituições de ensino agendaram visitas guiadas, contemplando a participação de 3.427 estudantes que visitaram as mostras da Bienal Brasileira de Design 2010.

### Ações interativas

O evento se perpetuou por meio das ações interativas especialmente desenvolvidas para a edição.

Uma plataforma virtual foi criada com o propósito de registrar as ações, documentar sua realização e permitir a participação a distância daqueles que não puderam acompanhar a Bienal de forma presencial.

As ações interativas foram compostas por um tour virtual que contemplou as nove mostras da Bienal, contribuindo para a democratização do acesso e registro histórico. Outra iniciativa foi o voto popular para a eleição do Produto Destaque 2010. A votação online foi realizada a partir do portal DesignBrasil. A ferramenta esteve disponível durante 30 dias. Entre os 253 produtos em exposição, 181 receberam votos advindos de 14 estados brasileiros e também de outros países, como Holanda e Uruguai.

As ações interativas foram enriquecidas por um minucioso trabalho de documentação que contou com cerca de 35 mil registros fotográficos e mais de 300 horas de imagens gravadas.

### Bienais de Design, o legado como patrimônio

Essa breve retrospectiva do histórico das Bienais Brasileiras de Design, com ênfase em sua edição 2010, deixa claro que está consolidado o alinhamento entre as políticas públicas ligadas ao setor produtivo e a cultura, no qual o design aparece transversalmente fazendo essa aproximação.

Segundo o artigo 216 da Constituição Federal, configuram patrimônio as formas de expressão; os modos de criar; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; além de conjuntos

urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. É ainda conceituado como um conjunto de bens móveis e imóveis, materiais e imateriais, culturais e naturais, de propriedade de particulares, de instituições e organismos públicos ou semipúblicos, que tenham um valor excepcional do ponto de vista da história, da arte, da ciência e da cultura que os tornem dignos de conservação. É nesse contexto que se torna importante elencar os legados que as Bienais de Design já deixaram para a sociedade. Ao analisar o conceito de design apresentado pelo International Council of Societies of Industrial Design (ICSID, 2000), percebemos que o design apresenta-se em sintonia com essa descrição da Constituição.

Design é uma atividade criativa cujo propósito é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas de ciclos de vida. Assim, design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e o fator crucial das trocas econômicas e culturais. (...) Design trata de produtos, serviços e sistemas concebidos através de ferramentas, organizações e da lógica introduzidas pela industrialização – não somente quando são produzidos em série. (ICSID, 2000)

Ao discutir acerca de design e patrimônio cultural material e imaterial, Faria e Gallo (2011) afirmam que:

Se o patrimônio cultural é o legado que os outros povos e civilizações deixaram em nossas terras e que contribuem para perpetuar a memória dos caminhos percorridos, então, salvaguardar, difundir e conservar os bens aos quais se atribuiu valor patrimonial são procedimentos necessários para preservar as histórias e as identidades que o patrimônio expressa e impedir sua destruição ou descaracterização. (FARIA e GALLO, 2011, p. 9)

Nesse sentido, nota-se que as Bienais têm a função de apresentar, divulgar e refletir sobre a história da produção industrial brasileira. Além disso, a Bienal de Design, ao identificar, selecionar e apresentar a produção brasileira de design, cumpre o papel de proporcionar visibilidade à singularidade e à nossa diversidade cultural.

Isso é tão importante para o próprio povo quanto “para reforçar a marca Brasil onde os designers brasileiros tornam-se cada vez mais reconhecidos, internamente, em grandes mercados internacionais e em países formadores de opinião, como França, Itália, EUA e Japão”, enfatiza Elcio Anibal de Lucca, presidente do Conselho Superior do Movimento Brasil Competitivo (BIENAL, 2010).

Essa percepção da importância do design se reflete nas palavras do então presidente da república Luiz Inácio Lula da Silva sobre a Bienal 2010:

Não é por acaso, portanto, que o design brasileiro vive um momento de grande valorização, recebendo significativos prêmios internacionais, pois o trabalho de nossos profissionais reflete as evoluções da nossa sociedade e contribui para enriquecê-la ainda mais. (BIENAL, 2010, p. 8)

Percebe-se, portanto, que a Bienal contribui tanto para a promoção da cultura de um país quanto para o legado histórico e patrimônio cultural imaterial de uma nação.

## Contribuições da Bienal

No que se refere ao design, a Bienal Brasileira de Design é hoje o evento de maior relevância para o tema no país, envolvendo aspectos



culturais, educacionais e de empreendedorismo. Concentra em seu entorno as principais realizações da área cultural e do setor produtivo de empresas, aponta tendências, provoca discussões, propicia a capacitação e promove a Marca Brasil com o melhor da produção nacional. É uma ação de política pública pertinente ao desenvolvimento social, econômico, ambiental e tecnológico. A Bienal representa o melhor da indústria nacional e a importância do design como ferramenta estratégica para a competitividade.

Ao divulgar e expor a excelência da produção nacional de design, incentiva o desenvolvimento de mais soluções locais, com respeito à diversidade, apresentando oportunidades e incentivando a criação e o fortalecimento de indústrias criativas e, por consequência, o fortalecimento dos mercados locais.

Também é formalizado o espaço para discutir essa produção nacional, permitindo a constante reflexão sobre o comprometimento do design com o desenvolvimento sustentável, com produtos ambientalmente responsáveis, economicamente inclusivos e socialmente justos. O levantamento e a disponibilização de dados gerados pelas Bienais permitem uma discussão mais aprofundada sobre o design e seu impacto no mercado e na sociedade, abrindo e aproximando o setor de pesquisa, a academia e o setor produtivo. A documentação e conhecimentos gerados a cada Bienal ficam à disposição da comunidade científica, não se extinguem, mas somam-se a cada edição, criando marcos históricos e colaborando, através

da visão do design, na construção da história do patrimônio material e imaterial do Brasil.

O Ministério da Cultura reconhece a importância do design nas discussões sobre as políticas culturais ao incluir o tema na Conferência Nacional de Cultura e nas pré-conferências setoriais de design. Em sua publicação *Cultura em números* (2010), edição que busca criar indicadores culturais brasileiros, o aumento no número de escolas de design no Brasil, concentradas principalmente no estado de São Paulo, aponta claramente para o crescimento do interesse e demanda do país por essa competência.

Pretende-se entender a Bienal de Design não apenas como um evento midiático e de *styling* que, como aponta Bonsiepe (2011), é o risco que estão expostos os centros de promoção de design que enfatizam os modismos, o efêmero e a excessiva glamourização dos objetos. A Bienal é o espaço para se compreender na prática o que é o design, expressão que muitas vezes aparece desgastada pelo uso indevido, levando sempre a uma associação apenas como negócio, em um mercado focado exclusivamente em determinados grupos sociais. Sendo assim, as Bienais e demais iniciativas em design precisam ser pensadas com propriedade técnica, sem deixar de lado os interesses sociais e culturais, pois os desdobramentos que advêm de iniciativas como essa podem ter reflexos e deixar legados importantes e marcantes para o desenvolvimento da sociedade, na busca de cidadãos mais críticos e participativos.

# BRAZILIAN DESIGN BIENNIAL AND ITS LEGACY FOR SOCIETY

## Historical Context

In order to help us understand the importance of the Design Biennial to the Brazilian culture, we would like to offer a brief account of the creation of art biennials, and, in Brazil's specific case, the São Paulo Art Biennial. Created in 1951, it was one of the first institutions to be specifically dedicated to contemporary art, along with MoMA, in New York, and the Venice Biennale. This initiative has definitively inserted Brazil into the international art scenario, diffusing the Brazilian production and promoting a cultural interchange with the most recent artistic manifestations worldwide. A brief evaluation of the balance of its nearly 60 years of activities brings to light its importance and relevance to the nation's culture. Through it, the quality and prestige of our artistic production has drawn the attention of the international public. Its monumental scale, privileged by the pavilion designed by Oscar Niemeyer in the city of São Paulo, has had a profound impact on the local population, being an important access mechanism to the arts. As pointed out by Heitor Martins, president of the Fundação Bienal [Biennial Foundation – 2011], the Art Biennial has been an effective educational and social insertion tool, working as an incentive lever for the production and consumption of cultural goods, an important catalyst for the creative economy, and a symbol of modernity.

As we evaluate the impact of the Art Biennial (BIENAL, 2011), it becomes apparent that its sphere of influence is not restricted to the event itself, as it has become a representation

of Brazil and its cultural production, directing people's attention beyond the problems related to our socioeconomic conditions. Although the biennials' cultural importance is easily recognizable, their economic impact is difficult to measure, as this is an aspect that has received little consideration. The wealth generated by the intellectual capital and the country's perception of higher-added value, not to mention the art circuit as an incentive to tourism, should not be underestimated. The ever increasing representativeness of the biennials is in the best interest of society as a whole, as it generates wealth, progress, and material as well as symbolic benefits (MARTINS, 2012).

The purpose of this brief reflection is to demonstrate the importance of the Art Biennial to the Brazilian society as well as provide a better understanding of the space occupied by the Brazilian Design Biennial and its impact on the local culture.

In the first decade of the 21st century, the globalized world begins to see the redefinition of its geopolitics, and Brazil emerges within this context as one of its most important participants due to the country's industrial production, consumption potential, and natural resources. The periphery is no longer seen as the periphery, but as the center, and its cultural and industrial production become the object of much attention, as observed by Adélia Borges (2012). Brazil's continental dimensions, abundant natural resources, recent technological advances in the productive process, and development-oriented public policies (internal and external factors) put it in the global spotlight. The Brazilian Design Biennials emerge within this context, as the development and credibility reached by the Brazilian economy

and design have already created a breeding ground for their establishment. The interest in showing Brazil's design potential is not new, having followed our recent industrialization history. Several preceding initiatives have prepared and solidified the grounds for the positioning of the current Brazilian Design Biennial.

The design biennials that began to be organized in the 1970s, first in Rio de Janeiro and later in Paraná, are benchmarks to be remembered for their representativeness, impact, and scope.

The Museum of Modern Art of Rio de Janeiro was the stage for the biennials organized by a team of professionals from the Industrial Design Institute (IDI MAM) in 1968, 1970, and 1972. According to Freddy Van Camp's comments at the Design Biennials: the beginning of an idea exhibition (BIENAL, 2010), the 1968 International Industrial Design Biennial in Rio de Janeiro was the first major design exhibition in Brazil, confronting the Brazilian production with the contemporaneous design creations of more industrialized countries. The event featured works by nationals and foreigners, covering the fields of industrial design and visual communications – designations given to product design and graphic design at the time –, and also establishing references for the work of disseminating information on the field of design at the national level.

The second biennial, the 1970 Industrial Design, followed the model of the first edition. The event had the participation of Scandinavian and national designers, and included an educational sector delegated to design schools as well as a contest open to Brazilian design professionals. The exhibition displayed works by professionals invited by the curatorship, along with projects selected through a contest

sponsored by the National Industry Confederation (CNI). By displaying the corporate identities of big enterprises as well as projects such as public lighting luminaires, school furniture, and a new design for the Brazilian money, the biennial clearly demonstrated the scope of design and its effective insertion into the Brazilian productive sector.

The 1972 Industrial Design was the last of this series of events. With about 45 projects in display, it showed several different uses for design through a variety of materials and products, introducing toilets, coins, subway cars, razors, television vignettes, and traffic lights. It had the international participation of Swiss and German-designed products.

In 1990, almost 20 years later, another significant exhibition was organized in Paraná, under the coordination of Ivens Fontoura. The Brazilian Design Biennial took place at the lobby of the Iguaçú Palace in Curitiba. Although it did not count on any substantial institutional support, it attempted to display a wider range of the national production through a network of collaborators, with the inclusion of different formal schools and industrial sectors from the whole country. In addition to a Special Hall dedicated to Aloisio Magalhães, the event included the Projects Series, with the participation of students who represented half of the country's undergraduate design schools at the time.

Its second edition took place in 1992 at the lobby of the Castelo Branco Building, currently the Oscar Niemeyer Museum (MON), in Curitiba. The exhibition's greatest emphasis was the national representativeness, as it sought to show a wider range of the national production outside the metropolitan axis. The Special Hall was dedicated to Joaquim Tenreiro, and the theme chosen for the Projects Series was Design for Emergency Zones.

## Design Biennials in the 2000s

After another time gap, the biennials' current edition emerges, now within the context of a stronger national economy and a new global scenario.

The 2006 Brazilian Design Biennial took place in the city of São Paulo in the Lucas Nogueira Garcez Pavilion (Oca) at the Ibirapuera Park. With a floor space of 86,000 sq. ft., the event had 600 products in display and promoted a series of parallel activities for 49 days, characterizing a return to the biennial tradition, and once again putting the spotlight on design.

The 2008 Brazilian Design Biennial took place in Brasília, at the National Museum of the Republic, in the Cultural Complex of the Republic. The exhibition had 1,200 internationally renowned products in display, focusing on industrial design for large-scale production – a field represented in Brazil by the automotive, aviation, and health-care sectors. The event had 40 thousand visitors, solidifying the re-edition of the design biennials.

The 2010 Brazilian Design Biennial in Curitiba comes to consolidate the presence of design biennials in the national calendar once and for all. This project had a more groundbreaking proposal, as the Strategic Guidance Committee (COEB) supported the exploration and development of a specific topic: Design, Innovation, and Sustainability. In this article, the makeup of this event is introduced in more detail in order to encourage a deeper reflection and analysis of the structure and legacy of design biennials.

This edition resulted in a highly relevant cultural, entrepreneurial, and educational event, as it pointed out tendencies, stimulated discussions, provided training for those interested in the topic of Design, Innovation, and Sustainability, and promoted the Brazilian brand by displaying the best of the national production at the time, by companies of all sizes and sectors.

For 48 days, the goals set by the 2010 Brazilian Design Biennial in Curitiba were pursued under Adélia Borges's general curatorship. The biennial displayed the best of the recent Brazilian design production, demystifying the concept of design as a luxury item. Through nine exhibitions and a number of parallel initiatives, the biennial promoted a reflection on the theme, introducing products that met specific design requirements, such as being innovative and in tune, to a greater or lesser degree, with the notion of sustainable development, a term that is used here in its broader sense: environmentally responsible, economically inclusive, and socially just.

The biennial reached its goals and overflowed into the city, going where the people are. There were nine exhibits spread through six different locations, among which were the Cultural Space CIETEP/FIEP, the Oscar Niemeyer Museum, the Curitiba Memorial, the Positivo University, and also open spaces like the Barigui Park and the Botanical Garden.

During the biennial, parallel activities and initiatives promoting knowledge exchange took place at various locations, such as universities, stores, museums, language centers, business offices, radio shows, and alternative cultural spaces. The purpose of these events was to allow visitors and

the community to view and participate in the greatest possible number of activities, a goal that was successfully achieved.

A few statistics regarding the different activities promoted during the Biennial may be seen in the following table:

Table 1: Public attending the 2010 Brazilian Design Biennial from 09/14 to 10/31/2010

ACTIVITY	VISITORS
Design, innovation, and sustainability (Main Exhibition) – CIETEP	6.672
The reinvention of the matter (Exhibition) – MON	35.000
Sustainability: what do I have to do with it?	1.293.942*
Urban design: a trajectory (Exhibition) – Curitiba Memorial	3.000
Memory of design in Paraná (Exhibition) – Positivo University	1.000
Design innovation labs (Seminar)	618
Parallel initiatives	10.000
Guided visits (Students)	3.427
Training (Teachers and monitors)	643
Professionals involved (Jobs created)	305
Journalists (Media coverage)	113
Total	1.354.720

(Exhibition – 1,161,867 at the Barigui Park and 132,075 at the Botanical Garden)

\* Source: Barigui Park's Management Plan, Municipal Secretariat of Environment, by ECOTÉCNICA Tecnologia e Consultoria Ltda.

From September 14 to October 31, 2010, Curitiba breathed design in all of its shapes and forms. The opening ceremony was attended by approximately 700 guests, including domestic and international authorities, businesspeople, academic professionals, journalists, students, design professionals, and opinion formers from the design and culture sectors.

## Exhibitions

The nine exhibitions that comprised the Biennial displayed the best of the national industry's production: creative contributions from the past that remain influential to this day; contemporary projects that are bound to contribute to design, innovation, and the discussion on sustainability in the future;

projects that show a great concern with the present world; and academic works with excellent content that represent the future generation of design professionals. These exhibitions took place at various times and locations, allowing for a greater interaction with the public.

Curated by Adélia Borges, the Biennial's main exhibition – Design, innovation, and sustainability – proved that, when associated with the concept of sustainability, design and innovation can generate products that are at the same time beautiful and modern, extremely useful and efficient, with the use of raw materials that are inexpensive and safe for the environment. In addition to offering us a generous lesson in design and environmental and social commitment, some exhibitions also addressed other contemporary issues. Such was the case of Urban design, an exposition that honored architect and urbanist Jaime Lerner's projects and achievements. Under Ivens Fontoura's curatorship, the Brand new exhibition, on the other hand, displayed the most expressive production of Brazilian design students. The reinvention of the matter, also curated by Adélia Borges, revealed the involvement of designers in the creation of sustainable products – either by reducing the use of raw materials and natural resources necessary to production, or through recycling.

The discussion around the Biennial's theme permeated the poster exhibition entitled Sustainability: what do I have to do with it?, curated by André Stolarski and Rico Lins. Another exhibition that raised issues and introduced proposals of global interest was It's a small world, which revealed Danish designers' concern with the use of new technologies, consumption, and sustainability. Historical exhibitions also played a relevant role in the Biennial. Design biennials: the beginning of an idea retraced the trajectory of Brazilian biennials. Memory of design in Paraná

Image 1: Design, innovation, and sustainability (Main Exhibition), Cultural Space CIETEP/FIEP - page 69

Image 2a: Sustainability: what do I have to do with it?, at Barigui Park. - page 69

Image 2b: On the right, Design biennials: the beginning of an idea, at Cultural Space CIETEP/FIEP - page 69

displayed the legacy of Guilherme Bender, Jorge de Menezes, Ronaldo Rego Leão, and Rubens de Palma Sanchonete, pioneers of design in Paraná. Finally, Memory of the industry – the Cimo case gave visitors the opportunity to travel through time “aboard” furniture pieces produced by Cimo, which accompanied generations of Brazilians.

### Knowledge initiative: Design innovation labs Seminar

The professionals who gave lectures at the Design innovation labs International Seminar were another one of the Biennial's highlights. Selected for their experience and expertise in their fields from countries like Argentine, Brazil, China, Denmark, France, Mexico, the United Kingdom, and Sweden, these lecturers enriched the debates with their experiential knowledge and quality production. In addition to attending lectures and workshops, participants had a unique opportunity to follow the analyses of success cases and take part in consulting clinics. These remarkable experiences provided attendees with an exclusive opportunity to learn from professionals who exposed them to cutting edge design from around the globe, always with a focus on innovation and sustainability.

The two-fold purpose of this seminar was to create an environment that encouraged a discussion on domestic and international design and to transmit knowledge to the sectors of design, innovation, and sustainability at the several levels of the public, private, and educational spheres.

The event was attended by 618 people coming

from 77 cities in 17 states spread through the country's five geographical regions. Out of this total, 367 attendees were women and 251 were men, including 31 businesspeople, 283 students, 278 design professionals, and 26 individuals from other sectors.

### Parallel activities

In addition to the main events, the 2010 Biennial promoted over 20 cultural initiatives in line with the theme Design, innovation, and sustainability. These included exhibitions, debates, book releases, round tables, technical visits to enterprises, and academic workshops, among many others. Approximately 10 thousand people took part in these parallel activities.

These parallel events helped demystify the elitist view of design held by certain segments of society. They also helped demonstrate how design permeates several areas, from industry to architecture to the world of the arts. In addition to disseminating knowledge and encouraging reflection, these initiatives stimulated the exchange of information and interaction between different professional areas that seek to enhance their activities through design. For all of those reasons, these parallel activities represented an intelligent, dynamic, and creative way of integrating this field of knowledge into the fabric of society, demonstrating the value of design as an enriching factor for the culture, education, and economy of a nation.

## Educational initiatives

Educational activities represented a distinguished feature in this edition of the Biennial, a fact that was evidenced by both the proposed activities and the response of the public involved. These initiatives included guided tours of the exhibitions by groups of teachers and students, businesspeople, opinion formers, and academic professionals. Scheduled group and individual visits were conducted by monitors trained to introduce the exhibitions' proposal to the general public.

The training of 43 selected monitors was another one of the Biennial's educational activities, qualifying students and offering them an opportunity to learn and work at the Brazilian Design Biennial. According to some of these monitors, the information they obtained, the maturity they attained through the responsibility entrusted to them, and the knowledge they acquired are factors that will definitely make them stand out in the labor market.

Another educational initiative was the training of 600 teachers from public and SESI schools. Teachers were introduced to specific teaching materials and trained to use them in their classrooms. These teachers were able to work with these materials beforehand, so that, when students visited the Biennial, they would have a sharper understanding of the theme Design, innovation, and sustainability. Through this initiative, 59 educational institutions scheduled guided visits, and as result, the 2010 Brazilian Design Biennial exhibitions were viewed by 3,427 students.

## Interactive initiatives

The event was perpetuated through interactive initiatives that were especially developed for this edition. A virtual platform was created with the purpose of recording activities, documenting their occurrence, and allowing the remote participation of those who were unable to physically attend the Biennial.

These interactive activities included a virtual tour of the Biennial's nine exhibitions, democratizing accessibility and creating an additional historical record. Another initiative was the election of the 2010 Outstanding Product by popular vote. The online vote was conducted at the DesignBrasil portal. The tool remained available for 30 days. From the 253 products in display, 181 received votes from 14 Brazilian states and also other countries like Holland and Uruguay.

These interactive initiatives were enriched by a detailed documentation work that comprised about 35 thousand photos and over 300 hours of film.

## Design Biennials, Legacy as Heritage

This brief retrospective of the history of the Brazilian Design Biennials, with special emphasis given to its 2010 edition, clearly demonstrates the consolidation of the alignment between public policies related to the productive and cultural sectors, with design serving as the connecting bridge.

Article 216 of the Federal Constitution designates the following as heritage: means of expression; creative methods; scientific, artistic, and technological creations;

renovation works, documents, buildings, and other spaces reserved for artistic or cultural manifestations; and urban complexes and sites with historical, landscape, artistic, archaeological, paleontological, ecological, and scientific value. Heritage is also defined as a collection of goods – movable and immovable, material and immaterial, cultural and natural, of private, institutional, public, or semipublic property – that hold extraordinary value from the historical, artistic, scientific, and cultural point of view, and therefore are worthy of being preserved. It is within this context that we should anchor the legacy of design biennials to society. An analysis of the concept of design according to the International Council of Societies of Industrial Design (ICSID, 2000) clearly demonstrates that it fits the above description found in the Constitution:

Design is a creative activity whose aim is to establish the multi-faceted qualities of objects, processes, services and their systems in whole life cycles. Therefore, design is the central factor of innovative humanization of technologies and the crucial factor of cultural and economic exchange (...) Design concerns products, services and systems conceived with tools, organizations and logic introduced by industrialization – not just when produced by serial processes (ICSID, 2000).

When discussing design as well as material and immaterial cultural heritage, Faria and Gallo (2011) say: If cultural heritage is the legacy left on our land by other peoples and civilizations, helping perpetuate the memory of the trodden paths, then safeguarding,

propagating, and preserving the goods to which heritage value has been attributed are essential steps to preserve the histories and identities expressed by this heritage, keeping it from being destroyed or de-characterized (FARIA and GALLO, 2011, p. 9).

In this sense, the Design Biennial is meant to introduce, propagate and promote a reflection on the history of the Brazilian industrial production. Moreover, as it identifies, selects, and displays Brazilian design creations, it fulfills its role of bringing to attention our singularity and cultural diversity.

This is important to the Brazilian people, as it “reinforces the Brazilian brand, helping national designers become increasingly known within both the domestic and the great international markets as well as in countries that act as opinion formers, such as France, Italy, the US, and Japan,” emphasizes Élcio Anibal de Lucca, president of the Conselho Superior do Movimento Brasil Competitivo [Higher Council of the Brazilian Competitive Movement (BIENAL, 2010)].

This perception regarding the importance of design is reflected in the words of then President Luiz Inácio Lula da Silva about the 2010 Biennial:

It is not by chance therefore that the Brazilian design is experiencing a moment of great acclamation and being awarded significant international prizes, as the work of our professionals reflects the evolution of our society, helping enrich it even more (BIENAL, 2010, p. 8).

We conclude, then, that the Biennial contributes not only to the promotion of a nation’s culture, but also to its historical legacy and immaterial cultural heritage.



## The Biennial's Contribution

The Brazilian Design Biennial is currently the most significant design event in the country, involving cultural, educational, and entrepreneurial aspects. It highlights the main accomplishments of the cultural and productive sectors as it points out tendencies, stimulates discussions, provides training, and promotes the Brazilian brand through the best of the national production. As such, it is a public policy action that promotes the country's social, economic, environmental, and technological development. The Biennial represents the best in the national industry, highlighting the importance of design as a strategic tool for competitiveness.

As it disseminates and exposes the excellence of the national design production, the Biennial stimulates the development of local solutions, respecting diversity, creating opportunities, incentivizing the creation and consolidation of the creative industries, and, as a result, strengthening local markets.

These events also create a forum for the discussion of this national production, encouraging an ongoing reflection on design's commitment to sustainable development, creating products that are environmentally responsible, economically inclusive, and socially just. Data generated by the biennials is compiled and made accessible, encouraging a deeper conversation on the topic of design and its impact on the market and on society, enriching and bringing together the research, academic, and productive sectors. The documentation and knowledge produced at each Biennial become available to the scientific community. This wealth of knowledge is never lost,

as it continues to be accumulated at each edition, creating historical benchmarks and helping build the history of the country's material and immaterial heritage through the design standpoint.

The Ministry of Culture has acknowledged the importance of design in the discussions on cultural policies by inserting the theme in the National Conference on Culture and its sectoral pre-conferences. Its publication *Cultura em números* [Culture in figures, 2010] – a yearbook that seeks to create Brazilian cultural indicators – mentions the growing number of design universities in Brazil, mainly in the state of São Paulo, as a clear indication of the nation's increasing interest and demand for this sector.

The Design Biennial should not be merely understood as a media and styling event, which, according to Bonsiepe (2011), is a risk faced by design promotion centers that emphasize the fashionable, the ephemeral, and the excessive glamorization of objects. The Biennial is a space where people can understand the practical meaning of design, an expression that has been improperly used and abused, being usually associated with business, in a market that is exclusively focused on specific social groups. Therefore, biennials and other design initiatives must be properly understood from the technical viewpoint, but without neglecting their social and cultural implications, as they may leave important legacies and have significant ramifications in the development of a society that seeks to form citizens who are increasingly critical and participative.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

*BIENAL INTERNACIONAL DE ARTES DE SÃO PAULO – HISTÓRIA.* DISPONÍVEL EM: [HTTP://WWW.BIENAL.ORG.BR/FBSP/PT/FUNDACAOBIENAL/PAGINAS/APRESENTACAO.ASPX](http://www.bienal.org.br/FBSP/PT/FUNDACAOBIENAL/PAGINAS/APRESENTACAO.ASPX). ACESSO EM 03 FEVEREIRO 2012.

BONSIEPE, GUI. *DESIGN, CULTURA E SOCIEDADE.* SÃO PAULO: BLUCHER, 2011.

BORGES, ADÉLIA. *BIENAL DE DESIGN – A IMPORTÂNCIA DO “MADE IN BRAZIL”.* DISPONÍVEL EM: [HTTP://WWW.LIVINGDESIGN.NET.BR/2010/09/BIENAL-DE-DESIGN-%E2%80%93-A-IMPORTANCIA-DO-%E2%80%9CMADE-IN-BRAZIL%E2%80%9D.HTML](http://www.livingdesign.net.br/2010/09/bienal-de-design-%E2%80%93-a-importancia-do-%E2%80%9Cmade-in-brazil%E2%80%9D.html). ACESSO EM: 16 JANEIRO 2012.

*BIENAL BRASILEIRA DE DESIGN 2010,* CURITIBA/PR. CATÁLOGO, VOLUME 02. CURITIBA, 2011.

FARIA, A. E GALLO, H. *SUBSÍDIOS HISTÓRICOS PARA DESIGNERS ACERCA DO PATRIMÔNIO CULTURAL MATERIAL E IMATERIAL. DESENHANDO O FUTURO: 1º CONGRESSO NACIONAL DE DESIGN, 2011. ANAIS.* BENTO GONÇALVES, RS, 2011.

MARTINS, HEITOR. *A IMPORTÂNCIA DA BIENAL DE SP PARA O BRASIL.* DISPONÍVEL EM: [HTTP://SERGYOVTTRO.BLOGSPOT.COM/2010/07/IMPOR-TANCIA-DA-BIENAL-DE-SP-PARA-O.HTML](http://sergyovttro.blogspot.com/2010/07/importancia-da-bienal-de-sp-para-o.html). ACESSO EM: 15 JANEIRO 2012.





# MODA É PATRIMÔNIO

FASHION IS HERITAGE

## MICHELLE KAUFFMANN BENARUSH

MESTRE EM HISTÓRIA DA MODA E MUSEOLOGIA,  
ESPECIALISTA EM AVALIAÇÃO DE MODA, DESIGNER DE PRODUTO

MASTER IN HISTORY OF FASHION AND MUSEOLOGY  
SPECIALIST IN FASHION ASSESSMENT, PRODUCT DESIGNER



**CENTRO CARIOCA  
DE DESIGN**



## MODA É PATRIMÔNIO

*O que a memória ama fica eterno.*  
Adélia Prado

No último século, o estudo da moda como um campo do saber produziu clássicos escritos por historiadores<sup>1</sup>, sociólogos<sup>2</sup>, psicólogos<sup>3</sup>, filósofos<sup>4</sup> e economistas<sup>5</sup>, que se basearam primordialmente nas representações imagéticas e textuais do vestuário. Essas linhas de pesquisa entendem a moda como fenômeno sócio-cultural, que sem dúvida ela é. Entretanto, a roupa, como qualquer objeto de design, materializa um tempo passado, nos fornece uma noção ideológica e cultural da sociedade que a criou e consumiu.

A coisa projetada reflete a visão de mundo, a consciência do projetista e, portanto, da sociedade e da cultura às quais o projetista pertence. Toda sociedade projeta (investe) na sua cultura material os seus anseios ideológicos e/ou espirituais e se aceitamos esta premissa, logo é possível conhecer uma cultura – pelo menos em parte – através do legado de objetos e artefatos que ela produz ou produziu (Denis, 1998, p. 37).

O objeto, diferente de sua imagem, é usado como ponto de partida para reflexão de maneira ativa. A roupa demanda uma interação física, ao passo que uma ilustração oferece somente uma contemplação passiva. A roupa é pessoal, pois toca corpo nu e, ao mesmo tempo, é extremamente pública, pois

comunica ao mundo os valores de quem a usa. No livro *O casaco de Marx*, Peter Stallybrass torna claro o “significado simbólico da roupa (...) e sua capacidade para ser permeada” (Stallybrass, 2008, p. 14-15).

A mágica da roupa está no fato de que ela nos recebe: recebe nosso cheiro, nosso suor; recebe até mesmo nossa forma (Stallybrass, 2008, p. 10).

Para se pensar a roupa como patrimônio, é necessário vê-la à luz da cultura material, que é o “estudo, por meio de artefatos, das crenças — valores, ideias, atitudes e convicções — de uma comunidade ou sociedade particular, em um dado momento” (Prown, 1982, p. 1, tradução nossa). O objeto que resiste ao seu próprio tempo oferece uma “matriz intelectual” de sua época (Prown, 1982, p. 12, tradução nossa), ou seja, cada objeto carrega em si não só a capacidade criativa de seu criador, mas, sobretudo, as ideias e os valores de quem o comissionou, adquiriu e usou, e por extensão, da sociedade da qual faz parte (Prown, 1982, p. 1, tradução nossa). A roupa revela, além de preferências estéticas, detalhes técnicos e tecnológicos envolvidos na sua fabricação. É possível dizer que as roupas possuem uma identidade cultural e social.

<sup>1</sup>Hollander, 1978; Müller, 2000; Steele, 1998; Roche, 1989.

<sup>2</sup>Barthes, Bourdieu, 1984; Godart, 2010; Lipovetsky 1989.

<sup>3</sup>Flügel, 1930.

<sup>4</sup>Simmel, 1905; Svendsen 2006.

<sup>5</sup>Velben, 1899.

Um artefato só vira documento quando é guardado, colecionado, mantido por alguém que investe nele sentimento. São muitos os motivos para se colecionar: autenticidade, raridade, ou inimitabilidade; por serem relíquias herdadas, ou até por fetiche<sup>6</sup>. Tende-se a guardar o valioso e o belo e descartar o feio e o comum. Independente do pretexto usado para justificar a guarda de um objeto velho e usado, este, no momento de sua institucionalização, torna-se um documento da cultura material.

O objeto antigo, este, é puramente mitológico na sua referência ao passado. Não tem mais resultado prático, acha-se presente unicamente para significar. É inestrutural, nega a estrutura, é o ponto-limite de negação das funções primárias. Todavia não é nem afuncional nem simplesmente “decorativo”, tem uma função bem específica dentro do quadro do sistema: significa o tempo (Baudrillard, 2008, p. 82).

Todo objeto pertencente a uma coleção, seja ela privada ou pública, lá está por decisão de alguém. É necessário um “processo de deslocamento dos objetos materiais do cotidiano em ícones legitimadores de ideias, valores e identidades” das sociedades (Gonçalves, 2007, p. 24). É, portanto, um processo consciente do colecionador ou curador apontar em determinado objeto a capacidade de tornar um documento simbólico de um determinado período. Segundo Baudrillard, “coleccionamos sempre a nós mesmos” (Baudrillard, 2008, p. 99).

Coleciona-se por diversos motivos, porém, só se coleciona o que sobrevive. As roupas são

frágeis por natureza e sua vida lhes impõe uso, lavagem, remendos e descarte. Suas características físicas, combinadas com a maneira como interagem com o mundo fazem com que poucos exemplos sobrevivam à força do tempo. Não é exagero dizer que a grande maioria do que sobrevive em coleções particulares e museológicas pertenceu à elite ou à aristocracia. Afinal, colecionar objetos é um hobby dos eruditos, que vêem valor no acúmulo do conhecimento. A moda que sobrevive não é a moda do homem comum, que usa, empresta, doa e descarta. Os eruditos guardam roupas antigas não por serem apegados ao valor intrínseco, mas sim ao seu valor simbólico. O apego não é ao material do qual um vestido é feito, é na habilidade e na inovação estética do costureiro.

“Ser culto ... consiste em saber distinguir entre o que se compra para usar, o que se rememora e o que se goza simbolicamente” (Canclini, 1997, p. 300-301).

Estudar roupas “necessariamente, significa estudar o excepcional e o especial, já que o comum, de uso cotidiano, raramente sobreviveu a seu usuário” (Paula, 2006, p. 254). Ter consciência dessas distorções é imprescindível para o estudo da moda como patrimônio cultural. A roupa, quando vira memória, evidencia trajetórias cotidianas e propõe reflexões próprias que podem e devem ser comparadas às suas representações textuais e imagéticas. Nos periódicos, em artigos, fotos, ilustrações e pinturas de época, é possível comprovar se as roupas que sobrevivem estão de

<sup>6</sup>No capítulo intitulado “O fetichismo da mercadoria: seu segredo”, Marx, em seu livro clássico, *O Capital*, descreve uma “relação entre coisas” e o “caráter místico” dos objetos. “O fetichismo é o ato de investir os objetos de significados que não lhes são inerentes” (Denis, 1998, p. 28).



acordo com o ideal estético proposto; se condizem com a voga ou se fazem parte de uma subcultura, de uma antimoda. O processo de interpretação das roupas não é um fim em si mesmo; ao contrário, ele deve despertar interrogações, pois é somente pela pesquisa que um objeto utilitário e corriqueiro como a roupa torna-se um documento a partir do qual é possível construir conhecimento (Julião, 2006, p. 97).

A trajetória e a importância do colecionismo de moda no Brasil é tema pouco abordado, apesar de existirem no país acervos importantes como o Centro de Referência Têxtil/Vestuário da EBA/UFRJ, o Instituto Feminino, o Museu Carmen Miranda, o Museu Casa da Hera e o Museu Histórico Nacional, para citar alguns. Teresa Cristina Toledo de Paula, conservadora-doutora em têxteis do Museu Paulista, argumenta para uma falta de identidade nacional nos acervos:

Bem distantes das chitas floridas e dos tecidos vermelhos, tintos com pau-brasil, as coleções museológicas brasileiras com tecidos formaram-se seguindo os receituários internacionais vigentes para museus a partir de meados do século XIX e, portanto, alheias a questões de caráter e interesse locais (e talvez atuais) (Paula, 2006, p. 253).

Os museus são, por natureza, instituições que transformam objetos em bens culturais. São regidos por missões que inspiram diretrizes de gestão do acervo. A maioria dos museus deseja preservar, pesquisar, e expor seus objetos de maneira relevante. Quando entram no museu, as roupas mudam de caráter, deixam de ser objetos utilitários e de adorno pessoal e passam a ser objetos de admiração.

Tornam-se testemunho de sua época, uma fonte primária, viram em si objeto de estudo. "... os objetos figuram como uma espécie de eixo permanente e ponto de partida das pesquisas" (Julião, 2006, p. 95). Ou seja, as fontes de conhecimento são os próprios objetos. A partir da leitura das características materiais dos artefatos é possível inferir "dados essenciais sobre a organização econômica, social e simbólica da existência social e histórica do objeto". (Meneses, 1998, p. 91).

Depois de compreendidos e contextualizados, os objetos devem aparecer para o público em exposições. As exposições são narrativas ou mesmo interrogações propostas por curadores e pesquisadores que visam organizar os "objetos para a produção de sentido". (Meneses, 1994, p. 22). São resultado de um recorte, seja ele histórico, estilístico ou tecnológico. As exposições ajudam a sociedade a: "celebrar [...] histórico";

"celebrar um culto comum ... [como em uma] apresentação da sociedade para si mesma do espetáculo de sua origem, a partir do 'patrimônio histórico'" (Guedes, 2007, p. 426).

Ou seja, além da sua função simbólica, os museus desempenham também uma função social, que auxilia na criação e transformação de identidades. As exposições oferecem oportunidades de reflexão, elas ajudam a consolidar nossa memória, dão coerência à nossa narrativa. Os artefatos que sobrevivem garantem nosso repertório cultural e dão continuidade às nossas histórias.

São esses objetos que denotam nossas características e idiosincrasias, nosso regionalismo e nacionalismo. "...a natureza física dos objetos

materiais trazem marcas específicas à memória” (Meneses, 1998, p. 90). Busca-se no passado o autêntico, o ícone cultural, o objeto que expressa metaforicamente sua cultura (Prown, 1995, p. 9, tradução nossa). É a partir desses objetos, seja uma cadeira, um espremedor de laranja ou um vestido, que consegue-se “aferir o potencial, reconhecer a vocação e descobrir os valores mais autênticos de uma nacionalidade” (Falcão, 1985, p. 24).

(...) do mesmo modo que uma pessoa pode ter a sua identidade definida pela posse de determinados bens, uma “nação” define-se a partir da posse de seus “bens culturais” (Gonçalves, 2007, p. 122).

O acúmulo sistemático de roupas, acessórios e têxteis é essencial para nos dar noção da progressão evolutiva de estilos, mas também crucial para estabelecer de forma definitiva o pensamento de moda como patrimônio da cultura brasileira. Não há como nos orgulharmos do passado se não o conhecemos. Tão importante quanto extinguir a mentalidade de que no Brasil só se copia e não se cria, é banir a frase “Brasil um país sem memória”. O designer e articulador político Aloisio Magalhães discursou em 1976:

Uma civilização é sempre construída por uma forma de acúmulo. Uma civilização não é um atropelado de avanço em que a gente vai jogando as coisas... A sabedoria a que pode atingir uma forma de civilização está em você acumular os seus conhecimentos e suas conquistas e usá-las cada vez mais adequadamente (Magalhães, 1985, p. 50).

Apesar de a moda servir como importante meio de comunicação da identidade brasileira, nossa memória de moda ainda esta em construção.

Não se trata de somente estudar os estilos propostos por estilistas e costureiros famosos; é importante também olhar para as roupas do dia-a-dia, do homem comum. Só uma visão larga da cultura possibilita o entendimento dos modos e costumes brasileiros, de nossa identidade, do nosso repertório cultural. Estudos sobre o passado ajudam a aumentar nosso orgulho, a concretizar nossa trajetória, a reforçar nossa identidade.

## FASHION IS HERITAGE

What memory loves becomes eternal.

*Adélia Prado*

During the last century, the study of fashion as a field of knowledge produced classics by historians<sup>1</sup>, sociologists<sup>2</sup>, psychologists<sup>3</sup>, philosophers<sup>4</sup>, and economists<sup>5</sup>, who based their writings mainly on the visual and textual representations of clothing. These lines of research understand fashion as a socio-cultural phenomenon, which it undoubtedly is. Nonetheless, clothes, like other designed objects, materialize a time in the past, giving us ideological and cultural clues about the society that created and consumed them.

Projected objects reflect their projectors' world view, their conscience, and, as a result, that of the society and culture to which they belong. Every society projects (invests) its ideological and/or spiritual longings onto its material culture. If we accept this premise, it is therefore possible to know a culture – at least in part – through the legacy of the objects and artifacts it produces or has produced (Denis, 1998, p. 37).

Unlike its image, the object is used as a starting point for an active reflection. Clothes demand physical interaction, while an illustration offers only a passive contemplation. Clothes are both personal, as they touch naked bodies, and extremely public, as they communicate the values of those who wear them to the world. In the article “Worn Worlds: Clothes, Mourning, and the Life of Things”, Peter Stallybrass

clarifies the “symbolic meaning of clothes ... and their ability to be permeated” (Stallybrass, 2008, p.14-15).

The magic of cloth, I came to believe, is that it receives us: receives our smell, our sweat, our shape even. (Stallybrass, 2008, p. 10).

“In order to think of clothes as heritage, it is necessary to see them in the light of material culture, which is the ‘study through artifacts of the beliefs – values, ideas, attitudes, and assumptions – of a particular community or society at a given time’” (Prown, 1982, p. 1). The object that survives time itself offers an “intellectual matrix” of its time (Prown, 1982, p. 12), that is, each object carries within itself not only the creative capacity of its creator, but, above all, the beliefs and values of the individuals who commissioned, purchased, or used it, and by extension, the beliefs of the larger society to which it belonged (Prown, 1982, p. 1). In addition to aesthetic preferences, clothes reveal the technical and technological details involved in their manufacture. We could say that clothes have a cultural and social identity.

An artifact does not become a document until it is kept, collected, maintained by someone who invests it with feeling. There are many reasons to collect objects: their authenticity, rarity, or inimitability; the fact that they are heirlooms, or even a fetish<sup>6</sup>. We tend to keep the valuable and fine-looking, while discarding

<sup>1</sup>Hollander, 1978; Müller, 2000; Steele, 1998; Roche, 1989.

<sup>2</sup>Barthes, Bourdieu, 1984; Godart, 2010; Lipovetsky 1989.

<sup>3</sup>Flügel, 1930.

<sup>4</sup>Simmel, 1905; Svendsen 2006.

<sup>5</sup>Velben, 1899.

<sup>6</sup>In the chapter “The Fetishism of Commodities and the Secret thereof”, Marx, in his book *Capital*, describes a “relation between things” and the “mystic character” of the objects. “Fetishism is the act of giving objects meanings that are not inherent thereto.” (Denis, 1998, p. 28).

the ugly and common. Regardless of the pretext that is given to justify the keeping of an old and used object, the moment it is institutionalized, it becomes a document of the material culture.

The antique object no longer has any practical application, its role being merely to signify. It is astructural, it refuses structure, it is the extreme case of disavowal of the primary functions, yet it is not afunctional, nor purely "decorative," for it has a very specific function within the system, namely the signifying of time. (Baudrillard, 2005, p. 77-78).

Every object belonging to a collection, be it private or public, is there by someone's decision. There needs to be a "re-categorizing process of everyday material objects as icons that legitimize ideas, values, and identities" (Gonçalves, 2007, p. 24). Therefore the process that leads a collector or curator to see in a given object the ability to become a document that is symbolic of a given period is a conscious one. According to Baudrillard, "What you really collect is always yourself" (Baudrillard, 2005, p. 97).

We collect for several reasons; however, we only collect that which survives. Clothes are fragile by nature, and their life implies usage, washing, patches, and discard. Combined with the way they interact with the world, their physical characteristics make it so that few samples survive the force of time. We would not be exaggerating if we said that the great majority of the clothes that survive in private and museum collections comes from the elite or the aristocracy. After all, collecting objects is a hobby reserved for the cultured, who see value in the accumulation of knowledge. The fashion that survives is not the common man's fashion, who uses, lends, gives away, and discards. The cultured keep old clothes not because they are attached to their intrinsic value, but because of their symbolic value. The attachment is not to the material

of which a dress is made, but to the dressmaker's ability and aesthetic innovation.

To be cultured ... consists in knowing how to distinguish between what is purchased for use, what is commemorated, and what is symbolically enjoyed" (Canclini, 1995, p. 221-222).

Studying clothes "necessarily implies studying the exceptional and the special, since the common, of everyday use, rarely survives its user" (Paula, 2006, p. 254). Being conscious of these distortions is paramount to the study of fashion as cultural heritage. When clothes become memory, they bring to light everyday trajectories and propose unique reflections that can and must be compared to their textual and visual representations. Periodicals, articles, pictures, illustrations, and period paintings make it possible to prove whether clothes that have survived the force of time are in accordance with the proposed aesthetic ideal, whether they are en vogue or are part of a subculture, an anti-fashion. The clothes' interpretation process is not an end in itself; on the contrary, it must stir investigation, since only through research can utilitarian and everyday objects like clothes become a document from which it is possible to build knowledge (Julião, 2006, p. 97).

The trajectory and importance of fashion collecting in Brazil is a topic that is seldom approached, although there are important collections in the country, like those of the Centro de Referência Têxtil/Vestuário da EBA/UFRJ [Textile/Clothing Reference Center at EBA/UFRJ], Instituto Feminino [Feminine Institute], Carmen Miranda Museum, Casa da Hera Museum, and Historical National Museum, to mention a few. Teresa Cristina Toledo de Paula, a conservator and doctor in textiles at the Paulista Museum points out the collections' lack of national identity:

Very far from the floral chintzes and red fabrics, dyed with Brazilwood, the formation of museum clothing collections in Brazil followed international recommendations established for museums in the mid-19th century, and, therefore, were alienated from issues of local (and perhaps current) character and interest" (Paula, 2006, p. 253).

Museums are, by nature, institutions that transform objects in cultural goods. They are governed by missions that inspire management guidelines for their collection. Most museums want to preserve, research, and exhibit their objects in a relevant way. When they become part of a museum collection, clothes change their character, losing their function as utilitarian objects and personal adornment, and becoming objects of admiration. They become witnesses of their time, a primary source, becoming in themselves objects of study. "Objects function as a sort of permanent axis and starting point for research" (Julião, 2006, p. 95). That is, objects are themselves sources of knowledge. By reading the material characteristic of artifacts, it is possible to infer "essential data about the economic, social, and symbolic organization of the object's social and historical existence." (Meneses, 1998, p. 91).

After they are understood and contextualized, objects must be exhibited to the public. Exhibitions are narratives or even investigations proposed by curators and researchers who aim to organize them "with the purpose of producing sense." (Meneses, 1994, p. 22). They are the result of a cut, be it historical, stylistic, or technological. Exhibitions help society:

... celebrate a common ritual ... [as if] society performed to itself the spectacle of its origin, having "historical heritage" as a starting point (Guedes, 2007, p. 426).

That is, in addition to its symbolic function, museums

also perform on a social level, fostering the creation and transformation of identity. Exhibitions offer reflection opportunities, helping consolidate our memory and lending coherence to our narratives. Artifacts that survive time guarantee our cultural repertoire and give our histories continuity.

These objects denote our characteristics and idiosyncrasies, our regionalism and nationalism. "... the physical nature of material objects bring specific marks to memory" (Meneses, 1998, p. 90). We look to the past to find the authentic, the cultural icon, the object that metaphorically expresses our culture (Prown, 1995, p. 9). It is through these objects – a chair, a juicer, or a dress – that we are able to "gauge the potential, recognize the vocation, and discover the more authentic values of a nationality" (Falcão, 1985, p. 24).

... the same way a person may have their identity defined by the possession of certain goods, a "nation" is defined by the possession of its "cultural goods" (Gonçalves, 2007, p. 122).

The systematic accumulation of clothes, accessories, and textiles is essential to give us an idea of the evolutionary progression of styles, but it is also crucial to definitively establish the thought of fashion as Brazilian cultural heritage. We cannot be proud of a past we do not know. Banishing the phrase "Brazil, a country without memory," is as important as extinguishing the mentality that in Brazil all we do is copy, never create. Designer and political articulator Aloisio Magalhães said in 1976:

A civilization is always built through accumulation. A civilization is not a chaotic advancement in which we just jostle things around ... The wisdom that enables a people to reach some form of civilization resides in the accumulation of knowledge and success as well as in their ever more suitable use" (Magalhães, 1985, p. 50).

Although fashion works as an important means of communicating the Brazilian identity, our fashion memory is still under construction. It is not enough just to study the styles proposed by famous stylists and couturiers; we must also look at everyday clothes worn by the common man. Only a broad view

of culture will enable the understanding of the Brazilian ways and costumes, of our identity, our cultural repertoire. Studies about the past help increase our pride, solidify our trajectory, and reinforce our identity.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

ANDRADE, RITA MORAIS DE. *BOUÉ SOEURS RG 7091: A BIOGRAFIA CULTURAL DE UM VESTIDO*. TESE (DOUTORADO EM HISTÓRIA). SÃO PAULO: PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA, 2008.

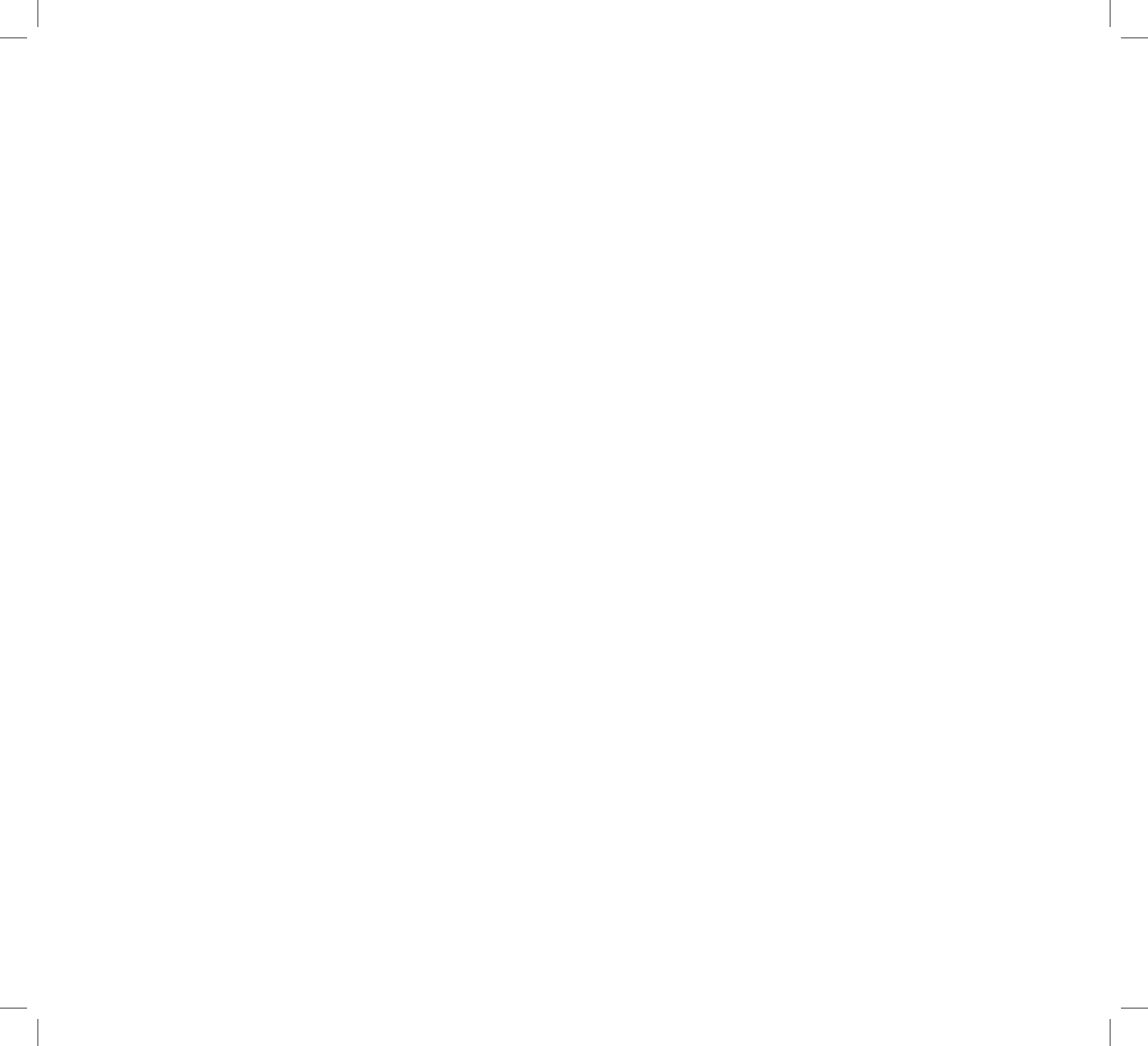
AREVALO, MÁRCIA CONCEIÇÃO DA MASSENA. *PATRIMÔNIO IMATERIAL: OS DEBATES, OS CRITÉRIOS, E O HISTÓRICO DE UMA POLÍTICA CULTURAL*. DISSERTAÇÃO (MESTRADO EM HISTÓRIA). OURO PRETO: UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO, 2007.

AZZI, CHRISTINE FERREIRA. *VITRINES E COLEÇÕES: QUANDO A MODA ENCONTRA O MUSEU*. RIO DE JANEIRO: MEMÓRIA VISUAL, 2010.

BAUDRILLARD, JEAN. *O SISTEMA DOS OBJETOS*. TRAD. ZULMIRA RIBERIRO TAVARES, 5.ED. SÃO PAULO: PERSPECTIVA, 2008.

CANCLINI, NÉSTOR GARCÍA. *CULTURAS HÍBRIDAS: ESTRATÉGIAS PARA ENTRAR E SAIR DA MODERNIDADE*. TRAD. ANA REGINA LESSA E HELOÍSA PEZZA CINTRÃO. SÃO PAULO: EDUSP, 1997, p.283-350.

- CHAUÍ, MARILENA. *CONVITE À FILOSOFIA*. SÃO PAULO: ED. ÁTICA, 2000.
- CUMMING, VALERIE. *UNDERSTANDING FASHION HISTORY*. HOLLYWOOD: COSTUME AND FASHION PRESS, 2004.
- DENIS, RAFAEL CARDOSO. DESIGN, CULTURA MATERIAL E O FETICHISMO DOS OBJETOS. *ACROS*, v.1, NÚMERO ÚNICO, OUTUBRO DE 1998, p.14-39.
- FALCÃO, JOAQUIM. “A POLÍTICA CULTURAL DE ALOISIO MAGALHÃES”. IN: *E TRIUNFO? A QUESTÃO DOS BENS CULTURAIS NO BRASIL*. RIO DE JANEIRO: NOVA FRONTEIRA, 1985.
- GONÇALVES, JOSÉ REGINALDO SANTOS. “TEORIAS ANTROPOLÓGICAS E OBJETOS MATERIAIS”. IN: *ANTROPOLOGIA DOS OBJETOS: COLEÇÕES, MUSEUS E PATRIMÔNIO*. RIO DE JANEIRO: COLEÇÃO MUSEU, MEMÓRIA E CIDADANIA, 2007.
- GUEDES, ÂNGELA CARDOSO. COLEÇÕES E MUSEUS. *ANAIIS DO MUSEU HISTÓRICO NACIONAL*, RIO DE JANEIRO, v.39, p. 421-431, 2007.
- JONES, ANN ROSALIND; STALLYBRASS, PETER. *RENAISSANCE CLOTHING AND THE MATERIALS OF MEMORY*. CAMBRIDGE: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 2000.
- JULIÃO, LETÍCIA. PESQUISA HISTÓRICA NO MUSEU. IN: *MINISTÉRIO DA CULTURA. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, CADERNO DE DIRETRIZES MUSEOLÓGICAS*. BELO HORIZONTE: SECRETARIA DO ESTADO DA CULTURA, 2006.
- LEITE, ADRIANA SAMPAIO. POR UMA CRÍTICA DOS OBJETOS DE MODA. IN: 7º COLÓQUIO DE MODA. MARINGÁ, PR: CESUMAR, 2011.
- MAGALHÃES, ALOISIO. *E TRIUNFO? A QUESTÃO DOS BENS CULTURAIS NO BRASIL*. RIO DE JANEIRO: NOVA FRONTEIRA, 1985.
- MARX, KARL. *O CAPITAL, CRÍTICA DA ECONOMIA POLÍTICA*. RIO DE JANEIRO: CIVILIZAÇÃO BRASILEIRA, 1971.
- MENESES. ULPIANO T. “BEZERRA DE. MEMÓRIA E CULTURA MATERIAL: DOCUMENTOS PESSOAIS NO ESPAÇO PÚBLICO”. *ESTUDOS HISTÓRICOS*, VOL.11, NO 21, 1998.
- MONTEIRO, ALINE O. “TEMERLOGLOU. SAIAS DE CRIOLA, A ROUPA COMO CULTURA MATERIAL”. IN: III ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DA IMAGEM. LONDRINA, 2011, p. 119-126.
- PAULA, TERESA CRISTINA TOLEDO DE. *TECIDOS E SUA CONSERVAÇÃO NO BRASIL: MUSEUS E COLEÇÕES*. SÃO PAULO: MUSEU PAULISTA DA USP, 2006.
- \_\_\_\_\_. “TECIDOS NO MUSEU: ARGUMENTOS PARA UMA HISTÓRIA DAS PRÁTICAS CURATORIAIS NO BRASIL”. *ANAIIS DO MUSEU PAULISTA*, v.14, NO 2, 2006. p. 253-298.
- PROWN, JULES DAVID. “MIND IN MATTER: AN INTRODUCTION TO MATERIAL CULTURE THEORY AND METHOD”. *WINTERTHUR PORTIFÓLIO*, VOL.17 NO.1 (SPRING, 1982), UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS, p. 1-19.
- \_\_\_\_\_. “THE TRUTH OF MATERIAL CULTURE: HISTORY OF FICTION”. IN: *HISTORY FROM THINGS: ESSAYS ON MATERIAL CULTURE*, ED. STEVEN LUBAR, W. DAVID KINGERY – WASHINGTON : SMITHSONIAN BOOKS, 1995.
- STALLYBRASS, PETER. *O CASACO DE MARX: ROUPA, MEMÓRIA E DOR*. TRADUÇÃO DE TOMAZ TADEU. 3ED - BELO HORIZONTE: AUTÊNTICA, 2008.





# A REVISTA DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL COMO ARTEFATO CULTURAL

THE NATIONAL HISTORIC AND ARTISTIC HERITAGE MAGAZINE AS A CULTURAL ARTIFACT

## ALUIZIO DE CARVALHO

GRADUADO EM DESIGNER GRÁFICO, ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGNER DE SUPERFÍCIES  
E MESTRE EM PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL.  
BACHELOR OF GRAPHIC DESIGN WITH A SPECIALIZATION IN SURFACE  
DESIGN AND MASTER OF CULTURAL HERITAGE PRESERVATION

## ANA CARMEN AMORIM JARA CASCO

GRADUADA EM ARQUITETURA E URBANISMO, MESTRE EM COMUNICAÇÃO  
E CULTURA E DOUTORA EM ANTROPOLOGIA SOCIAL.  
BACHELOR OF ARCHITECTURE AND URBANISM, MASTER OF COMMUNICATION  
AND CULTURE, AND DOCTOR OF SOCIAL ANTHROPOLOGY



**centro carioca  
de design**



## A REVISTA DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL COMO ARTEFATO CULTURAL

### Panorama do Design Gráfico

O Design Gráfico enquanto área de conhecimento e prática profissional tem suas reflexões fundamentadas na articulação de texto e imagem com o objetivo de criar e transmitir uma ideia ou conceito através de mensagem trabalhada graficamente e veiculada em diversos meios e suportes. O profissional habilitado a trabalhar neste campo, operando conhecimento acerca da leitura visual e da comunicação gráfica, desenvolve projetos de criação de marcas, identidade visual, embalagens para produtos, livros, revistas, jornais, material de publicidade, campanhas publicitárias, cartazes, sítios na internet etc.

O Desenho Industrial se consolidou no Brasil durante o século XX como resultante de um processo de industrialização das sociedades modernas, desenvolvendo tanto a vertente de design gráfico quanto a de desenho de produtos. Ele chega ao Brasil tardiamente, pois, enquanto na Europa encontra-se ligado à revolução industrial que teve seu início no século XVIII, aqui ganha amplitude a partir do cenário da Primeira Guerra Mundial, que cria um ambiente propício ao desenvolvimento interno do país e ao mercado de exportações. Esse atraso tem como consequência a ocorrência de

grandes transformações em um curto período de tempo, o que repercute especialmente em todo o processo de produção gráfica, desde o modo de conceber, passando pelas técnicas de reprodução, até a forma de transmitir, comunicar e veicular. Esta transformação marca a passagem de um método que misturava o trabalho artesanal e a composição gráfica ao processo industrial de impressão em série, passando a incorporar os ensinamentos teóricos conceituais da Bauhaus<sup>1</sup>, no sentido de modernizar processos e apurar formalmente o resultado dos trabalhos gráficos. Paralelamente, podemos observar a trajetória do desenvolvimento tecnológico dos processos de impressão gráfica, que passou pela litografia, tipografia, linotipia, impressão por cores sólidas, foto composição, impressão por policromia, offset, entre outras, o que acarretou em mudanças na comunicação impressa no que diz respeito ao suporte, linguagem, aspecto formal e à transmissão de conteúdos e mensagens. Ao desenvolvimento tecnológico corresponderam novas formas de se pensar o design gráfico e a consequente ampliação das possibilidades de projetar, criando novas ideias e novos caminhos.

---

<sup>1</sup>A Bauhaus foi uma escola de desenho industrial, artes plásticas e arquitetura de vanguarda que funcionou entre 1919 e 1933 na Alemanha. Como lugar de formação foi um laboratório de gestação e desenvolvimento do modernismo no desenho industrial e na arquitetura, sendo a primeira escola de design do mundo.

## A REVISTA DO PATRIMÔNIO E AS POLÍTICAS INSTITUCIONAIS

A *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, editada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan – desde 1937, está inserida neste processo de transformações tecnológicas e conceituais, que se refletiram concretamente nas reformulações de seu projeto gráfico ao longo da história editorial desta publicação. Editada por uma instituição especialmente criada durante o Estado Novo<sup>2</sup>, dentro do Ministério da Educação e Saúde<sup>3</sup>, com a missão de proteger, valorizar e transmitir o patrimônio cultural brasileiro, a revista espelha, de certa forma, o papel que determinadas lideranças políticas, técnicas e administrativas exerceram no sentido de transformá-la em emblema e signo da imagem institucional que queriam construir para o Iphan. Destacamos, neste artigo, alguns de seus dirigentes, em função da relação com o trabalho editorial da *Revista do Patrimônio*, como Rodrigo Melo Franco de Andrade, Aloisio Magalhães e Glauco Campello.

O conteúdo da *Revista do Patrimônio*,



Figura 1: capas da *Revista do Patrimônio* nº. 01, 11 e 18.

editada ao longo de 75 anos e de 34 números publicados, esteve sempre e de alguma forma relacionado com a constituição e consolidação de um campo de saber voltado para a preservação do patrimônio cultural no Brasil, buscando fomentar e difundir o conhecimento dos valores históricos e artísticos nacionais, contribuindo também para a ampliação dos estudos de história e de arte brasileira. Com o passar do tempo a revista se transformou e se tornou, mais do que um suporte para a veiculação do discurso e das políticas institucionais, em um produto gráfico sofisticadamente elaborado e de reconhecido valor por aqueles que se interessam pelo tema da preservação e da cultura brasileira, merecendo ser estudada não apenas como veículo de comunicação dos diferentes discursos informados pelo Iphan, mas também como um produto gráfico de qualidade diferenciada no mercado editorial.

Editada pelo advogado e jornalista Rodrigo Melo Franco de Andrade, que presidiu o Iphan desde a sua criação em 1937, pode-se dizer que a *Revista do Patrimônio* (figura 1) é a principal e mais antiga publicação do órgão, estando sua importância intimamente relacionada com a consolidação de uma política de valorização da cultura brasileira representada pelo “patrimônio histórico e artístico” conforme consagrado no próprio nome da instituição. Além disso, a revista pode ser considerada emblemática no pioneirismo da concepção de um

<sup>2</sup>Neste momento, o Brasil tinha como presidente da República Getúlio Vargas.

<sup>3</sup>Era ministro da educação e saúde Gustavo Capanema.

veículo de comunicação a serviço da valorização e difusão da preservação do patrimônio histórico e artístico nacional.

A fase correspondente à gestão de Rodrigo Melo Franco de Andrade (1937 a 1967), reconhecida por alguns autores como a fase heroica da instituição, foi marcada por uma espécie de “ação emergencial” de identificação e salvaguarda dos bens materiais – edifícios, cidades, conjuntos arquitetônico-paisagísticos, testemunhos e sítios arqueológicos, obras de arte que faziam parte de igrejas e museus – existentes e espalhados pelo território brasileiro, que de forma expressiva se vê representada nas páginas da revista. Neste momento, a revista se afirma como um veículo de propagação dos estudos que de alguma forma vinham embasando e sustentando a inovadora prática de preservação no Brasil, e, nesta medida, deveria funcionar também como um estímulo aos técnicos e colaboradores do Iphan a produzirem intelectualmente.

Nos anos 1980, o Iphan assume um novo desenho institucional sob a direção de Aloisio Magalhães, advogado, artista plástico, designer e político, passando a existir a Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, responsável pela formulação das políticas relacionadas à preservação do patrimônio, e a Fundação Nacional Pró-Memória, responsável pela agilização das ações relativas à implementação desta política. Neste momento, a *Revista do Patrimônio* passa por uma reformulação conceitual nas diretrizes editoriais e em seu projeto gráfico, mantendo fidelidade aos compromissos de qualidade e seriedade estabelecidos por Rodrigo Melo Franco de Andrade desde a criação do órgão original. (figura 2)

Aloisio Magalhães e as transformações sociais e políticas dos anos 1980 serão responsáveis por uma ampliação da estrutura do Iphan e a tentativa de incorporar noções mais complexas de cultura no escopo do trabalho do instituto, que passa a se debruçar sobre os processos de produção da cultura, seus mecanismos internos de desenvolvimento e sustentabilidade, com a firme preocupação de aliar a dimensão cultural ao desenvolvimento econômico do país, rompendo com a noção estabelecida de que a preservação da memória, o resgate de identidades culturais, a proteção de valores e bens representativos da cultura brasileira, inerentes ao trabalho de preservação do patrimônio, eram mecanismos que emperravam o desenvolvimento econômico das cidades e do país.

Neste sentido, Aloisio Magalhães se dedicou a ampliar o diálogo com a sociedade brasileira, buscando enfrentar o desafio de tornar a preservação um assunto presente no cotidiano



Figura 2: capas da *Revista do Patrimônio* nº. 19, 20 e 21.

dos grupos sociais que constituíam a sociedade brasileira, especialmente atingindo os lugares mais afastados dos grandes centros urbanos e desfavorecidos economicamente. Esta perspectiva

levou à reformulação do projeto editorial da *Revista do Patrimônio* e à criação de veículos de comunicação mais ágeis, como boletins informativos em forma de tabloides editados bimestralmente. Esta nova revista assume um formato mais leve e próximo daquele das revistas comercializadas em bancas de jornal. Os artigos são escritos por jornalistas e intelectuais ou técnicos especialmente convidados a escreverem sobre determinada temática, e observa-se uma preocupação em dialogar com o público leigo e não apenas com as pessoas interessadas pelo assunto ou os especialistas. A revista não chega a ser comercializada nas bancas de jornal e Aloisio Magalhães morre de forma prematura, deixando seu projeto de transformação política no campo da cultural inacabado.

Em 1994, depois de atravessar o período revolto do governo Collor, no qual se acentua uma política de diminuição da máquina de Estado com o sério comprometimento do papel do Estado em áreas essenciais, o Iphan procura retomar a discussão de sua missão institucional, que passa simbolicamente pela retomada da sigla inicial<sup>4</sup> na gestão do arquiteto Glauco Campello, que entre outras decisões assumiu o compromisso de retomar a publicação da *Revista do Patrimônio* com novo projeto editorial e gráfico.

Para enfrentar este desafio, Campello vai convidar a intelectual Heloísa Buarque de Holanda e o designer Victor Burton, que já havia trabalhado na revista no período de Aloisio Magalhães, para

organizarem e projetarem o primeiro número desta nova versão da revista que, do ponto de vista gráfico, retoma o formato da publicação editada por Rodrigo de Melo Franco de Andrade, com maior sofisticação gráfica, impresso em policromia 4/4, capa em papel triplex supremo 300 g/m<sup>2</sup>, miolo em papel *couché mate* 120 g/m<sup>2</sup> e utilizando recursos gráficos e acabamentos próprios do estágio de desenvolvimento tecnológico da indústria gráfica e nova proposta de conteúdo (figura 3). Retomando um formato padronizado e o compromisso de uma periodicidade editorial, ela voltaria a assumir o conceito de coleção também sugerido pela organização em temas das novas pautas a serem editadas (Campello, 1994. p. 13). Esta proposta



Figura 3: capas da *Revista do Patrimônio* nº. 23, 26 e 29.

estabelece um contraponto em relação ao que havia sido pensado por Aloisio Magalhães quando a revista, usando tecnologia e os conhecimentos do design gráfico, assume um formato mais comercial, próprio de revistas de banca de jornal. Este projeto

<sup>4</sup>Durante o governo Collor, a sigla do Iphan foi modificada para Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural e havia uma séria ameaça de esvaziamento da instituição no Rio de Janeiro para fortalecê-la em Brasília, sob pretexto de que todas as instituições de caráter federal deveriam mudar suas sedes para a capital do país e sede do governo. O Iphan sofre desde então as consequências de um conflito que separa, por exemplo, um contingente expressivo de técnicos mais antigos, lotados no Rio de Janeiro, onde foi fundada a instituição, e as equipes mais novas que vêm sendo contratadas em Brasília para estruturar o órgão.

e a perspectiva não consumada de comercialização em larga escala de um produto mais econômico são evidências de como o desenho industrial pode ser visto em sua função social, como instrumento capaz de tornar certas mensagens e produtos acessíveis a parcelas maiores da população. No caso da revista, o momento Aloisio Magalhães é marcado pela tentativa de transformar uma publicação acadêmica, até então direcionada a pesquisadores e intelectuais da área, em uma publicação comercial, capaz de alcançar um maior número de leitores e ampliar a participação social nas discussões acerca da preservação do patrimônio cultural brasileiro. O design gráfico, além de agregar valor à publicação em si, cria um veículo que amplia e enriquece a dinâmica do reconhecimento, valorização, proteção e difusão do patrimônio no Brasil.

O projeto editorial de Glauco Campello para a *Revista do Patrimônio* retoma, num certo sentido, o direcionamento inicial da publicação, que se volta novamente para um público especializado, de pesquisadores e intelectuais. O padrão gráfico adotado, com formato fechado de 18,5 cm X 24,0 cm e miolo com aproximadamente 300 páginas de textos e imagens, confere à revista características de livro. A tiragem agora é de 3.000 exemplares e ela passa a ser comercializada diretamente pelo Iphan ou em livrarias, além de ser distribuída para instituições e bibliotecas que, conhecendo a publicação, solicitam exemplares para seus acervos. A pauta da revista passa a obedecer a escolhas temáticas, ou seja, cada número vai ser desenvolvido em torno de um tema central, e observa-se uma especial preocupação com a ilustração e o uso de imagens nos artigos,

que, uma vez tratados com bastante criatividade e sofisticação gráfica, conferiram à revista o status de publicação de arte, do ponto de vista técnico e estético. A transformação da revista em um artefato de luxo teve, de certo modo, como consequência o distanciamento do grande público nas estratégias de difusão de conhecimento do órgão.

#### As Fases da Revista do Patrimônio

O primeiro projeto gráfico da *Revista do Patrimônio* corresponde às edições dos números 01 a 18, editados entre 1937 e 1979 (figura 4). As edições da revista de número 01 a 15 são referentes ao período da gestão de Rodrigo M. F. de Andrade (1937 a 1967) que, até onde pudemos verificar, era o responsável pela editoração e produção da revista.



Figura 4: capa e miolo da *Revista do Patrimônio* nº 01.

As revistas de número 16 a 18 foram editadas pelo sucessor de Rodrigo M. F. de Andrade, o arquiteto Renato Soeiro, entre 1967 e 1979. Embora editadas por um novo dirigente, o projeto gráfico da revista seguiu o projeto inicial. Em função desta continuidade, tratamos neste artigo o período de 1937 a 1979 como um período homogêneo no que se refere

à análise do projeto gráfico. As pequenas variações identificadas no projeto, como tipografia, técnica de impressão e papel utilizado, foram consideradas como características do período analisado.

O segundo projeto gráfico corresponde às edições de número 19 a 22, publicadas na gestão de Aloisio Magalhães, entre 1979 e 1982 (figura 5). Neste período, conforme brevemente descrito no início deste artigo, a instituição passa a ser denominada SPHAN/Pró-Memória e uma nova equipe de trabalho é especialmente contratada para estruturar a área editorial do órgão e a revista passa a ser editada por um profissional especialmente designado para esta função.



Figura 5: capa e miolo da *Revista do Patrimônio* nº 19.

O terceiro projeto gráfico, cujo número inaugural foi o 23 (figura 6), teve início em 1994, na gestão Glauco Campello, e se mantém até os dias atuais. Neste novo formato, é preservada a função de um editor do corpo técnico institucional e surge a figura do organizador, especialista responsável pelo desenvolvimento do tema escolhido a cada novo número, pela proposição de uma pauta e a indicação de colaboradores capacitados a desenvolverem o tema de forma articulada com as questões da preservação do patrimônio.



Figura 6: capa e miolo da *Revista do Patrimônio* nº 23.

### O Design com artefato cultural

A terceira fase da revista vai lidar, do ponto de vista dos conteúdos publicados, com o desafio de uma produção editorial de caráter acadêmico que reflita o alargamento do conceito de patrimônio produzido, inclusive pela ampliação da participação da sociedade nos destinos e decisões a respeito do que vem a ser patrimônio, em termos de representatividade dos valores culturais reconhecidos por diferentes grupos sociais.

O novo projeto editorial da revista reflete uma política de valorização desta enquanto objeto de design gráfico, tanto sob o ponto de vista da programação visual desenvolvida em cada número, quanto da elaboração de seu conteúdo, formado por artigos que muitas vezes se equiparam a pequenas monografias sobre determinado tema. Assim, a revista procura incluir, através da participação de colaboradores não necessariamente vinculados ao Iphan, uma visão crítica e externa da instituição, suas políticas e ações, e oferecer uma visão do estado da arte no que diz respeito ao desenvolvimento de reflexões sobre o patrimônio



e as condições de possibilidade de sua preservação, de forma interdisciplinar. Observamos ainda que a ampliação da temática abordada pela revista procura inserir aspectos culturais que emergiram e emergem dos fluxos relacionais estabelecidos harmoniosa ou conflituosamente entre a sociedade e a instituição ao longo do tempo.

Do ponto de vista do design, a valorização de um projeto gráfico que enfatiza o uso de imagens e de recursos gráficos que atraem o olhar e despertam o interesse pela estética da publicação tem contribuído para agregar novos valores à revista. Estas características editoriais colocam, portanto, a mensagem institucional do Iphan em um novo, interessante e rico patamar de comunicação com o público leitor e desafia, em um certo sentido, a instituição a explicitar quem seria de fato o público alvo desta publicação.

Embora não existam dados que permitam uma análise aprofundada do público alvo/público atingido pela *Revista do Patrimônio*, o que nos interessa lançar para uma reflexão coletiva seria o quanto este produto – resultado de uma relação íntima entre forma e conteúdo – se oferece como objeto de desejo a colecionadores, bibliófilos, a um público interessado em adquirir e colecionar objetos de arte, para quem a produção de um trabalho com qualidade atestada pelo tipo de profissional especializado que o realiza, tem valor.

Além de informar, comunicar, estimular o pensamento e a reflexão, sugerimos pensar em que medida a *Revista do Patrimônio* se tornou um

“monumento”, no sentido simbólico de atribuição de valor e ressignificação, considerando especialmente o quanto ela compõe uma coleção capaz de despertar o interesse de colecionadores.

Marlene Branca Sólito<sup>5</sup> considera que a “sociedade contemporânea elegeu, como norteadores de seu desenvolvimento e evolução, o sistema de informação prioritariamente centrado na imagem.” A abordagem do design gráfico neste contexto ressalta e reforça o entendimento de sua dimensão como expressão gráfica, assim como confere a quase tudo o que apreendemos com o olhar o valor de comunicação visual. Desta forma, o uso do design na elaboração de produtos gráficos, utensílios e pode ser observado como uma ferramenta de consolidação de conceitos, estetização do cotidiano e de registro da transição e ressignificação dos significantes de uma cultura.

A *Revista do Patrimônio* é um documento de sua trajetória editorial e relata, através da coleção de números editados, a história de um artefato de design gráfico que evoluiu desde a produção realizada pelo artesão gráfico, passando pelo surgimento dos cursos superiores de desenho industrial e acompanhando toda a evolução das técnicas de editoração e impressão gráfica. A revista mostra como a história do Iphan se relaciona, de alguma forma, com a da formação do campo de conhecimento do desenho industrial, para além das relações consagradas com a arquitetura, a história, a arqueologia, as Belas Artes, etc.

A história da *Revista do Patrimônio* nos mostra a riqueza de abordá-la enquanto um campo

---

<sup>5</sup>Revista *Conexão - Comunicação e Cultura* de 2006.

de problematizações das questões relativas à preservação do patrimônio cultural brasileiro, revela seu aperfeiçoamento como meio de comunicação e como objeto de design, permitindo que compreendamos a relação entre sociedade, política e instituição a partir de outros pontos de vista.

Podemos dizer que a importância da revista pode também ser analisada pelo produto resultante do seu processo de produção a cada momento pesquisado, que ela pode ser vista como um artefato de cultura e de design, ou seja, a revista é um veículo de comunicação no campo da cultura assim como é em si mesma um produto cultural de determinada sociedade em determinado tempo/espaço.

Do ponto de vista da produção editorial da revista cabe ainda falar sobre o quanto é interessante observar a trama de relações estabelecida na edição de cada número que conta com a formação de um grupo de trabalho único integrado pelo editor, pelo organizador (indicado ou convidado de acordo com o tema escolhido), pelos colaboradores e pela equipe responsável pela diagramação e impressão, liderada por um designer especialmente contratado para este trabalho. Esta dinâmica fará com que, mesmo respeitando um padrão gráfico definido a partir do número 23, criado pelo designer Victor Burton, cada número se diferencie do outro em função das criativas leituras que cada equipe fará do conteúdo e da forma de apresentá-lo ao público.

O atual projeto gráfico apresenta um *grid* que ultrapassa a função de organizar os conteúdos em relação ao espaço da página; propõe uma diagramação em duas colunas com entrelinha bastante espaçada e alinhamento esquerdo, além de usar uma tipografia que privilegia a leveza da mancha gráfica dos textos. A cada edição da revista foi permitido ao novo designer contratado liberdade para “interpretar” o projeto gráfico, mantendo os elementos dominantes da unidade visual, como tamanho das manchas, páginas de abertura de artigos, números de página, etc. A cada número, uma capa era criada com o objetivo de dialogar e representar o conteúdo, desde que mantivesse os elementos gráficos que estruturam o projeto, como o nome da revista e seu logotipo, a lombada e a lista dos autores na quarta capa. O projeto em aberto permitiu a experiência de novas propostas ao mesmo tempo em que fixou alguns parâmetros como garantia da manutenção da unidade entre uma edição e outra. A estrutura gráfica assim consagrada é responsável pela leveza, legibilidade<sup>6</sup> e leiturabilidade<sup>7</sup> do texto ao mesmo tempo em que tem garantido a manutenção de uma coleção desde o número 23 até o 33<sup>8</sup>.

A tipografia é um dos principais elementos de sustentação da unidade visual. Trabalhada de forma leve e delicada, é moderna e ao mesmo tempo clássica. A tipografia e o papel parecem se fundir, como se fosse uma renda, suave, sem saltar aos

<sup>6</sup>A legibilidade diz respeito à facilidade em distinguir cada tipo em um conjunto, sendo estabelecida uma relação entre a forma e o fundo.

<sup>7</sup>A leiturabilidade diz respeito à fluência ótica de um conjunto de tipos, sendo estabelecida uma relação entre o corpo do tipo, o  *Kerning*, o *tracking*, o comprimento da linha e a entrelinha.

<sup>8</sup>Último número editado. O número 34 encontra-se no prelo.

olhos. A delicadeza e fluidez do texto é um convite a aventurar-se em conteúdos nem sempre simples e de difícil compreensão para quem é leigo no assunto. Entretanto, para os especialistas, a revista tem sido um manancial constante de informações e pesquisa. A tipografia como um dos elementos fundamentais do design gráfico, é o que traduz a visualidade da mensagem na fusão forma/conteúdo, assegurando expressividade e ênfase aos artigos da revista, “podendo eles ser comparados com elementos das linguagens oral e gestual como entonações, variações de ritmos, expressões fisionômicas e movimentos corporais”, como é apresentado por Chassot (2006).

As imagens que ilustram os artigos, por sua vez, são os elementos gráficos que possibilitam maior liberdade criativa no projeto gráfico proposto. Estas se harmonizam a partir da escolha da palheta de cores e grafismos escolhidos/criados, assim como em muitos casos, pelo tratamento digital destas, o que confere a cada edição uma característica singular e até mesmo autoral, ao mesmo tempo em que integrado ao projeto gráfico original. A imagem cria cenários no texto, desde a abertura de cada artigo, na qual é escolhida uma imagem de impacto ou síntese, até as ilustrações, que vão costurando texto e imagem

no desenrolar das ideias propostas por cada autor, auxiliando e enfatizando na construção das narrativas escritas e visuais que o texto propõe. As imagens agregam expressão e contribuem para impressionar, enfatizar e valorizar os conteúdos.

“A utilização de imagens em revista está relacionada a uma rede de associações entre os signos textuais, plásticos e icônicos que provocam, no leitor, por sua vez, outras associações que transmitem mensagem sobre a identidade da publicação, sobre o conteúdo específico que está sendo trabalhado naquela página”. (Chassot, 2006).

A *Revista do Patrimônio* é uma fonte inesgotável de reflexões sobre o Iphan, a política de preservação no Brasil, o desenvolvimento desta importante área de conhecimento interdisciplinar que é a preservação do patrimônio, os grandes (e pequenos) debates que informaram cada momento da relevante missão institucional e, por que não, a respeito da própria história brasileira. Neste momento, estamos apresentando este fecundo objeto de estudo como um artefato cultural que vem se aperfeiçoando e enriquecendo pela contribuição do trabalho competente de profissionais da área do design gráfico, sem os quais certas importantes transformações qualitativas não teriam sido possíveis.

## NATIONAL HISTORIC AND ARTISTIC HERITAGE MAGAZINE AS A CULTURAL ARTIFACT

### The graphic design panorama

As a field of knowledge and professional practice, graphic design has its considerations based upon an articulation between text and image, with the goal of creating and transmitting ideas or concepts through messages that are graphically elaborated and propagated through several different means and supports. Using their knowledge of visual reading and graphic communications, professionals qualified to work in this field develop projects involving the creation of logos, visual identities, packaging, books, magazines, newspapers, publicity materials, advertising campaigns, posters, websites, etc.

The field of industrial design was consolidated in Brazil in the 20<sup>th</sup> century as a result of the industrialization process that characterized modern societies, leading to the development of both its graphic and product design subdivisions. It arrived late in Brazil, since, while in Europe it was connected to the industrial revolution that started in the 18<sup>th</sup> century, it only began to be expanded here after the First World War, which created an opportune environment for the country's internal development and the export market. The consequence of this delay was the occurrence of great transformations

in a short period of time, particularly affecting the whole graphic production process, from the conception methods and reproduction techniques to the means of transmission, communication, and diffusion. This transformation was marked by a shift from a method that combined handcrafted work and graphic composition to the industrial process of bulk printing, incorporating the conceptual and theoretical teachings of Bauhaus<sup>1</sup> and thus modernizing processes and perfecting the form as well as the results of the graphical work. Another aspect worth noting is how the technology of the graphical printing process has been developed through time – going through lithography, typography, linotype, single color printing, photocomposition, polychromatic printing, and offset printing, among others –, and how this has occasioned changes in the printed communications in respect to supports, languages, formal aspects, and the transmission of contents and messages. This technological development has opened up new ways of thinking about graphic design, resulting in a wider range of project possibilities, and creating new ideas and new paths.

---

<sup>1</sup>Bauhaus was an avant-garde school of industrial design, fine arts, and architecture that operated from 1919 to 1933 in Germany. Bauhaus was the training grounds and the laboratory that birthed and developed Modernism in industrial design and architecture. It was the first design school in the world.

## HERITAGE MAGAZINE AND INSTITUTIONAL POLICIES

Published by the National Institute of Historic and Artistic Heritage (Iphan) since 1937, National Historical and Artistic Heritage Magazine is part of a process of technological and conceptual transformations that were concretely reflected in the way its graphical project was reformulated along the publication's editorial history. Published by an institution specifically created as a branch of the Ministry of Education and Health<sup>2</sup> during the Estado Novo<sup>3</sup> period with the mission of protecting, enhancing, and transmitting the Brazilian cultural heritage, the magazine mirrors the influential role of certain political, technical, and administrative leaders, who wanted to transform it in an emblem and a symbol of the institutional image they had created for Iphan. In this article, we highlight some of the institution's presidents – like Rodrigo Melo Franco de Andrade, Aloísio Magalhães, and Glauco Campello – and their influence in the magazine's editorial work.

The contents of the magazine, which has had 34 issues published in 75 years, have always been somewhat related to the constitution and consolidation of a field of knowledge whose focus is the preservation of the Brazilian cultural heritage, their goal being to promote and propagate an awareness of national historic and artistic values, while at the same time helping to expand the fields of Brazilian history and art studies.

Over time, the magazine has undergone a transformation, moving beyond its role as a mere tool for the dissemination of the institution's discourse and policies, and becoming a sophisticated and elaborate graphic product, prized by all who are interested in the themes of preservation and

Brazilian culture, a magazine worthy of being studied not only as a means of communicating Iphan's numerous discourses, but also as a high quality graphic product within the publishing market.

First published by attorney and journalist Rodrigo Melo Franco de Andrade, who served as Iphan's president from its creation in 1937 to 1967, Heritage Magazine is the organ's most important and oldest publication, its importance being intimately connected with the consolidation of a policy based on the promotion of the Brazilian culture represented by the "historic and artistic heritage," as emphasized in the institution's name. Another aspect that makes the magazine emblematic is its pioneering concept of a means of communication used to enhance and disseminate the preservation of the national historic and artistic heritage.

Considered by some authors as the institution's heroic phase, the period corresponding to Rodrigo Melo Franco de Andrade's administration (1937 to 1967) was marked by a sort of "emergency action," which consisted in identifying and safeguarding the material assets – buildings, cities, architectural-landscape complexes, archeological witnesses and sites, and art works that were part of church and museum collections – that existed throughout the Brazilian territory, an emphasis that was meaningfully represented in the pages of the magazine. During this period, the magazine asserted itself as a means of publicizing studies that had somehow been providing a foundation and support for the innovative practice of preservation in Brazil, and as such it likely worked as a source

---

<sup>2</sup>When Gustavo Capanema was the Minister of Education and Health.

<sup>3</sup>The president of Brazil at this time was Getúlio Vargas.

of encouragement for the intellectual production of Iphan's technicians and collaborators.

In the 1980s, Iphan adopted a new institutional model under the administration of Aloísio Magalhães – an attorney, visual artist, designer, and politician –, with the establishment of the Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional [Bureau of National Historic and Artistic Heritage], responsible for the formulation of heritage preservation policies, and the Fundação Nacional Pró Memória [National Pro-memory Foundation], responsible for expediting actions related to the implementation of these policies. At this time, Heritage Magazine underwent a conceptual reformulation of its editorial policies and graphical project, albeit remaining faithful to the quality and integrity standards established by Rodrigo Melo Franco de Andrade since the creation of the original institution.

Aloísio Magalhães and the social and political transformations of the 1980s would be responsible for expanding Iphan's structure, attempting to incorporate more complex cultural notions into the scope of the institute's mission, shifting its focus to the processes of cultural production, its internal development and sustainability mechanisms, and emphasizing a preoccupation with the connection between the country's cultural dimension and its economic development. With this, the institution broke away from the established dichotomous belief that preserving memory, rescuing cultural identity, and protecting values and assets that represent the Brazilian culture – all inherent to the work of heritage preservation – were mechanisms that hindered the cities and the country's economic development.

In this sense, Aloísio Magalhães dedicated himself to the promotion of an expanded dialogue with the Brazilian

society, embracing the challenge of bringing the preservation debate into the daily lives of the social groups that made up the Brazilian society, while making a particular effort to reach those located further away from the big urban centers and thus economically more disadvantaged. This perspective led to the reformulation of the magazine's editorial project and the creation of more effective means of communication, such as the bimonthly publication of informative bulletins in the form of tabloids. The new magazine format was lighter and closer to that of the magazines sold at newsstands. Articles were written by journalists, intellectuals, or technicians especially invited to write about certain themes. Moreover, the magazine noticeably began to promote a dialogue with the lay public, no longer limiting its target public to those interested or specialized in the subjects discussed. In spite of these changes, the magazine never quite made it to the newsstands, as Aloísio Magalhães died prematurely, leaving his project of political transformation in the cultural field unfinished.

In 1994, after going through the convoluted period of Collor's presidency – which implemented a policy that aimed at reducing the size of government, thus seriously compromising the State's role in essential areas –, Iphan attempted to reevaluate its institutional mission, symbolically readopting its original abbreviation<sup>4</sup> under the administration of architect Glauco Campello, who, among other decisions, made a commitment to resume the publication of Heritage Magazine with a new editorial and graphical project.

In order to tackle this challenge, Campello invited intellectual Heloísa Buarque de Holanda and designer Victor Burton (the latter having already worked for the magazine during Aloísio Magalhães's administration) to organize and design

---

<sup>4</sup>During Collor's administration, Iphan's name was changed to Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural, and its abbreviation to Sphan/próMemória; furthermore, there was a serious threat that the institution would be weakened in Rio de Janeiro in order to be strengthened in Brasília, under the

the first issue of this new version of the publication. From the graphic standpoint, the magazine kept the same format used by Rodrigo de Melo Franco de Andrade, only graphically more sophisticated – with 4/4 polychromatic printing, covers in triplex supreme 300 g/m<sup>2</sup> paper, interior in couche matte 120 g/m<sup>2</sup> paper –, using graphic resources and finish that matched the graphic industry's stage of technological development as well as the new thematic proposition. Resuming its standardized format and a commitment to an editorial periodicity, the magazine would again take on the collection concept, suggested through the inclusion of a summary of the subjects to be developed in the following issues (Campello, 1994. p. 13).

This proposal established a counterpoint to Aloísio Magalhães's approach, in which the magazine, using technology and the advancement of graphic design, assumed a more commercial format, typical of the magazines sold at newsstands. This project and the unachieved perspective of the large scale commercialization of a more economic product are evidences of industrial design's social function as a tool for making certain messages and products accessible to a greater percentage of the population. In the case of the magazine, the Aloísio Magalhães era was marked by an attempt to transform an academic publication – which until then had been directed at researchers and intellectuals in the field – into a commercial publication capable of reaching a greater number of readers, thus expanding social participation in the discussions on the preservation of the Brazilian cultural heritage. In addition to increasing the value of the publication, graphic design created a means of expanding and enriching the dynamics involved in the acknowledgement, valorization, protection, and diffusion of heritage in Brazil.

In a way, Glauco Campello's editorial project for the magazine reassumed the initial direction of the publication, which again turned its attention to a more specialized public

comprised of researchers and intellectuals. The adopted graphic standard, with a 7.3 in. x 9.4 in. closed format and approximately 300 pages of texts and images, gave the magazine the appearance of a book. With a circulation of around 3 thousand copies, Heritage Magazine now could be bought directly at Iphan or in bookstores, being also distributed to institutions and libraries which, knowing the publication, requested issues for their collections. Articles began to follow thematic selections – that is, each issue was developed around a central theme –, and special attention began to be given to illustrations and the use of images in articles, which now were treated with creativity and graphic sophistication, granting the magazine the status of an art publication from the technical and aesthetical viewpoint. In a way, the transformation of Heritage Magazine into a luxury artifact ended up distancing of the larger public from the strategies used to divulge the institution.

## The phases of Revista do Patrimônio

The magazine's first graphical project covered issues No. 1 to 18, which circulated between 1937 and 1979. Issues No. 1 to 15 were published during the period that corresponded to the administration of Rodrigo M. F. de Andrade (1937 to 1967), who, as far as we know, was responsible for the magazine's edition and production.

Issues No. 16 to 18 were published by Rodrigo M. F. de Andrade's successor, architect Renato Soeiro, between 1967 and 1979. In spite of being edited by a new president, the magazine's graphical project followed the initial proposition. Due to this continuity, in this article we shall consider the 1937-1979 period as a homogeneous phase in terms of the analysis of the magazine's graphical project. The small variations observed in the project –

such as typography, printing technique, and the paper used – were considered as characteristics of the period in question.

The second graphical project corresponds to issues No. 19 to 22, published during Aloísio Magalhães's administration (1979 to 1982). During this period, as we have briefly mentioned in the beginning of this article, the institution was renamed Sphan/ próMemória, new staff was especially hired to structure the institution's editorial sector, and the magazine began to be edited by a professional specifically appointed to this task.

The third graphical project, inaugurated by issue No. 23, began in 1994 along with Glauco Campello's administration, remaining to this day. In this new format, the function of an editor as part of the institution's technical body remains, with the emergence of the figure of the organizer, a specialist responsible for developing the theme chosen for each issue, selecting reporting assignments, and indicating collaborators who are apt to develop the theme in a way that engages the issues of heritage preservation.

## Design as a cultural artifact

From the viewpoint of published contents, the magazine's third phase would face the challenge of producing an academic publication that would reflect the broadening of the concept of heritage, brought about by society's increased participation in outcomes and decisions about what constitutes heritage in terms of the representativeness of the cultural values recognized by different social groups.

The new editorial project reflects a policy that views the magazine as a graphic design object, from the standpoint of the visual program developed in each issue as well as from that of the elaboration of its contents, which comprise articles

that can often be compared to small dissertations on specific themes. Thus, through the participation of collaborators who are not necessarily connected to Iphan, the magazine attempts to introduce an outlook that is critical and at the same time external to the institution, its policies and actions, offering an interdisciplinary perspective of the state of the arts and promoting a reflection on heritage, the possibility of preserving it, and the necessary conditions to do so. It is also important to note that the broadening of the thematic scope proposed by the magazine constitutes an attempt to insert cultural aspects that have emerged and are still emerging from the harmonious or conflicting relational fluxes established between society and the institution through time.

From the design standpoint, the favoring of a graphical project that emphasizes the use of images and graphic resources that attract the eye and awaken interest through the publication's aesthetics has been a factor in increasing the magazine's worth. Therefore, these editorial characteristics place Iphan's institutional message on a new, interesting, and rich level of communication with readers, and, in a way challenging the institution to specify the publication's target public.

Although there is no data allowing a deeper analysis of the target readers and the public reached by Heritage Magazine, we would like to propose a collective reflection on the extent to which this product – a result of an intimate relationship between form and content – offers itself as an object of desire to collectors, bibliophiles, and to a public interested in acquiring and collecting art objects, who can appreciate the production of a work whose quality standard has been attested by the kind of specialized professionals that create it.



As we consider the way the magazine informs, communicates, and inspires thought and investigation, we also suggest a reflection on how Heritage Magazine has become a “monument” in the symbolic sense of value attribution and resignification, particularly considering the degree to which it comprises a collection capable of arousing the interest of collectors.

Marlene Branca Sólío<sup>5</sup> considers that “contemporary society has elected the information system primarily centered on the image as the guiding force of its development and evolution.” Within this context, graphic design’s approach highlights and reinforces the understanding of its dimension as a graphic expression, while at the same time granting everything we have apprehended with our eyes the status of visual communication. Therefore, the use of design in the creation of graphic products and utensils may be observed as a tool for the consolidation of concepts, the aestheticization of day-to-day life, and the recording of the transition and resignification of a culture’s signifiers.

Heritage Magazine documents its editorial trajectory, recounting, through the collection of published issues, the history of a graphic design artifact that has evolved from its production by a graphic artisan, gone through the emergence of industrial design bachelor programs, and followed the evolution of editing and graphic printing techniques. The magazine shows how Iphan’s history is somehow related to the formation of the industrial design field of knowledge, beyond its well-known relationship with architecture, history, archaeology, the fine arts, etc.

The history of Heritage Magazine shows us the richness of approaching it as a venue for the problematization of issues regarding the preservation of the Brazilian cultural heritage, revealing its progress as a means of communication and as a design object, and allowing us to understand the relationship between society, politics, and the institution from differing viewpoints.

We can say that the importance of the magazine can also be analyzed through the product that results from its production process at each researched moment, and that the publication can be seen as a cultural and design artifact – that is to say that the magazine is a means of communication in the cultural field while at the same time being in itself the cultural product of a certain society at a certain time/space.

From the editorial production viewpoint, we can also observe an interesting interweaving of the relationships established during the edition of each issue, which involves the formation of a unique work group brought together by the editor, the organizer (designated or invited according to the selected theme), the collaborators, and the team responsible for layout and printing, led by a designer hired specifically for this job. This dynamics will ensure that, while respecting a graphic standard that has been defined since issue No. 23, created by designer Victor Burton, each issue differs from the others due to the creative manner in which each team will interpret the magazine’s contents and how to introduce them to the public.

The current graphical project uses a grid whose function goes beyond that of organizing contents in relation

---

<sup>5</sup>Revista Conexão Comunicação e Cultura [Communication and Culture Connection Magazine], 2006.

Image 4: Composition: Revista do Patrimônio cover and interior, No. 1.- page 103  
Image 5: Composition: Revista do Patrimônio cover and interior, No. 19. - page 104  
Image 6: Composition: Revista do Patrimônio cover and interior, No. 23. - page 104

to page space; it proposes a two-column layout with wide interline spacing and a left edge alignment, featuring a typography that favors the lightness of the line length. Each magazine issue allowed a new hired designer freedom to “interpret” the graphical project, while maintaining the main elements of the visual unit, such as line length, opening pages, number of pages, etc. For each issue, a cover was created with the purpose of dialoguing with and representing the contents, as long as it maintained the graphical elements that structured the project, such as the magazine’s name and logo, the spine, and the list of authors on the fourth cover. This open project allowed room for the experience of new proposals while predefining a few parameters to guarantee the unity between issues. This renowned graphical structure is responsible for the text’s lightness, legibility<sup>6</sup>, and readability<sup>7</sup>, while at the same time ensuring the maintenance of a harmonious collection from issue No. 23 to 33<sup>8</sup>.

The magazine’s typography is one of the main elements sustaining its visual unit. Arranged in a light and delicate way, it is modern and classic at the same time. The typography and the paper appear to softly merge like a weave, without catching the eye. The slightness and fluidity of the text invite readers to venture into contents that are not always simple, but of difficult understanding to those who are not experts in the subject. However, to some specialists, the magazine has been a constant source of information

and research. An essential element of graphical design, this typography translates the visuality of the message through a fusion between form and content, ensuring the expressivity and emphasis of magazine articles, “which can be compared to elements of both oral and gestural language, such as intonation, rhythm variation, facial expression, and body movement,” according to Chassot (2006).

On the other hand, the images illustrating the articles are the graphic elements that provide the proposed graphical project with greater creative freedom. These are harmonized by the choice of color palette and the chosen/created graphisms, as well as, in many cases, the digital treatment they receive, giving each issue a characteristic that is unique and even authorial, while keeping it integrated into the original graphical project. This imagery creates scenarios in the text – from each article opening, for which an impacting image or synthesis is chosen, to the illustrations that bring text and image together as each author’s ideas are developed, supporting and emphasizing the construction of the written and visual narratives proposed by the text. The use of images adds expression, helping to impress, emphasize, and enhance the magazine’s contents.

“The use of images in magazines is related to a network of associations between textual, plastic, and iconic signals that in turn leads readers into other associations that transmit messages about the identity of the publication as well

---

<sup>6</sup>Legibility refers to how easily individual letters or characters can be distinguished from each other within a text, being established by the relationship between appearance and background.

<sup>7</sup>Readability refers to the optical fluency of a set of characters, being established by the relationship between point size, kerning, letter-spacing, line length, and line spacing.

<sup>8</sup>The last published issue. Issue No. 34 is forthcoming.

as the specific content that is being explored in each particular page." (Chassot, 2006).

Heritage Magazine is an inexhaustible source of reflections on Iphan, on Brazil's preservation policies, the development of heritage preservation as an important area of interdisciplinary knowledge, the great (and small) debates that have enriched each moment of this relevant institutional

mission, and, we might add, on Brazilian history itself. We are now presenting this fruitful study object as a cultural artifact that has been perfected and enriched through the contribution of the competent work of professionals in the field of graphic design, without whom certain important qualitative transformations would not have been possible.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

- REVISTA DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Nº 01, RIO DE JANEIRO. 1937.
- BAER, LORENZO. *PRODUÇÃO GRÁFICA*. SÃO PAULO: SENAC, 1999.
- CAMPELLO, GLAUCO. "APRESENTAÇÃO". IN: *REVISTA DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL*. Nº 23, RIO DE JANEIRO. 1994.
- CAMPOS, G.B. "LINGUAGEM VISUAL, DESIGN GRÁFICO IMPRESSO E DIGITAL". IN: *REVISTA CONEXÃO - COMUNICAÇÃO E CULTURA*. CAXIAS DO SUL: EDUCS, 2006.
- CARDOSO, RAFAEL. *O DESIGN BRASILEIRO ANTES DO DESIGN*. SÃO PAULO: COSAC NAIFY, 2005.
- CHASSOT, A. C. G. S. S. "O PROJETO GRÁFICO DA REVISTA". IN: *REVISTA CONEXÃO - COMUNICAÇÃO E CULTURA*. CAXIAS DO SUL: EDUCS, 2006.
- DENIS, RAFAEL CARDOSO. "DESIGN, CULTURA MATERIAL E O FETICHISMO DOS OBJETOS". IN: *ARCOS: DESIGN, CULTURA MATERIAL E VISUALIDADE, VOLUME I*. RIO DE JANEIRO: ESDI, 1998.
- GARCIA, W. "UM DESIGN CONTEMPORÂNEO". IN: *REVISTA CONEXÃO - COMUNICAÇÃO E CULTURA*. CAXIAS DO SUL: EDUCS, 2006.
- HALBWACHS, M. *A MEMÓRIA COLETIVA*. SÃO PAULO: VERTICE, 1990.
- KOPP, RUDINEI. *DESIGN GRÁFICO CAMBIANTE*. RIO DE JANEIRO: 2AB, 2009.
- MAGALHÃES, ALOISIO. "INTRODUÇÃO". IN: *REVISTA DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL*. Nº 19, RIO DE JANEIRO. 1979.
- RODRIGUES, J. L. C. "TININDO, TRINCANDO, O DESIGN GRÁFICO NO TEMPO DO DESBUNDE". IN: *REVISTA CONEXÃO - COMUNICAÇÃO E CULTURA*. CAXIAS DO SUL: EDUCS, 2006.
- SILVA, CÍNTIA MAYUMI CARLI. *REVISTA DO PATRIMÔNIO: CARTOGRAFIA DE IMAGENS E OLHARES*. RIO DE JANEIRO: MONOGRAFIA APRESENTADA AO PROGRAMA DE ESPECIALIZAÇÃO EM PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL, 2008.



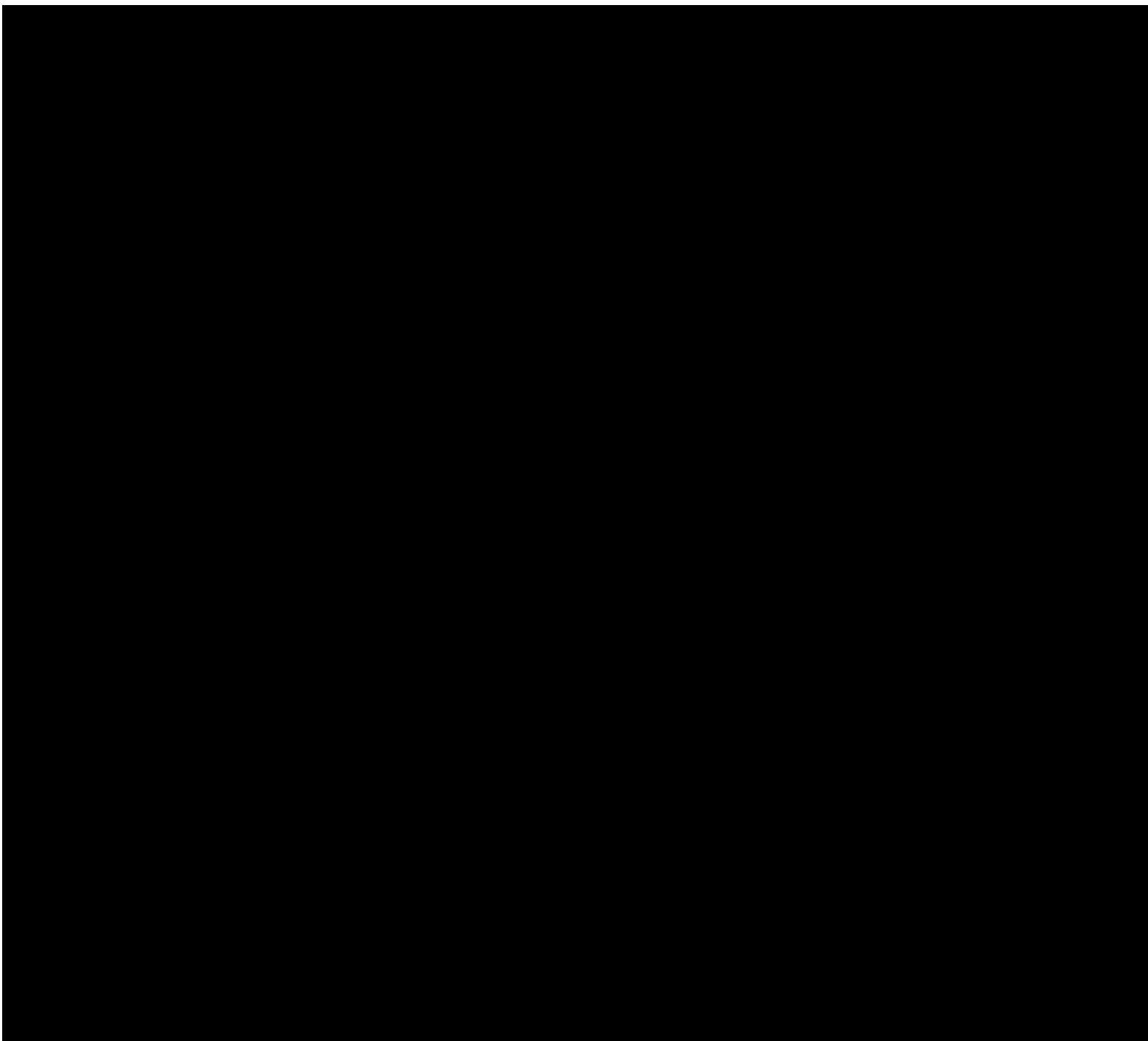
# DESIGN

e/é Tecnologia

DESIGN AND/IS TECHNOLOGY



CENTRO CARIOCA  
DE DESIGN



# ARQUITETURA DE LUZ E MOVIMENTO

ARCHITECTURE OF LIGHT AND MOVEMENT

**LIANA BRAZIL**

MESTRE EM NOVAS MÍDIAS PELA NYU

DIRETORA DA SUPERUBER PRODUÇÕES

MASTER IN NEW MEDIA FROM NYU,

DIRECTOR OF SUPERUBER PRODUCTIONS



**CENTRO carioca  
de design**





## ARQUITETURA DE LUZ E MOVIMENTO

O mapeamento de projeção é a evolução da projeção tradicional. No mapeamento, as imagens são feitas especialmente para um volume, seja ele um edifício, uma escultura ou um objeto. Animações e software, criados especialmente para a projeção, permitem alinhar imagens, com precisão, sobre cada aresta da volumetria. O mapeamento de projeção pode acontecer em diversos suportes e em diferentes escalas, desde pedras preciosas até edifícios.

Quando feitas para edifícios, as projeções transformam a arquitetura, colocando uma camada virtual sobre ela, iluminando, colorindo e distorcendo sua volumetria.

Primeiro, se faz um levantamento arquitetônico, para o desenvolvimento de um modelo 3D do prédio e do cálculo de projetores de vídeo a serem usados. As ideias para as animações são únicas e criadas sobre as linhas da arquitetura.





Essas ideias geram então um *storyboard*, e a execução das animações é, geralmente, uma mistura de técnicas 2D e 3D. O animador trabalha junto ao engenheiro de software, pois é o software de mapeamento que vai possibilitar o alinhamento dos vértices da animação sobre as arestas da arquitetura. Quando a arquitetura é rebuscada, seus detalhes precisam ser mapeados individualmente. Esse trabalho de alinhamento é delicado, feito com paciência e precisão. É um processo demorado, onde cada minuto é necessário para se conseguir o resultado certo. A iluminação pública que incide diretamente no prédio é desligada tanto para o alinhamento quanto para a performance. Uma trilha

sonora é especialmente composta e sincronizada com as animações. O mapeamento cria um diálogo único e original entre arquitetura, design, animações, som, iluminação e tecnologia.

Mapeamento de projeção é uma técnica atual. Quase não há publicações sobre o assunto, mas há uma troca de conhecimento imediata e em constante atualização, feita através de vídeos e fotos online, sobre ações semelhantes ao redor do mundo. Este é um aspecto importante da intervenção, ela não atinge somente o público presente. Alcança também, com diferente impacto, milhões de pessoas através da documentação da ação na mídia. Televisão, impressos e internet

multiplicam o acesso à performance. Filmadas e fotografadas por celulares e divulgadas principalmente pela internet, as imagens passam a compor os diferentes pontos de vista de uma mesma paisagem urbana, aberta a países do mundo todo.

### Performance e Patrimônio ao Redor do Mundo

Há diversas formas de chamar atenção para o potencial do patrimônio usando performance, luz, som e narrativa – desde um espetáculo simples

de iluminação, sem projetores de vídeo, até um mapeamento de projeção interativo.

Um exemplo é o espetáculo de Luz e Som, como é conhecido, na cidade de Udaipur, na Índia. O espetáculo acontece pelo menos desde 2007, tem uma hora de duração e conta, nos fins de semana, 1000 anos de história da região de Mewar, com iluminação e som. Os refletores coloridos e a narração sincronizada transformam os elementos da magnífica fachada do antigo Palácio dos Reis – hoje parte do complexo que inclui um museu e um hotel de luxo – em personagens. Portas e janelas se transformam em reis, rainhas, príncipes e princesas.



A narrativa cativante tem clima de espetáculo teatral, e é assistida a partir do grande pátio Manek Chowk, em frente ao Palácio. O espetáculo enaltece a arquitetura do Palácio e, ao mesmo tempo, conta sua história.

Exibida pela primeira vez na Alemanha, a intervenção *Blinkenlights* uniu iluminação e interatividade para transformar, em 2001, o famoso prédio *Haus des Lehrers* da Alexanderplatz, em Berlim, em um gigante display interativo. A fachada moderna é uma grade de janelas regulares, que se transforma em uma perfeita tela de baixa resolução, em grande escala. As 144 lâmpadas, colocadas atrás das 144 janelas, eram controladas independentemente por computador. Animações de baixa resolução eram enviadas por rede para os computadores, que usavam a enorme grade de lâmpadas para reproduzi-las, usando as janelas como pixels. Além do espetáculo de animações, um componente especial completava a experiência: interatividade. Se você joga um vídeo-game na sua TV, em casa, imagine jogar um vídeo-game no espaço público, na fachada de um prédio. Durante o *Blinkenlights*, o público podia jogar o clássico vídeo-game Pong, ou enviar palavras para a fachada, usando as teclas de seus telefones celulares. O projeto foi remontado em diversas cidades da Europa, sempre em prédios com as mesmas características arquitetônicas.

Outro exemplo é o mapeamento de projeção na Igreja Saint Nizier, na França. A Igreja em estilo gótico e renascentista foi coberta por projeções, mapeadas sobre seu volume, destacando os detalhes da fachada. O público então interagia com a projeção: uma pessoa de cada vez podia “cantar”



com o prédio. Um sistema analisava a voz da pessoa e a convertia em um sinal capaz de acionar sons e imagens. As animações transformavam a Igreja em um grande rosto 3D, que se movia de acordo com os sons, como se o rosto “conversasse” com as pessoas, criando uma identificação do público com o prédio. A intervenção fez parte da edição de 2010 da famosa Festa das Luzes de Lion, na França.

#### O mapeamento de projeção revitalizando a “Rua Larga”

As projeções na Igreja Santa Rita e no prédio da Light fizeram parte de uma iniciativa maior, o projeto “Animando a Rua Larga” (como era conhecida antigamente a Avenida Marechal Floriano), criado para promover a revitalização cultural da Avenida Marechal Floriano e adjacências, no Centro do Rio de Janeiro, em 2010 - 2011. Por seu apelo visual, a projeção se transformou na ação de maior impacto do projeto. As pessoas que passam freqüentemente pelo local não costumam admirar o patrimônio. A projeção chama atenção para a arquitetura, surpreende e emociona o público.

O projeto teve patrocínio da Light, através de seu Instituto, e da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro. Reuniu empresários, comerciantes e moradores locais, incentivadores de programas que ajudam na preservação e divulgação do patrimônio histórico e cultural da região. Produzido pelo Instituto Cultural Light, o Instituto Cidade Viva e a produtora SuperUber na intenção de restaurar a identificação do público com o patrimônio, o mapeamento fez as pessoas se sentirem parte da rua e parte da

história da cidade. É uma forma fugaz de interferir sem descaracterizar o patrimônio. A camada digital projetada sobre a arquitetura é efêmera, feita com delicadeza e precisão. Sem tocar o prédio, a projeção o transforma, distorce e muda nossa percepção de algo fixo e constante.

Como todo espetáculo, a projeção tem um roteiro, que é traçado como se o prédio buscasse, com sua performance, a reação do público, a expressão de euforia e surpresa tanto em adultos quanto em crianças.

Feitas especialmente para a Igreja Santa Rita e o prédio da Light, as projeções se iniciaram com o pôr do sol, e seguiram por mais duas a três horas. Dois momentos diferentes se alternaram durante esse tempo: um espetáculo visual mais marcado, de dois minutos, e uma ambientação gráfica, mais lenta, de vinte minutos. Os dois momentos imprimem duas dinâmicas diferentes ao mapeamento: no primeiro, ele é personagem principal, com a atenção dedicada do público, e, no segundo, ele é pano de fundo para o público, que compartilha o trecho de rua em frente ao prédio.

O conceito visual do mapeamento da Light foi conectividade – entre pessoas, arquitetura e cidade. O roteiro das animações cria um fluxo de energia pelas linhas da fachada, conecta os elementos arquitetônicos e distorce a arquitetura. Projeta ícones do Rio de Janeiro, desconstrói e reconstrói o prédio usando ilusões visuais feitas em animação 3D. O roteiro foi feito especialmente para a comemoração do centenário do prédio, dando destaque à sua importância na história da cidade. O mapeamento cria um momento de envolvimento



com a cidade, como diz Paulo Bicalho, um dos idealizadores do projeto: “Esse é um prédio fabuloso, uma arquitetura de destaque no Centro do Rio. Esse é o momento de olhar para esse prédio, que faz cem anos e já viu muita coisa acontecer aqui na rua, é um momento de envolvimento de todos”.

O roteiro visual criado para a Igreja Santa Rita a transformou em diversos ambientes, que causaram diferentes reações do público presente: exaltados devotos de Santa Rita, pedestres surpresos que nunca tinham visto algo semelhante, e curiosos que vieram especialmente para apreciar a projeção.

O contexto urbano também teve influência sobre a projeção. O local tem um “palco” natural, de frente para a Igreja: o Beco das Sardinhas, famoso ponto de bares do Centro do Rio de Janeiro, freqüentado nas horas de almoço e após o fim do expediente. As animações foram feitas para serem vistas do Beco, criando um diálogo entre os dois pontos – bares e igreja são conectados pela projeção.

“A projeção mapeada realizada sobre prédios históricos funde a arquitetura do passado com a alta tecnologia do presente, num processo de inovação sem limites. Ela valoriza a arquitetura e a história do prédio sem ferir um prego em sua fachada, mostrando como o ontem e o amanhã podem conviver harmonicamente no hoje” – diz Fernando Portella, outro idealizador do projeto “Animando a Rua Larga”.

A projeção digital une o patrimônio às novas tecnologias. Nesse sentido, ela junta passado e presente, com uma perspectiva de futuro. O projeto enxerga uma oportunidade para o uso da tecnologia, criando uma conexão original entre arquitetura e novas mídias. Ele chama atenção para uma área central, esvaziada de suas funções originais, com uma população distanciada de seu valor histórico. O mapeamento de projeção desperta o interesse desta população para o potencial do patrimônio, contribui para a reutilização das áreas centrais e para a valorização cultural do ambiente urbano.

A arquitetura, principalmente de um prédio histórico, é tida como algo sólido, imutável. O mapeamento de projeção brinca com esta noção, desenha sobre a fachada, emociona o público e transforma o prédio em algo impossível, inesperado, mutável: em uma arquitetura de luz e movimento.



## ARCHITECTURE OF LIGHT AND MOVEMENT

Projection mapping is the evolution of traditional projection. In mapping, images are specifically made for a volume, be it a building, a sculpture, or an object. Animations and software specifically created for the projection make it possible for images to be precisely aligned over each of the volume's arrises. Projection mapping may be done over several supports and at different scales, from precious stones to buildings.

When done over buildings, projections transform the architecture, placing a virtual layer over it, illuminating, coloring, and distorting its volume.

First, we conduct an architectural survey in order to develop a 3D model of the building and calculate the video projectors to be used. Animation ideas are uniquely created according to the architectural lines. These ideas then generate a storyboard, with the animations generally using a mixture of 2D and 3D techniques. The animator works together with the software engineer, since the mapping software is what is going to enable the alignment of the animation vertexes over the architectural arrises. When the architecture is complex, its details must be individually mapped. This alignment work is very delicate, requiring patience and precision. It is a lengthy process, in which every minute counts towards obtaining the right result. The public lighting that directly illuminates the building is turned off for both the alignment and the performance. A soundtrack is especially composed in synchrony with the animations. This mapping creates a unique and original dialogue between architecture, design, animations, sound, lighting, and technology.

Projection mapping is a recently developed technique. There are hardly any publications on the theme, but an instant knowledge exchange that is constantly updated takes place through online videos and pictures of similar actions around the world. An important aspect of this kind of intervention is that it does not reach just the public that is physically present. It also reaches, with a different degree of impact, millions of people through the documentation of the action in the media. The TV, the printed press, and the Internet multiply access to the performance. Filmed and photographed by cell phones and publicized mainly on the Internet, images begin to compose different viewpoints of a same urban landscape that becomes open to countries all over the world.

### Performance and heritage around the world

There are different ways to call attention to the potential of heritage using performance, light, sound, and narrative – from a simple lighting show without video projectors to an interactive projection mapping.

An example is the Sound and Light Show, as it is known, in the city of Udaipur, in India. The show, which started taking place around 2007 and is presented every evening, lasts one hour, recreating fifteen centuries of the Mewar region's history with lights and sound. The colored reflectors and synchronized narration turn the elements of the ancient City Palace's magnificent façade – which today is part of a complex that includes a museum and a luxury hotel – into



characters. Doors and windows are transformed into kings, queens, princes, and princesses. The captivating narrative has the atmosphere of a theatrical production, and is seen from Manek Chowk, a huge grassy courtyard that fronts the main entrance to the palace. The show magnifies the architecture of the Palace while at the same time telling its history.

Exhibited for the first time in Germany, the intervention Blinkenlights combined lighting and interactivity to transform, in 2001, the famous building Haus des Lehrers at Alexanderplatz, in Berlin, into a giant interactive display. The modern façade, whose regular arrangement of windows creates a grid pattern, was transformed in a perfect low resolution screen on a large scale. Each of the 144 lamps placed behind the 144 windows was independently controlled by a computer. Low resolution animations were sent via network to the computers, which used a huge lamp grid to reproduce them, using the windows as pixels. In addition to the animation show, a special component completed the experience: interactivity. If you are used to playing videogames on your home TV, imagine playing a videogame in a public space, on a building façade. During the Blinkenlights, the public was able to play the classic videogame Pong or send words to the façade by using the keys on their cell phones. The project was repeated in several European cities, always on buildings that shared the same architectural characteristics.

Another example is the projection mapping at the Church of Saint Nizier in France. The church, which is mainly built in the Gothic style with a Renaissance portal, was covered by projections mapped over its volume, highlighting the details of the façade. The public then interacted with the

projection: one person at a time was able to “sing” with the building. A system analyzed the person’s voice and converted it into a signal capable of activating sounds and images. The animations transformed the church into a great 3D face that moved according to the sounds, as if it were “talking” to the people, creating identification between the public and the building. The intervention was part of the 2010 edition of the famous Lyon Festival of Lights, in France.

### Projection mapping revitalizing the Rua Larga [Broad Street]

The projections that took place at Igreja de Santa Rita [Saint Rita of Cascia Church] and at the Light building were part of a bigger initiative, the project Animando a Rua Larga [Animating Rua Larga] – which is how Marechal Floriano Avenue used to be known a long time ago –, created in 2010-2011 to promote the cultural revitalization of Marechal Floriano Avenue and surrounding areas in downtown Rio de Janeiro. Due to its visual appeal, the projection became the project’s most striking action. People who often walk by that area don’t usually stop to admire its heritage. The projection called attention to the local architecture, astounding and impressing the public.

The project was sponsored by Instituto Cultural Light [Light Cultural Institute] and by the Secretary of Culture of the State of Rio de Janeiro. It brought together entrepreneurs, business owners, and local residents, people who support programs that contribute towards preserving and publicizing the region’s historical and cultural heritage. Produced by Instituto Cultural Light, Instituto Cidade Viva [Live City Project], and the cultural producer SuperUber with the purpose of restoring the public’s identification with the patrimony, the

mapping makes people feel like they are part of the street and the city's history. It is a momentary way to interfere without depriving the heritage of its characteristics. The digital layer projected over the architecture is ephemeral, made with subtlety and precision. Without touching the building, the projection transforms and distorts it, changing our perception of something stable and constant.

As is true with all shows, the script for the projection was planned so as to achieve a certain reaction from the public through the building's performance, prompting an expression of euphoria and amazement both in children and adults.

Made especially for Igreja Santa Rita and the Light building, the projections started at sundown and went on for two or three hours. Two different moments were alternated during this time, a more striking visual show that lasted two minutes, and the creation of a slower graphic atmosphere, which lasted 20 minutes. The two moments gave the mapping two different dynamics: in the first, the mapping itself is the main character, receiving the public's full attention; in the second, it works as a background for the public, which shares the section of the street in front of the building.

The visual concept of the Light mapping was based on the connectivity between people, architecture, and the city. The animation script creates an energy flow over the lines of the façade, connecting the architectural elements and distorting the architecture. It projects Rio de Janeiro icons, deconstructing and reconstructing the building through the use of visual illusions created with 3D animation. The script was especially created for the celebration of the building's centennial, highlighting its importance in the city's history. According to Paulo Bicalho, one of the project's idealizers, the

mapping creates a moment of involvement with the city: "This is a fabulous building, a striking architectural feature located in downtown Rio. This is a time to look at this building, which completes 100 years of age and has witnessed a lot of things happening right here in the street. It is a moment for all to get involved."

The visual script created for Igreja Santa Rita transformed it into several environments, which led to different reactions from the public: angry Saint Rita's devotees, surprised pedestrians who had never seen anything alike, and curious attendees who came just to appreciate the projection. The urban context also influenced the projection. The place has a natural "stage" in front of the church: the Beco das Sardinhas [Sardine Alley], a famous area that concentrates several bars in downtown Rio, a popular lunch and happy hour destination. The animations were created to be seen from the alley, creating a dialogue between the two places – bars and church being connected by the projection.

"The mapped projection over historical buildings combines the architecture of the past with the high technology of the present, in a limitless innovation process. It highlights the building's architecture and history without touching one nail of its façade, demonstrating how yesterday and tomorrow can live harmoniously together today," says Fernando Portella, another idealizer of the project *Animando a Rua Larga*.

The digital projection merges heritage and new technologies. In this sense, it combines the past and the present, with a perspective for the future. The project seizes an opportunity to use technology, creating a digital connection between architecture and new media. It calls attention to the city's central area, voided of its

original functions, with a population that has distanced itself from its historical value. Projection mapping arouses the population's interest in the potential of heritage, contributing towards the reutilization of central areas and the cultural appreciation of the urban environment.

Architecture, particularly of a historical building, is seen as something solid, immutable. Projection mapping plays with this notion, draws over the façade, thrills the public, and transforms the building into something impossible, unexpected, and mutable: it transforms it into an architecture of light and movement.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

SCHENKER, DYLAN. *THE LATEST IN REALITY WARPING PROJECTION MAPPING PROJECTS*. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://THECREATORSPROJECT.COM/BLOG/THE-LATEST-IN-REALITY-WARPING-PROJECTION-MAPPING-PROJECTS](http://thecreatorsproject.com/blog/the-latest-in-reality-warping-projection-mapping-projects)> ACESSADO EM FEVEREIRO DE 2012. NÃO PAGINADO.

ATTWOOLL, JOLYON. *LYON'S DAZZLING FESTIVAL OF LIGHTS*. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://WWW.TELEGRAPH.CO.UK/TRAVEL/FESTIVALSANDEVENTS/8194242/FRANCE-LYONS-DAZZLING-FESTIVAL-OF-LIGHTS.HTML](http://www.telegraph.co.uk/travel/festivalsand-events/8194242/france-lyons-dazzling-festival-of-lights.html)> ACESSADO EM MARÇO DE 2012. NÃO PAGINADO.

BLINKENLIGHTS. *PROJECT BLINKENLIGHTS*. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://BLINKENLIGHTS.NET/HOME](http://blinkenlights.net/home)> ACESSADO EM ABRIL DE 2012. NÃO PAGINADO.

SUPERUBER. *PROJEÇÃO NO PRÉDIO DO INSTITUTO LIGHT*. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://WWW.SUPERUBER.COM.BR/PROJETO/PROJECAO-NO-PREDIO-DO-INSTITUTO-LIGHT/](http://www.superuber.com.br/projeto/projecao-no-predio-do-instituto-light/)> ACESSADO EM FEVEREIRO DE 2012. NÃO PAGINADO.

SUPERUBER. *PROJEÇÃO NA IGREJA SANTA RITA*. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://WWW.SUPERUBER.COM.BR/PROJETO/PROJECAO-NA-IGREJA-SANTA-RITA/](http://www.superuber.com.br/projeto/projecao-na-igreja-santa-rita/)> ACESSADO EM FEVEREIRO DE 2012. NÃO PAGINADO.

AUMONT, JACQUES. *A IMAGEM*. SÃO PAULO: PAPIRUS, 1993.

CALVINO, ITALO. *SEIS PROPOSTAS PARA O PRÓXIMO MILÊNIO*. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 1990.



# CIDADE AUMENTADA: O PATRIMÔNIO CULTURAL NO ESPAÇO E NO TEMPO POR MEIO DO DESIGN DIGITAL

AUGMENTED CITY: CULTURAL HERITAGE IN SPACE  
AND IN TIME THROUGH DIGITAL DESIGN

POLISE MOREIRA DE MARCHI  
DOUTORA EM ARQUITETURA E URBANISMO  
DOCTOR IN ARCHITECTURE AND URBANISM



**CENTRO carioca  
de DESIGN**



# CIDADE AUMENTADA: O PATRIMÔNIO CULTURAL NO ESPAÇO E NO TEMPO POR MEIO DO DESIGN DIGITAL<sup>1</sup>

## Design: Espaço e Tempo na Cidade

Uma das definições de design está no propósito de designar, de lançar à frente algo que antecipe uma resposta a necessidades presentes e futuras. Em grande parte, este entendimento passa pela visão progressista articulada e aproximada ao próprio desenvolvimento industrial tecnológico que afirmou definitivamente a permanência e destaque desta disciplina, tanto no ambiente da produção quanto do conhecimento.

Ao mesmo tempo, o design tem a capacidade de nos reportar a tempos passados como registro da existência humana em seu processo de desenvolvimento e resposta na construção do mundo. Essa dicotomia de espaço e tempo do design encontra na cidade seu grande repositório e ambiente de interação. E destarte, design e cidade se articulam em tensões geradoras de valores e significados capazes de compor o patrimônio de ambas as existências históricas em uma malha de cultura que extrapola delimitações físicas territoriais, estendendo-se no espaço e tempo de um urbano global.

Se, historicamente, a experiência do espaço urbano sofre as alterações operadas por extensões, expansões e simulações graças à incorporação do

desenvolvimento tecnológico à própria linguagem da cidade (DUARTE, DE MARCHI, 2006), por sua vez, o design por meio das interfaces tecnológicas se apresenta como possibilidade de reconhecimento, conhecimento e produção das relações espaciais reais e potenciais das cidades contemporâneas, quando manifesto por meio das tecnologias de comunicação e informação.

O design no campo do digital amplia a sua potencialidade de interação quando, por meios pervasivos e ubíquos, estende as camadas de informação do ambiente no qual se insere, não somente tendo em vista o hoje e o amanhã, mas também o ontem, o passado, uma vez que permite que este coexista como informação, concedendo à realidade uma ampliação de sua condição física em um híbrido informacional.

Deste modo, o design ao mesmo tempo em que pode ser considerado patrimônio em si mesmo, uma vez que é o registro da ação humana, ele também se torna um facilitador do patrimônio, quando este assume a dimensão urbana na materialidade presente ou não mais existente da cidade, ao manifestar a memória, seja ela em sua condição física ou virtual.

---

<sup>1</sup>Essa pesquisa vem sendo desenvolvida dentro do projeto “Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) Aplicadas ao Design: Interfaces [Corpo, Objeto, Ambiente, Cidade]” com o apoio do Centro Universitário SENAC-SP e do CNPq, por meio de bolsas PIBIT destinadas à equipe de bolsistas integrantes da equipe de projeto: Verônica Pontes, Enrique Trevelin e Lucas Falcão.

## Design digital e as Interfaces da Memória

Na cidade, trafegamos em meio a diversos sistemas de signos que se chocam, se misturam e se hibridizam, configurando novas linguagens e redesenhando antigos modos de representação.

As tecnologias de informação e comunicação constroem hipóteses e soluções por meio de uma rede estruturada no conhecimento e em visibilidades capazes de complementarem o existente. Ou seja, o processo cognitivo pelo qual a sociedade global vem passando redefine o conceito do existente, pois este deixa de ser algo localizado somente no espaço geográfico fixo para integrar dinâmicas virtuais onde as paisagens urbanas das cidades contemporâneas se tornam seu suporte. Neste sentido, a memória tem a possibilidade de coexistir entre passado e presente, uma vez que, como informação, se torna acessível como patrimônio da experiência da cidade, vivida ou aprendida.

Conforme aponta Rafael Cardoso:

A maioria das experiências que temos ao nosso dispor não é acessada a qualquer momento pelos sentidos, mas por meio da memória. A capacidade de lembrar o que já se viveu ou aprendeu e relacionar isso com a situação presente é o mais importante mecanismo de constituição e preservação da identidade de cada um. (CARDOSO, 2012, p. 73)

Neste sentido, a relação entre vivido, percebido e imaginado, dimensões do espaço para Henri Lefebvre (1994), respectivamente, dimensão das práticas sociais, da representação do espaço e do espaço da representação, resulta em uma matriz que tanto é

responsável pela produção do espaço, como também pelo tempo que se estende em um presente contínuo de atribuições de sentido e valores, que engendram a identidade de cada um e o patrimônio do coletivo.

As tecnologias de informação e comunicação, assim como as novas mídias, têm proporcionado não somente novas conceituações sobre o espaço urbano, mas novos modos de construção do sentido de cidade, uma vez que articulam configurações não somente referentes à geometria do espaço, mas diretamente às noções de lugar e território, entendendo estes como manifestações espaciais pela cultura e pela geopolítica, respectivamente.

As noções de presente e ausente, de continuidade física ou conexão espacial sem fronteiras têm sido incorporadas cada vez mais à prática e experiência do espaço urbano por meio do design digital a partir de interações possíveis através das interfaces promovidas por aparatos tecnológicos, principalmente aqueles relacionados às mídias locativas que permitem pela geolocalização anexar informações diretamente no espaço localizado e acessível por aplicativos que permitam a interação com o físico e virtual.

Os projetos em design digital permitem não somente acessar dados em tempo real, como também interagir com eles ao mesmo tempo, possibilitando ações por parte dos usuários, inclusive as de acrescentar novas camadas de informação, contribuindo assim para uma memória colaborativa e acessível a mais pessoas.

Assim sendo, o design de interfaces digitais tem promovido a cidade inteligente, por meio de um espaço que se manifesta não somente pelas formas materiais, mas pela interação possível entre camadas de informação.



## Cidade Aumentada e o Patrimônio Industrial em Design de Informação

Ao contrário da realidade virtual, que substitui a experiência do usuário com o mundo físico por uma camada sintética de gráficos e sons computadorizados, a “realidade aumentada” descreve sistemas que enriquecem o mundo físico com dados e informações, onde o usuário enxerga o mundo real e a camada informacional em sobreposição (FEINER; MACINTYRE; SELLMANN, 1993).

Estes dados podem ser informações sobre o ambiente, fotos, textos, ou ainda estruturas tridimensionais totalmente fictícias que, quando sobrepostas às imagens produzidas por uma câmera, criam uma nova camada - que é virtual em sua natureza, mas que, em conjunção com as imagens captadas da realidade, consegue expandi-la e aumentá-la.

A internet modificou drasticamente as possibilidades da comunicação no mundo, uma vez que se transformou em uma espécie de banco universal de dados pessoais, sociais e culturais atualizado em tempo real por seus próprios usuários. Por meio de dispositivos que se conectam à internet, é possível acessar repositórios informacionais e precisá-los em pontos geolocalizados, permitindo agregar o físico ao virtual, configurando uma realidade mista, aumentada potencialmente em si mesma.

O projeto “Cidade Aumentada” nasce da reflexão entre a cidade informacional potencial e a cidade existente, ambas em coexistência no estágio atual de São Paulo, seu referente.

A cidade de São Paulo é a materialização do crescimento desordenado e do desenvolvimento econômico herdado pela industrialização, acelerado

pelas novas demandas da era dos serviços e da informação. Do mesmo modo que o tempo urbano passou por profundas alterações de ritmo, a cada década tornando-se mais intenso, o espaço também refletiu este processo contínuo de reconfiguração urbana.

Como decorrência, a cultura urbana da cidade sofreu os impactos deste movimento contínuo de reconfiguração de seu patrimônio edificado, principalmente em se tratando de suas áreas industriais.

Mais do que relíquias isoladas do passado, as estruturas industriais guardam não somente um valor arquitetônico, mas o fato de serem patrimônio que registra a transformação de uma vila de taipa em uma cidade industrial, que no decorrer do século XX adquiriu as condições necessárias para se tornar uma metrópole global.

Remanescente deste período de transformação e consolidação de São Paulo como cidade industrial, as antigas estruturas industriais ainda hoje são marcos referenciais da história, da produção e da visualidade do urbano que se instalava na cidade. Elas geralmente configuram um espaço em espera, sem a função do passado e sem a promessa de um futuro que não seja o da demolição ou o da cristalização enquanto peças arquitetônicas isoladas e rugosas.

Para Milton Santos (1996), a “rugosidade” na paisagem não corresponde somente às questões físico-territoriais, mas às dimensões sociogeográficas.

O que na paisagem atual representa um tempo do passado nem sempre é visível como tempo, nem sempre é redutível aos sentidos, mas apenas ao conhecimento.

Chamemos de rugosidade ao que fica do passado como forma, espaço construído, paisagem, o que resta do processo de supressão, acumulação, superposição com que as coisas se substituem e se acumulam em todos os lugares. As rugosidades se apresentam como formas isoladas ou como arranjos. É dessa forma que elas são uma parte desse espaço-fator. (SANTOS, 1996, p. 113).

Assim, é possível inferir que a herança industrial no tecido das cidades gera “pregas”, “dobras” e “rugosidades” que, quando em atrito com a memória individual e coletiva, são capazes de gerar mais do que uma paisagem em ruína, mas uma ruína passível de ser transformada e explorada como paisagem. Nas rugosidades estão encravadas as memórias da cidade.

Para Rossi (1995, p.16), o fato urbano se originava de uma arquitetura, de uma forma em que não somente os valores permanentes corresponderiam a uma estética, a um estilo ou a uma matéria, mas também envolveriam valores espirituais. A teoria da persistência elaborada por Marcel Poète inspirou Rossi à associação dos fatos urbanos a um entendimento da cidade como “organismo urbano; [...] como um dado preciso, verificável na cidade existente. [...] é o conhecimento do passado que constitui o termo de comparação e medida para o futuro” (ROSSI, 1995, p. 37).

Deste modo, o pensamento histórico sobre a cidade demonstra que não somente as obras arquitetônicas, de engenharia ou paisagísticas constituem rugosidades, mas toda e qualquer experiência histórica que persista no espaço e no tempo, seja como memória ou como lembrança, justifica a sua permanência.

A dificuldade reside na constatação de que os espaços industriais surgiram por uma necessidade simplesmente técnica e estabeleceram uma simbiose com a cidade a partir de seu papel produtivo. Uma vez terminada esta relação, é necessário que seja reconhecido um novo status de sua existência.

Mais do que manter os registros do passado industrial, é necessário que estes sejam reconhecidos como integrantes da memória coletiva, não somente por atender a aspectos técnicos ou construtivos mercedores de arquivo, ou disporem de grande potencialidade turística. É claro que estes parâmetros são importantes para a valorização e manutenção de objetos históricos, mas é preciso mais do que um espaço guardado em um museu, ou um espaço industrial transformado em museu para que estes possam integrar a dinâmica e a vivência de uma memória coletiva de fato, pelos índices de sua história e não pelos símbolos que alguns resolvam instituir.

A partir desta motivação, configura-se o projeto de pesquisa “Cidade Aumentada”, que, por meio da realidade aumentada, tem em vista implantar formas de se utilizar o design digital e as tecnologias de informação e comunicação para ativar a memória de regiões urbanas paulistanas que se encontram em perigo de esquecimento.

Como primeiro objeto de estudo e de intervenção, foi escolhido o Moinho Matarazzo, primeiro moinho de farinha da cidade, datado de 1900. Situado no Pari, mais precisamente no triângulo formado pelas ruas do Bucolismo, Monsenhor Andrade e pela linha férrea, o Moinho Matarazzo é um referencial histórico importante da cidade industrial paulistana.

Assim, por meio de um projeto de investigação, levantamento e criação de um banco de dados sobre o Moinho ao longo da história, tem sido desenvolvido um aplicativo baseado em tecnologias de realidade aumentada, disponíveis como *open sources* para mídias locativas, sejam elas *smartphones* ou *tablets*, capaz de reconhecer no espaço as camadas informacionais presentes



Figura 1: Visualização do mapeamento do entorno com a indicação dos edifícios que apresentam camadas de informação virtuais. Fonte: Enrique Trevelin, Lucas Falcão, Verônica Pontes, 2012



Figura 2: Visualização histórica sobre o estágio atual do edifício do Moinho Matarazzo. Fonte: Enrique Trevelin, Lucas Falcão, Verônica Pontes, 2012

virtualmente e remotamente em um banco de dados acessível pela internet.

Segundo Lemos “Locativo é uma categoria gramatical que exprime lugar, como “em”, “ao lado de”, indicando a localização final ou o momento de uma ação. As mídias locativas são dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade”. (Lemos, 2007, p.1)

Assim sendo, as mídias locativas inauguram o acesso ao mapeamento informacional do espaço urbano através de infinitas categorias determinadas pelo seu usuário, gerando cartografias pessoais e coletivas, articuladas virtualmente com base no espaço físico das cidades (figura 1). Assim, é possível, a partir da localização, detectar se há objetos com camadas de informação em realidade aumentada. Pela localização, é possível detectar os objetos inteligentes e iniciar a interação com eles, de acordo com os dados de acesso disponíveis.

Por meio da realidade aumentada, é possível sobrepor imagens de vários tempos da existência do patrimônio em questão, permitindo o panorama histórico dos estágios da existência do objeto (figura 2).

Outro aspecto fundamental a ser destacado é a possibilidade de, pela sobreposição de imagens, reconstituir estágios arquitetônicos não mais existentes, tornando-se um repositório de registro do objeto em suas características primordiais *in loco*.

A possibilidade de inserção de informações históricas também nos permite acessar dados técnicos do local, como também associar vídeos, imagens, textos e sons que abordem a história sociocultural do patrimônio em questão, permitindo a rememoração do vivido, mesmo para aqueles

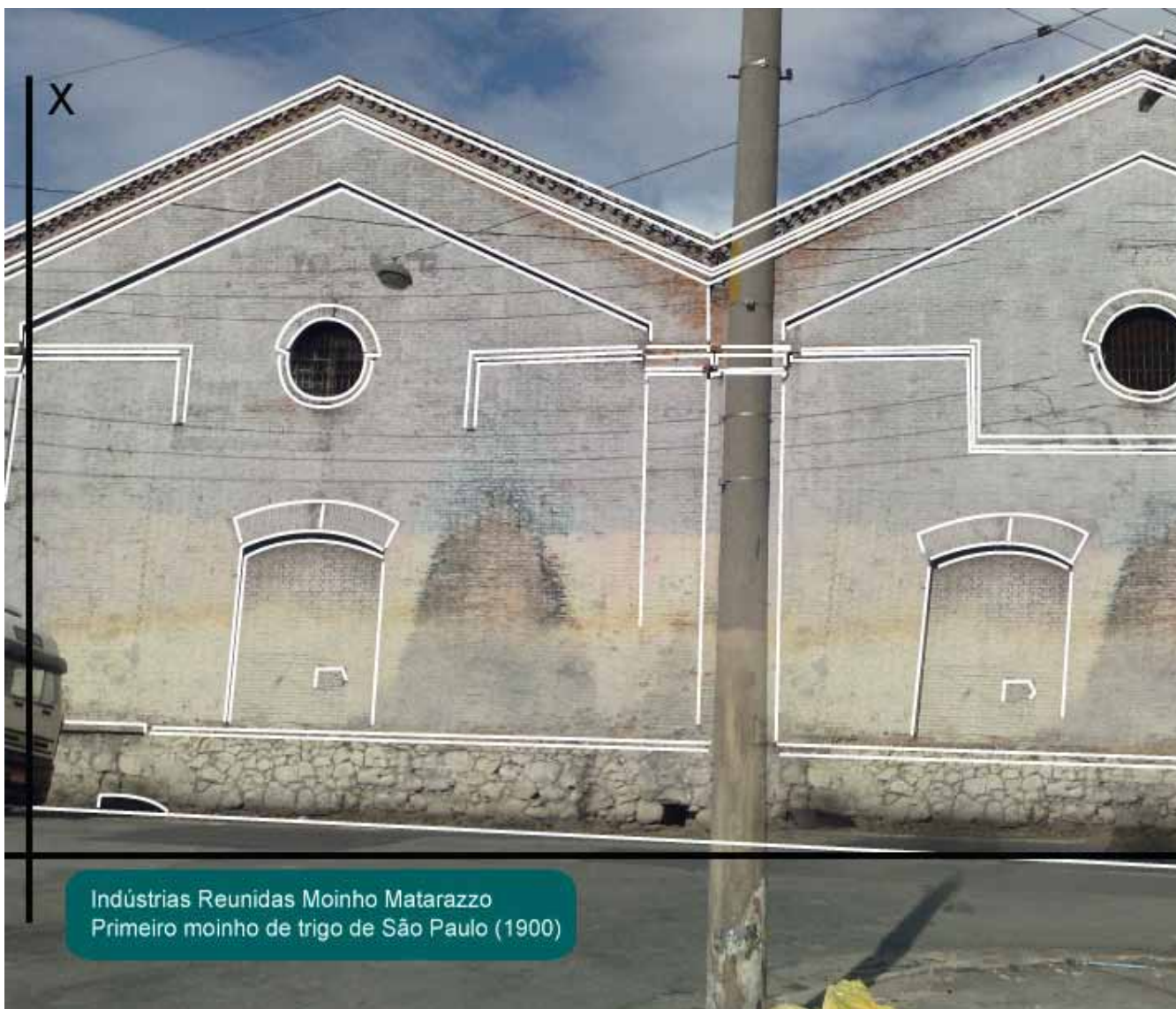


Figura 3: Reconstituição de aspectos arquitetônicos em relação ao atual estágio do edifício do Moinho Matarazzo. Enrique Trevelin, Lucas Falcão, Verônica Pontes, 2012



Figura 4: Apresentação de informações históricas em relação ao atual estágio do edifício do Moinho Matarazzo. Figura: Enrique Trevelin, Lucas Falcão, Verônica Pontes, 2012

que não o presenciaram, uma vez que é o acesso às informações o responsável por viabilizar a experiência virtual no ambiente real. (figura 3 e 4)

## Considerações Finais

A cidade concentra todas as metáforas da era digital: rede, interface, interação, território, representação e conexão. Entre cidade e experiência, a interface tecnológica se apresenta como uma possibilidade de (re)cognição, conhecimento e produção das relações espaciais reais ou potenciais.

Para Ferrara :

a percepção urbana é condição indispensável para que a cidade atue enquanto fonte de informação nova: outros hábitos, outra forma de viver, outra qualidade espacial. (FERRARA, 1988, p. 1)

Destarte, partindo dessas premissas e postulando que as interfaces contemporâneas se materializam no espaço urbano, seja esse real ou virtual, a pesquisa se dedica ao estudo da tecnologia de realidade aumentada aplicada à cidade com o objetivo de redesenhar a realidade por meio do design de camadas informacionais, acessadas por interfaces físicas que permitem ao indivíduo conhecer, reconhecer e interagir com as camadas de espaço e tempo da cidade.

Assim sendo, preservar a cidade hoje não deve significar o tombamento de imóveis ou conjuntos urbanos, mas a promoção de sua informação e possibilidade de interação, tendo em vista buscar a sua reabilitação no tempo e no espaço, para que seja constantemente atualizada a relação cultural estabelecida com a população na cidade existente.

# AUGMENTED CITY: CULTURAL HERITAGE IN SPACE AND IN TIME THROUGH DIGITAL DESIGN<sup>1</sup>

## Design: Space and Time in The City

One of the definitions of design is found in the purpose of designating, of forward launching something that anticipates an answer to present and future needs. For the most part, this understanding goes through the progressive view connected to the technological industrial development that has ultimately affirmed the permanence and the prominence of this discipline both in the production and knowledge fields.

At the same time, design has the ability to report us back to times past as a record of human existence in its process of development and response in the world's construction. The city is where this design's dichotomy of space and time finds its great repository and interactive environment. In this manner, design and city become interconnected through tensions that generate values and denotations capable of composing the heritage of the historical existence of both, in a cultural mesh that goes beyond territorial, physical delimitations, expanding towards the time and space of a global urbanization.

If historically, on the one hand, the experience of the urban space undergoes changes brought about by extensions, expansions, and simulations, thanks to the incorporation of technological development into the city's language (DUARTE,

DE MARCHI, 2006), on the other, technological interface design, when manifested through communication and information technologies, presents itself as an option for the recognition, knowledge, and production of the real and potential spatial relations in contemporary cities.

In the digital field, design widens its interactive potential when, through pervasive and ubiquitous means, it extends the information layers of the environment in which it is inserted, not having in view just today and tomorrow, but also yesterday, the past, since it allows the latter to coexist as information, broadening reality's physical condition in an informational hybrid.

Thus, while design itself may be considered heritage, since it is the record of human action, it also becomes a heritage facilitator when the latter takes on an urban dimension in the city's present or no longer existing materiality, as design manifests memory, be it in its physical or virtual condition.

## Digital Design and Memory Interfaces

In the city, we move through several sign systems that clash, intermix, and become hybridized, configuring new languages and redrawing ancient means of representation.

---

<sup>1</sup>This research has been developed within the project "Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) Aplicadas ao Design: Interfaces (Corpo, Objeto, Ambiente, Cidade)" [Information and Communication Technologies Applied to Design: Interfaces (Body, Object, Environment, City)], with the support of Centro Universitário SENAC-SP [SENAC-SP University Center] and CNPq (National Council for Scientific and Technological Development), through PIBIT grants given to recipients that are part of the project's team: Verônica Pontes, Enrique Trevelin, and Lucas Falcão.

Information and communication technologies build hypotheses and solutions through a network structured around knowledge and visibilities capable of supplementing the existent. That is, the cognitive process global society has been going through redefines the concept of the existent, since the latter is no longer limited to the fixed geographical space, but now integrates virtual dynamics that have the urban landscapes of contemporary cities for support. In this sense, memory is capable of coexisting between the past and the present, since as information it becomes accessible as heritage of the city's lived or learned experience.

As Rafael Cardoso points out:

Most of the experiences we have available to us are not accessed at any time through the senses, but through the memory. The ability to remember what one has already lived or learned and to relate this to the present situation is the most important mechanism in the constitution and preservation of an individual's identity (CARDOSO, 2012, p. 73).

In this sense, the relationship between what is lived, perceived, and imagined, which Henri Lefebvre (1994) calls space dimensions – respectively, the social practice, space representation, and representational space dimensions – results in a matrix responsible for both the production of space and the time that extends into a continuous present of attributions of sense and values that bring about individual identity and collective heritage.

Along with new media, information and communication technologies have enabled not only new conceptualizations about the urban space, but also new means of building the sense of city, since they articulate configurations that refer not only to the geometry of space, but also directly

to the notions of place and territory, understanding these as cultural and geopolitical spatial manifestations, respectively.

The notions of present and absent, of physical continuity or spatial connection without borders, have been progressively incorporated to the practice and experience of the urban space through digital design, by means of interactions that are made possible through interfaces promoted by technological apparatus, chiefly those related to locative media, which, through geo-localization, enables the addition of information directly in space, located and accessible through software applications that permit an interaction with both the physical and the virtual.

Digital design projects allow not only real time access to data, but also a simultaneous interaction with it, enabling users' actions that include the addition of new information layers, and thus contributing towards a collaborative memory that is accessible to more people.

Therefore, digital interface design has been responsible for promoting the intelligent city by means of a space that is manifested not only through material forms, but also by allowing the interaction between information layers.

## Augmented City and Industrial Heritage in Information Design

Unlike virtual reality, which replaces the user's experience with a physical world by a synthetic layer of computerized graphics and sounds, augmented reality describes systems that enrich the physical world with data and information, where the user sees the real world and the informational layer in juxtaposition (FEINER; MACINTYRE; SELLMANN, 1993).

This data may be information about the environment, pictures, texts, or even totally fictitious tridimensional structures that create a new layer when images produced by a camera are juxtaposed – a layer that is virtual in nature, but that, when combined with real images, is able to expand and enlarge them.

The Internet has drastically changed communication possibilities in the world, since it has become a sort of worldwide personal, social, and cultural data bank, updated in real time by its own users. Through devices connected to the Internet, we can access informational repositories and pinpoint them to geo-localized spots, making it possible to associate the physical and the virtual, configuring a mixed reality that is potentially augmented in itself.

The project *Cidade Aumentada* was born out of a reflection on the correlation between the potential informational city and the existing city, both presently coexisting in São Paulo, the project's reference point. The city of São Paulo is the materialization of chaotic growth and an economic development inherited from an industrialization process that has been accelerated by new demands of the service and information era. Just as urban time has gone through profound rhythmic changes, becoming more intense at each decade, space has also reflected this continuous process of urban reconfiguration.

As a result, the city's urban culture has been influenced by this continuous movement of reconfiguration of its constructed heritage, especially when it comes to its industrial areas.

More than isolated relics of the past, these industrial structures not only retain architectural value, but are also heritage, as they record the transformation of a mud village into

an industrial city, which along the 20th century has acquired the necessary conditions to become a global metropolis.

A remnant of this period characterized by the transformation and consolidation of São Paulo as an industrial city, the old industrial structures are landmarks of the history, production, and visuality of the urbanization that took place in the city during that time. These buildings usually configure a space in waiting, without the usefulness of the past or the promise of a future other than demolition or crystallization as isolated and rugose architectonic pieces.

To Milton Santos (1996), "rugosity" in the landscape relates not only to physical-territorial issues, but also to socio-geographical dimensions.

In the current landscape, that which represents a time in the past is not always visible as time, nor is it always reducible to the senses, only to knowledge. Let us call rugosity that which remains from the past as form, constructed space, or landscape, that which remains from the process of suppression, accumulation, and juxtaposition through which things are replaced and accumulated everywhere. Rugosities that present themselves as isolated forms or as complexes. This is how they become part of this space-factor. (SANTOS, 1996, p. 113).

Therefore, we can infer that the industrial inheritance in the fabric of the cities generates "pleats," "folds," and "rugosities" that, when in friction with the individual and collective memory, are capable of generating more than a landscape in ruins, but ruins that can be transformed and explored as landscape. The city's memories are imbedded in these rugosities.

To Rossi (1995, p. 16), the urban fact originated in an architecture, a form in which not only permanent values



would correspond to an aesthetics, a style, or a matter, but also spiritual values. The theory of persistence elaborated by Marcel Poète inspired Rossi to associate urban facts to an understanding of the city as an "urban organism; [...] as a fact that is precise, verifiable in the existing city. [...] the knowledge of the past that constitutes the term of comparison and measure for the future" (ROSSI, 1995, p. 37).

Therefore, the historical thought about the city demonstrates that rugosities are not limited to architectonic, engineering or landscape works, but that each and every historical experience that persists in space and in time, be it as memory or remembrance, justifies its permanence.

The difficulty resides in the verification that industrial spaces emerge due to a merely technical need, establishing a symbiosis with the city from the perspective of their productive role. Once this relationship ends, we need to acknowledge a new existence status.

More than simply maintaining a testimony of the industrial past, these records must be acknowledged as vital parts of the collective memory nor just because they fulfill technical or constructive aspects worthy of being archived or because of their great touristic potential. Of course, these parameters are important in terms of valuing and maintaining historical objects, but there needs to be more than a space kept in a museum or an industrial space transformed into a museum in order for these to integrate the dynamics and experience of an actual collective memory, through the indexes of their history, and not by symbols that some may decide to establish.

This has been the motivation for the development of the research project *Cidade Aumentada*, which, through

augmented reality, aims to implement ways of using digital design and information and communication technology to activate the memory of urban regions in the city of São Paulo that are in danger of being forgotten.

Moinho Matarazzo [Matarazzo Mill], the first flour mill in the city dating back to 1900, was chosen as the first object of study and intervention. Located in Pari, more specifically in the triangle formed by Bucolismo and Monsenhor Andrade streets and the train track, Moinho Matarazzo is an important historical landmark in the industrial city of São Paulo.

Therefore, through a project involving investigation, survey, and the creation of a data bank covering the history of the mill, we have developed a software application based on augmented reality technologies – available as open sources for locative media such as smartphones or tablets – that is capable of recognizing in space the informational layers that are virtually and remotely present in a data base accessible via Internet.

According to Lemos (2007, p.1), "A locative case is a grammatical category that expresses place, such as 'in' or 'next to,' indicating the final location or moment of an action. Locative media are digital informational devices whose information content is directly linked to a location." Therefore, locative media provides access to the informational mapping of the urban space through infinite categories determined by its user, generating personal and collective cartographies that are virtually connected on the basis of the cities' physical space.

Thus, through this localization, it is possible to detect the existence of objects having augmented reality information layers and intelligent objects as well as initiate an interaction with them according to the available access data.

Through augmented reality, it is possible to juxtapose

images of several moments in the existence of the heritage in question, enabling a historical panorama of the existence stages of the object.

Another crucial aspect worth highlighting is that, by juxtaposing images, it is possible to reconstitute architectonic stages that no longer exist, creating an in loco registration repository of the object that features its original characteristics.

The possibility of inserting historical information also allows us to access technical data about the place as well as associate videos, images, texts, and sounds that suggest the sociocultural history of the heritage in question, enabling the remembrance of what was once experienced even to those who were not present, since access to information is what enables a virtual experience in a real environment.

## Final Considerations

The city concentrates all the metaphors of the digital era: network, interface, interaction, territory, representation, and connection. Between city and experience, the technological interface presents itself as a possibility for the (re)cognition, knowledge, and production of real or potential spatial relations.

To Ferrara (1988, p. 1), "The urban perception is a vital condition for the city to function as a new source of information: new habits, new ways of living, new spatial quality."

Therefore, having these premises as a starting point and postulating that contemporary interfaces are materialized in the cities' urban space, be they real or virtual, this research is dedicated to the study of augmented reality technology applied to the city with the purpose of redrawing reality through

the design of informational layers accessed through physical interfaces that allow the individual to know, recognize, and interact with the city's layers of space and time.

In conclusion, preserving the city today does not necessarily mean putting buildings or urban complexes under governmental trust, but promoting their information and interactional potential with the purpose of seeking their rehabilitation in time and in space in order that the cultural relation established with the existing city's population may be constantly updated.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

CARDOSO, RAFAEL. *DESIGN PARA UM MUNDO COMPLEXO*. SÃO PAULO: COSAC NAIFY, 2012.

FEINER, STEVEN; MACINTYRE, BLAIR; SELIGMANN, DORÉE. *KNOWLEDGE-BASED AUGMENTED REALITY*. NEW YORK, NY: ACM, 1993.

FERRARA, LUCRÉCIA D'ALESSIO. *VER A CIDADE*. SÃO PAULO:NOBEL, 1988.

LEFVBRE, HENRI. *THE PRODUCTION OF SPACE*. OXFORD, UK: BLACKWELL, 1994.

LEMOS; ANDRÉ...*MÍDIA LOCATIVA E TERRITÓRIOS INFORMACIONAIS*. DISPONÍVEL EM: [HTTP://WWW.FACOM.UFBA.BR/CIBERPESQUISA/ANDRELEMO/MIDIA\\_LOCATIVA.PDF](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf). ACESSADO: 07 DE ABRIL, 2012.

ROSSI, ALDO. *LA ARQUITECTURA DE LA CIUDAD*. BARCELONA:GUSTAVO GILLI, 1995.

SANTOS, MILTON. *A NATUREZA DO ESPAÇO*. SÃO PAULO: HUCITEC, 1996.



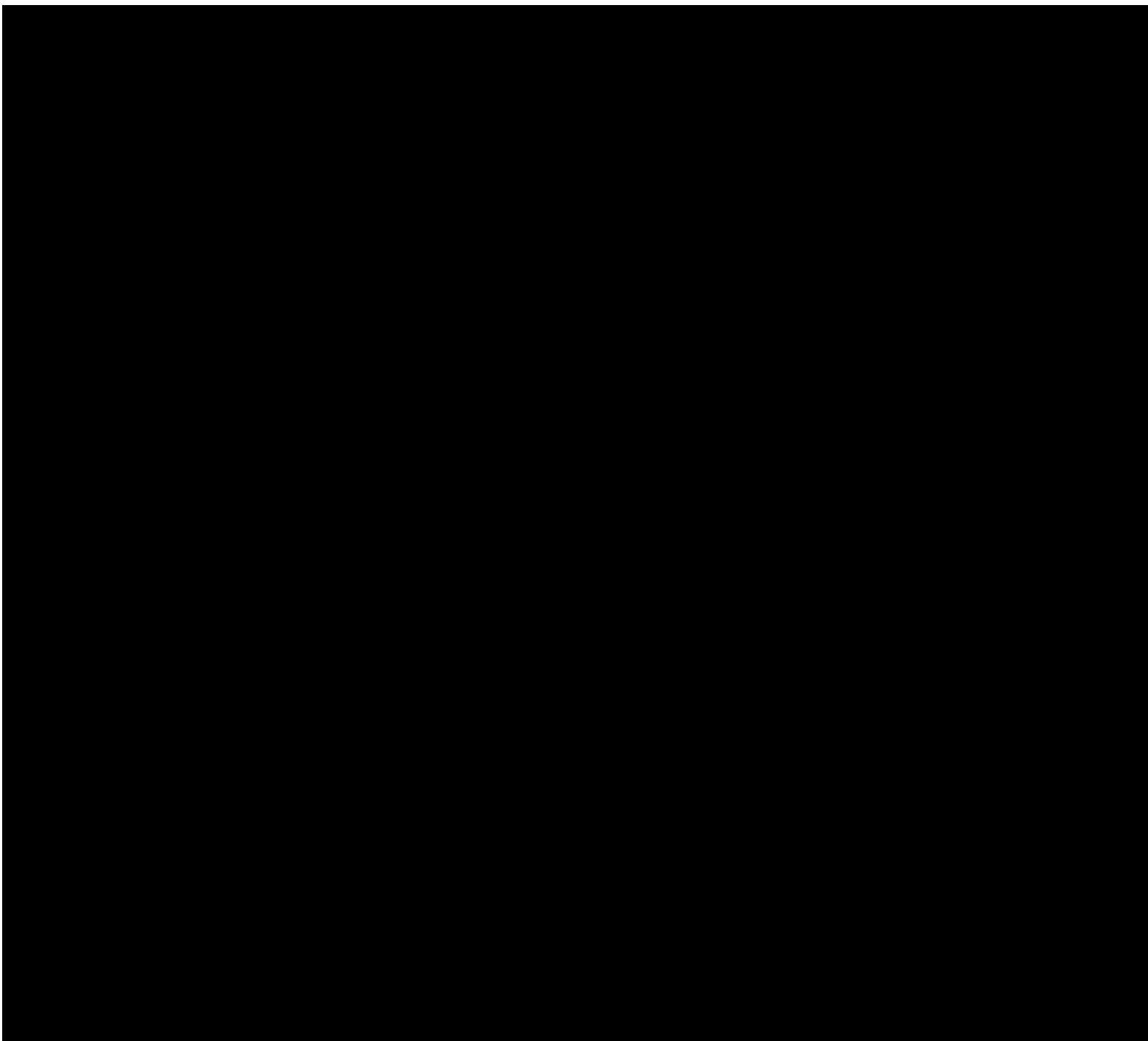
DESIGN

e/é Cidade

DESIGN AND/IS CITY



CENTRO carioca  
DE DESIGN



# CIDADE VISTOSA É CIDADE VESTIDA

A STYLISH CITY IS A DRESSED CITY

**RAFAEL CARDOSO**

ESCRITOR E HISTORIADOR DA ARTE;

PHD PELO COURTAULD INSTITUTE OF ART/UNIVERSITY OF LONDON;

PROFESSOR DA ESCOLA SUPERIOR DE DESENHO INDUSTRIAL (ESDI/UERJ)

WRITER AND ART HISTORIAN; PHD BY COURTAULD INSTITUTE OF ART/UNIVERSITY OF LONDON;

PROFESSOR AT ESCOLA SUPERIOR DE DESENHO INDUSTRIAL [DESIGN SCHOOL - ESDI/UERJ]



**CENTRO carioca  
DE DESIGN**





## CIDADE VISTOSA É CIDADE VESTIDA <sup>1</sup>

Rafael Cardoso<sup>2</sup>

Quando eu era moleque, lá pelos nove, dez anos, perguntava para minha mãe: “Mãe, eu sou bonito?” A resposta dela estava sempre pronta, na ponta da língua: “Homem não tem que ser bonito, tem que ser limpo e arrumado.” Aquilo me deixava contrariado. Limpo e arrumado? Ora bolas, eu queria é ser bonito! Limpo e arrumado era ambição digna para as crianças mais feinhas da turma: aquela dentuça enjoada da primeira fileira, o cara de fuinha com cabelo oleoso, o gordão malvado que comia minhoca. Não para mim! Àquela época, eu ainda nutria certas esperanças.

De modo geral, limpeza é boa coisa. Quem não gosta de um bebê limpinho, perfumado, de chuquinha no cabelo e cheirando a alfazema? Mas, nem sempre é o caso. Limpeza é, muitas vezes, um conceito superestimado. Vejam só a tal da limpeza étnica, no que deu. Ultimamente, entrou para a moda falar em “cidade limpa”. Sou a favor. Moro no Rio de Janeiro, que é uma cidade porca – conforme acusou seu próprio prefeito, não faz muito tempo – onde as pessoas jogam lixo nas calçadas e fazem xixi nas ruas, mesmo sabendo que é uma baita falta de educação. Haja companhia de limpeza urbana para ficar catando a sujeira de gente que não está nem aí para nada, nem para seus vizinhos e muito menos para o meio ambiente! Porém, temos que tomar

cuidado para não jogar fora o bebê com a água de banho... até porque a chuquinha e a alfazema vão junto.

Nem tudo que os proponentes de “cidade limpa” chamam de sujeira é sujeira. Vejam o caso da pichação. Tem pichação que não acrescenta nada à paisagem. Existem outras que não, que alegam e encantam e fazem pensar. Para distinguir umas das outras, o pessoal mais arrumadinho passou até a chamar as boas de *graffiti*. Mas, quem é que decide qual é qual? Na verdade, pichação é tudo uma coisa só. Muitos grafiteiros conceituados, que hoje expõem em galerias de arte, começaram a vida como humildes pichadores, “emporcalhando” paredes com seus garranchos incompreensíveis. Quer dizer, incompreensíveis para quem não é do ramo, visto que se trata justamente de uma conversa cifrada. Pichação costuma ser uma atividade de gente que se conhece entre si e se sente marginal ao mundo das pessoas que lêem textos como este – tipicamente, jovens de periferias urbanas. Você acha feios aqueles sinais nas fachadas dos edifícios? A ideia é essa, meu caro leitor! Querer barrar a expressão visual dos outros porque achamos feia e suja é equivalente a querer proibir funk ou rap ou axé ou sertanejo porque eu e você achamos esses estilos pobres e repetitivos.

<sup>1</sup>Este texto foi publicado originalmente na revista *Eita!*, ano 3, n.5 (dezembro de 2010), pp.60-65

<sup>2</sup>Escritor e historiador da arte; PhD pelo Courtauld Institute of Art/University of London; professor da Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi/Uerj). Rafael Cardoso contribuiu para a presente publicação a convite do Centro Carioca de Design.

Para quem quiser um exemplo menos polêmico, tem o caso das propagandas em outdoor. Existem peças publicitárias de todos os níveis, desde as mais toscas e imbecis até umas que são primorosas. Tem campanha que cria polêmica, lança moda e marca época. Ninguém ignora o quanto a publicidade se tornou matéria-prima do discurso cultural no Brasil, e o outdoor é uma mídia prezada pelos publicitários. Sem dúvida, há excessos. Dizem os especialistas que os outdoors mal colocados podem até causar perigo para motoristas. Não sou maluco de brigar com especialista, mas será que a solução para melhorar esse problema passa por proibir o outdoor? Será que não existe um critério técnico que permita coibir os abusos sem se privar de algo proveitoso quando bem utilizado? Afinal, no que tange ao perigo para os motoristas, creio que seja bem mais perigoso falar ao celular e dirigir ao mesmo tempo. Nem por isso, cogita-se proibir o celular.

O xis da questão é um conceito bastante duvidoso chamado “poluição visual”. Todos já ouviram falar no termo. Muitos o empregam com naturalidade, impensadamente. Ainda não encontrei ninguém capaz de defini-lo de modo convincente, muito menos de comprovar sua existência. Poluição é aquilo que fere ou agride o meio ambiente: resíduos químicos, dejetos tóxicos. Por analogia, poluição sonora é aquilo que fere os ouvidos: barulhos e ruídos de intensidade tamanha que prejudicam a audição. Os efeitos nocivos da poluição sonora podem ser demonstrados por uma simples audiometria. “Poluição visual” é o quê, exatamente? Existe algum caso nos anais da medicina de pessoa que ficou

cega ou apoplética de tanto ver imagens? Se for este o caso, crítico de cinema precisa ganhar um adicional por insalubridade! Se não é a saúde que está sendo prejudicada, é o quê? Por dedução, só pode ser o senso estético de quem reclama. Ah, então está explicado! “Poluição visual” é aquilo que alguém, entendido em estética, acha feio. Mas, peraí! Será que existe algum consenso entre os especialistas sobre o que é bonito ou feio? Que eu saiba, nenhum! Ao contrário, a filosofia da arte discute o assunto há duzentos anos, sem chegar a uma conclusão. Sendo assim, a opinião de cada um a esse respeito, por mais que possa soar erudita, não passa disto: uma opinião entre outras.

Para quem ainda não se convenceu, há um exemplo incontrovertível do valor da comunicação visual supostamente poluidora: os letreiros e placas de estabelecimentos comerciais. Caso se aprovasse hoje, no Rio de Janeiro, uma legislação parecida com aquela que foi aplicada em São Paulo alguns anos atrás, perderíamos da noite para o dia uma rica profusão de sinalização informal que inclui preciosidades de época, muitas cultuadas por designers e historiadores. Um dos meus letreiros prediletos é o da “Musculação Atlas”, no bairro de Copacabana, que ostenta um boneco pintado com rosto de adolescente espinhento dos anos 1960 e um braço musculoso em neon verde, cujas flexões de bíceps em três tempos já foram fonte inesgotável de fascínio para mim. Alguns técnicos, de mente estreita, avaliariam tais manifestações da memória gráfica como “sujeira”. Para quem tem horizontes um pouco mais amplos, isto também se chama patrimônio histórico. Ninguém menos do que João

do Rio dedicou uma crônica famosa às tabuletas de lojas, em *A Alma Encantadora das Ruas*, descrevendo-as como “brasões da democracia, escudos bizarros da cidade”. Se o grande escritor já era capaz de enxergar o valor cultural desses artefatos em 1908, por que há ainda quem insista em desprezar essa forma de expressão, tachando-a de poluição?

Não é de hoje o conflito entre quem busca ordenar o espaço urbano e quem busca dar vida e vibração a ele. Os códigos e posturas municipais são necessários, mas costumam conter muito resquício de ideias ultrapassadas. Inclusive, preconceitos estéticos hoje inadmissíveis no mundo das artes, as quais desistiram de ser “belas-artes” há muito tempo. Um bom exemplo é o cartaz lambe-lambe, humilde e heroico representante da resistência de uma tradição tipográfica que data, entre nós, de quase dois séculos. É inacreditável que a prática de colar lambe-lambe seja proibida em muitas cidades brasileiras. Em meados do século XIX, o profissional que colava esses cartazes era chamado de “casa-linda”, singelo apelido que parece misturar uma admiração sincera pelo ofício do sujeito com uma boa dose da mais fina malícia carioca. Com o devido progresso dos séculos, conseguimos reduzir essa figura simpática – o casa-linda, ou embelezador de ruas – a um mero “emporcalhador”, praticamente um fora-da-lei.

Está mais do que na hora de resolver esse conflito hipócrita entre o que permitimos e o que gostamos. Se o negócio existe há séculos, gera demanda e não faz mal a ninguém, por que proibir? Hoje em dia, o lambe-lambe é uma prática ameaçada de extinção, que sobrevive apenas pela teimosia de

quem faz e pelo gosto evidente com que o público o acolhe. Esse objeto maltratado, perseguido, faz parte de nossa cultura. É coisa nossa – “a pintura das ruas”, aproveitando outro dizer de João do Rio – que conta a história da nossa vida como ela é, mas talvez não como alguns gostassem que fosse. Como se vê, uma praga a ser combatida. Do mesmo modo que já foram perseguidas, neste admirável país de contradições, outras manifestações da cultura popular como capoeira, samba e candomblé. Hoje, o acarajé é reconhecido como patrimônio histórico imaterial; mas o lambe-lambe continua a ser caso de polícia, passível de multa para quem faz e quem manda pregar.

Precisamos romper com a concepção da vida das ruas e do crescimento da cidade como algo a ser combatido, contido e controlado, como se fosse um câncer a atacar um corpo saudável. Ordenamento urbano, sim, claro! Porém, que se leve em consideração que as cidades são organismos em constante transformação. Não existe uma configuração estável, ideal, permanente, um momento quando se para e decreta: está pronta. Quando uma cidade atinge um grau de perfeição, segundo determinada visão estética, e para de mudar, é porque ela está morta. Vejam Paris, uma cidade que todos acham linda (eu, inclusive), mas que se transformou num grande museu ao ar livre em algumas de suas partes mais turísticas. É uma cidade pensada para ser admirada bovinamente por muitos, aproveitada plenamente por poucos e excludente para quem não pode pagar o preço do ingresso. Será que é este o objetivo que queremos alcançar?

Nossas cidades são grandes textos para

serem lidos, escritos por muitas mãos e reescritos diariamente por quem vive nelas. O maior crime que cometemos contra elas é o de destruir seu tecido urbano por motivos torpes como nossa infundável ganância especulativa. O segundo maior crime que cometemos contra elas é o de mumificar seu tecido urbano por motivos fúteis como nossas pequenas picuinhas estéticas. O gosto e a moda são notoriamente instáveis; e o que hoje é considerado uma linda ideia, amanhã pode ser motivo de constrangimento e desprezo. Vejam os muitos viadutos construídos a altíssimo custo nas décadas de 1960 e 1970, inaugurados com alarde por prefeitos e governadores, e que hoje se sonha em derrubar. Por outro lado, aquilo que é considerado feio, inútil ou poluidor das delicadas sensibilidades estéticas, pode vir a ser percebido de outro modo. Nunca é demais lembrar que algumas opiniões abalizadas pediram que a Torre Eiffel fosse desmontada após a Exposição Universal de 1889 porque, segundo os padrões conservadores de sua época, ela enfeava a paisagem. Ou, para citar um exemplo mais próximo, que foi arrasado em pleno século XX o Morro do Castelo, berço e núcleo fundador da cidade do Rio de Janeiro, por ser considerado velho e insalubre. Esta vergonhosa destruição, crime contra o patrimônio histórico inédito no resto do mundo, o Rio carregará como culpa para todo o sempre.

Da próxima vez que você se deparar com políticos querendo se eleger em cima da ideia de “cidade limpa”, pare e pense sobre o que isto quer dizer, realmente. Pense um pouco naquilo que se foi para sempre, e naquilo que seria bom a gente preservar. Pare e pense no tipo de cidade em que

a gente quer viver. Ordem e limpeza são coisas ótimas, mas estão longe de serem os valores mais elevados da humanidade. Muito do que eu e você consideramos arte já foi tachado de sujeira, decadência e imoralidade por autoridades e poderes passados. Se dependesse da opinião estética de muita gente considerada esclarecida em outras épocas, nossa herança cultural seria bem menos diversa e plural. Pense nos escritos do Profeta Gentileza, maluco que “emporcalhava” os lindos viadutos dos generais com crípticos dizeres pintados, e que hoje é objeto de documentação e resgate, graças à visão de pesquisadores, cineastas e instituições que reconheceram o valor cultural de seu trabalho. Quando as cidades estiverem totalmente livres dessas sujeiras e inutilidades, haverá quem sinta a sua falta. Conto-me entre esses. Vai ver, ainda tenho aspirações secretas a ser bonito e a viver numa cidade vistosa. Deixa essa coisa de “limpa e arrumada” para as mais feinhas.

## A STYLISH CITY IS A DRESSED CITY <sup>1</sup>

Rafael Cardoso<sup>2</sup>

When I was a little boy, probably around 9 years of age, I used to ask my mother, “Mom, am I handsome?” She always had the answer on the tip of her tongue: “Men do not have to be handsome, they have to be clean and tidy.” That used to always upset me. Clean and tidy? Heck, I wanted to be handsome! To be clean and tidy was a worthy ambition for the ugliest kids in the class: that toothy, annoying girl on the first row, the weasel-faced boy with oily hair, the mean tub of lard that ate worms. Not for me! At that time, I still had some hope.

Generally speaking, cleanliness is a good thing. Who doesn't like a clean, perfumed baby, with a pony tail, and smelling like lavender? But that's not always the case. A lot of times, cleanliness is an overestimated concept. Look how the so-called ethical cleansing ended up. Lately, talking about a “clean city” has become trendy. I'm all for it. I live in Rio de Janeiro, which is a filthy city – a charge made by the mayor himself not too long ago –, where people throw trash on the sidewalks and urinate in the streets, even knowing that this is a major lack of manners. The garbage company simply does not have enough manpower to pick up all the junk thrown out by people who do not care one bit about anything, not for their neighbors, let alone for the environment! Nevertheless, we have to be careful not to throw the baby out with the bathwater... as we could also be getting rid of the pony tail and the lavender in the process.

Not everything the proponents of a “clean city” call trash is trash. Take pichação, for instance. Some of it does not enrich the landscape in the least. But others gladden, captivate, and make us think. In order to distinguish the first group from the second, the clean people even began to call the good ones graffiti. But who decides which one is which? In fact, pichação is all under the same category. Many famed graffitiists, who today exhibit their works in art galleries, started out as humble pichadores, dirtying walls with their illegible writings. That is, illegible for those who are not insiders, seeing it is a ciphered conversation. Pichação is an activity that is usually engaged by people who know each other and who feel left out of the world of those who read their texts – typically, youths from the urban peripheries. Do you find those signs on the building façades are ugly? That's the idea, my dear reader! Wanting to bar the visual expression of others because we consider it ugly and dirty is the equivalent of wanting to forbid funk Carioca or rap or axé music or sertanejo because you and I find these styles poor and repetitive.

For those who want a less polemic example, there's the case of billboard advertising. There are publicity pieces of all levels, from the most rudimentary and idiotic to magnificent ones. Some advertising campaigns stir up controversies, set trends, and mark times. No one ignores how publicity has become the raw material of the cultural discourse in Brazil,

<sup>1</sup>This text was originally published in the magazine Eita! [Oh My!], year 3, No. 5 (December 2010), p. 60-65.

<sup>2</sup>Rafael Cardoso is a writer and art historian; PhD by Courtauld Institute of Art/University of London; professor at the Escola Superior de Desenho Industrial [Design School - ESDI/UERJ]. He was invited by the Centro Carioca de Design to contribute to the present publication.

and the billboard is an esteemed medium among advertising professionals. No doubt, there are excesses. Specialists say that poorly positioned billboards can represent a danger to drivers. I am not crazy to challenge a specialist, but would forbidding billboards be a reasonable solution to this problem? Isn't there a technical scenario that would allow us to restrain abuses without depriving us of something that can be profitable when used well? After all, regarding their danger to drivers, I think speaking on the cell phone and driving at the same time is actually more dangerous. But nobody talks about forbidding cell phones because of that.

The heart of the matter is a very dubious concept called "visual pollution." Everyone has already heard that term. Many employ it very naturally, without thinking. I have yet to find someone able to define it in a convincing way, let alone prove its existence. Pollution is that which hurts or assaults the environment: chemical residues, toxic waste. By analogy, noise pollution is that which hurts the ears: noises of such intensity that they damage hearing. The harmful effects of noise pollution can be demonstrated by a simple audiometry. What exactly is "visual pollution?" Is there any case in the medical literature of anyone ever becoming blind or apoplectic from gazing upon too many images? If this is the case, movie critics must receive a payment adjustment for (notably) unhealthful conditions! If it is not the health that is being damaged, then what is? By implication, it can only be the aesthetic sense of those who complain. Oh, so, now we got it! "Visual pollution" is that which someone who is an expert in aesthetics thinks is ugly. But what a minute! Is there really any consensus among specialists as to what is beautiful and what is ugly? Not that I know! On the contrary, art philosophy has been debating the subject for

200 years without arriving at any conclusion. Therefore, each person's opinion about this, however knowledgeable it might sound, is nothing but that: an opinion like any other.

For those who are not convinced, there is an incontrovertible example of the value of supposedly polluting visual communication: placards and signs at commercial establishments. If a legislation similar to that which was enforced in São Paulo a few years ago were to be approved in Rio de Janeiro today, we would lose a rich plethora of informal signs that include vintage ones revered by designers and historians. One of my favorite signs is the one displayed at a gym called *Musculação Atlas* [Atlas Weight Lifting], in Copacabana, consisting of a painted figure from the 1960s with a teenage acne-ridden face and a burly arm in green neon lights, whose biceps curls in three stages was once an inexhaustible source of fascination to me. Some narrow-minded technicians view these manifestations of the graphic memory as "dirt." For those with wider horizons, this is also called historical heritage. None other than João do Rio dedicated a famous short story to commercial signboards in *A alma encantadora das ruas* [The fascinating soul of the streets], describing them as "democracy's coats of arms, the city's bizarre shields." If the great writer was already able to see the cultural value of these artifacts in 1908, why are there still those who insist in despising this means of expression, branding it pollution?

The conflict between those who seek to order the urban space and those who would fill it with life and vibration is not new. Municipal codes and postures are necessary, but they are usually permeated with outdated ideas. Including aesthetical prejudices that are unacceptable in the world of arts today, which gave up being "fine arts" a long time ago. A good

example is the street poster, a humble and heroic symbol of the resistance of a typographic tradition that dates to almost two centuries ago. It is unbelievable that the practice of gluing street posters is forbidden in many Brazilian cities. In the mid-19th century, the professionals who glued these posters used to be called *casa-linda* [beautiful house], an unassuming nickname that seems to mix a measure of sincere admiration for the fella's work with a good dose of the finest Carioca sarcasm. With the due progress achieved through the centuries, we have managed to reduce this friendly figure – the *casa-linda*, the beautifier of streets – to a mere polluter, practically an outlaw.

It is high time we solve this hypocritical conflict between what we allow and what we like. If the thing has existed for centuries, generates demand and does not harm anybody, why forbid it? Nowadays, the street poster is a practice threatened by extinction, which survives only because of the stubbornness of those who use it and the evident delight with which the public welcomes it. This mistreated, persecuted object is part of our culture. It is our thing – “the painting in the streets,” to use another one of João do Rio's expressions –, something that tells the story of our life as it is, but maybe not as some would like it to be. As you see, a pest to be fought. The same way other manifestations of our popular culture such as capoeira, samba, and Candomblé have been persecuted. Today, the *acarajé* is recognized as an immaterial historical heritage; but the street poster remains a case for the police, punishable by a fine for those who make them and those who have them glued.

We need to break away from the conception of street life and city growth as something to be fought, contained and controlled, as if it were a cancer attacking a healthy body. Urban budget, of course! But we must take into consideration the fact

that cities are organisms under constant transformation. There is no such a thing as a stable, ideal, permanent configuration, a moment when we stop and decree: it is ready. Whenever a city attains a degree of perfection, according to a certain aesthetical view, and stops changing, it is because it is dead. Take Paris, a city that everyone finds stunning (including me), but where some of its more touristic areas have been transformed into a big outdoor museum. It is a city designed to be calmly admired by many, fully enjoyed by just a few, and excluding of those who cannot afford the ticket. Is this our goal?

Our cities are great texts to be read and written by many hands, and daily rewritten by those who live in them. The greatest crime we can commit against them is destroying their urban fabric for vile reasons such as our unending speculative greed. The second greatest crime we can commit against them is mummifying their urban fabric for futile reasons such as our little aesthetical quibbles. Taste and fashion are notably unstable; that which today is considered a beautiful idea may be an object of embarrassment and disdain tomorrow. Take the many ultra-expensive bridges built in the 1960s and 1970s, inaugurated with great fanfare by mayors and governors, which today we dream of demolishing. On the other hand, that which is considered ugly, useless or a polluter of the delicate aesthetical sensibilities may come to be perceived differently. We would do well to always remember that many respectable opinions asked that the Eiffel Tower be dismantled after the World Fair in 1889 because, according to the conservative standards of the time, it tarnished the landscape. Or, to cite a closer example, the Morro do Castelo, cradle and founding nucleus of the city of Rio de Janeiro, which was razed in the 20th century for being old and unsanitary. Rio will forever carry the guilt of this shameful

destruction, an unprecedented crime against the historical heritage never matched anywhere in the world.

Next time you see politicians wanting to be elected on a "clean city" platform, stop and really think about what this means. Think for a while about that which has always been, and about that which we would do well to preserve. Stop and think about the kind of city we want to live in. Order and cleanliness are excellent, but they are far from being the most noble of human values. A lot of what you and I consider art has been branded filth, decadence, and immorality by past authorities and powers. If it depended on the aesthetical opinion of many

of those considered enlightened in other times, our cultural heritage would be a lot less diverse and plural. Think about the writings of Profeta Gentileza [Gentleness Prophet], a crazy man who tarnished the generals' beautiful bridges with painted cryptical sayings, and who today is the object of documentation and redemption, thanks to the vision of researchers, movie makers, and institutions that recognized the cultural value of his work. When the cities are totally free from these blemishes and inutilities, some people will miss them. I count myself among them. Maybe I still secretly aspire to be handsome and to live in a stylish city. Leave this "clean and tidy" stuff for the uglier ones.







# PÃO DE AÇÚCAR E CALÇADÃO DE COPACABANA: A PATRIMONIALIZAÇÃO DA PAISAGEM CARIOCA EM MARCAS E SUVENIRES

THE SUGARLOAF AND COPACABANA PROMENADE: THE PATRIMONIALIZATION OF  
CARIOCA LANDSCAPE THROUGH LOGOS AND SOUVENIRS

ISABELLA PERROTTA

DESIGNER / MESTRE EM DESIGN / DOUTOR EM HISTÓRIA  
DESIGNER/ MASTER OF DESIGN/ DOCTOR OF HISTORY



**CENTRO CARIOCA  
DE DESIGN**



## PÃO DE AÇÚCAR E CALÇADÃO DE COPACABANA: A PATRIMONIALIZAÇÃO DA PAISAGEM CARIOCA EM MARCAS E SUVENIRES.

Dona de uma natureza bastante extravagante aos olhos europeus, a cidade do Rio de Janeiro foi, desde seus primórdios, alvo de um enorme repertório de representações visuais. A começar pela cartografia do século XVI, que já detalhava os seus contornos físicos diferenciados, em especial o morro do Pão de Açúcar, com o objetivo de fornecer pontos de referência geográficos para os navegantes. Seguida pela grande produção iconográfica do século XIX que – apesar de sua grande diversidade de autores, objetivos (científicos, artísticos ou leigos), técnicas e aspectos tomados da cidade – é hoje genericamente conhecida como “iconografia dos viajantes”.

Por ser este um trabalho resumido, importamos o resultado conjunto desta produção, e não os seus aspectos particularizados; desta forma, é genericamente que a mesma aqui será tratada.

Avalia-se esta produção como sendo o maior conjunto de representação iconográfica de uma cidade do século XIX, o que colaborou intimamente com o desenvolvimento da ideia de pertencimento que o carioca tem para com a sua paisagem e o seu processo de patrimonialização. Além disso, conferiu ao Rio de Janeiro uma identidade visual que rodou o mundo.

Nos relatos de alguns viajantes, é possível perceber que eles reconhecem aspectos da cidade de que já conheciam a existência. Como no da francesa Adèle Toussaint-Samson, dois dias antes de aportar pela primeira vez no Rio de Janeiro, em 1850:

Enfim, eis o Brasil, que surge com suas matas de bananeiras e de palmeiras. Começa-se a distinguir a cadeia de montanhas chamada Gigante que de fato representa bastante bem um homem de estatura colossal estendido em todo seu comprimento, e cujo perfil assemelha-se ao de Luís XVI. A que se chama Pão de Açúcar é a montanha que forma o pé do Gigante. Ela guarda a entrada da baía do Rio de Janeiro. (Toussaint-Samsson, 2003 [1883:71]. (Figura 1)



Figura 1: O Gigante de Pedra, mencionado por Adèle Toussaint-Samson. Reprodução: Martins, 2001.

A paisagem peculiar, especialmente o contorno de suas montanhas, distinguiu esta cidade de qualquer outra, mas foi a sua extensa representação, reproduzida em grande escala – por meio de estampas avulsas, álbuns de gravuras, livros e fotografias, além de mostras internacionais – que incrementou o processo de construção de uma identidade própria.

Süssekind (2006), ao tratar do processo de constituição do narrador de ficção na prosa brasileira – entre 1830 e 1840 –, sugere que este narrador aprendeu com os paisagistas viajantes a se colocar com um “olhar de fora”, passando a sensação de não estar participando da cena. Ou seja: o viajante não só materializava o Brasil (neste caso, a paisagem do Rio), como ensinava o nativo a figurá-lo e a descrevê-lo.

Por ser inicialmente estrangeira, a iconografia

do Rio de Janeiro diz respeito a escolhas, eleições e recortes do olhar baseados em conceitos prévios; e não, necessariamente, a uma representação naturalizada pelo habitante local. Desta forma, foi o olhar estrangeiro que construiu o olhar brasileiro sobre a sua própria natureza e o seu patrimônio. Mas o repertório de imagens previamente eleito pelo olhar estrangeiro recebeu claramente o referendo local, sendo incorporado à cultura carioca e perpetuado por gerações.

No processo de construção de uma identidade nacional, à paisagem e à sua representação, somaram-se, evidentemente, diversas manifestações culturais da mistura de raças que se deu no Brasil. Ao longo do século XX, a cidade do Rio de Janeiro teria sua identidade vinculada à praia (como local de entretenimento e convívio social), ao carnaval e ao futebol, principalmente; mas sua paisagem continuaria a ser regularmente citada por estrangeiros (mesmo os que nela nunca estiveram) como um marco identitário.

À medida que adquiria o sentimento de pertencimento sobre a sua paisagem, o carioca passou a fazer uso de seus ícones no desenvolvimento de marcas de serviços e produtos, peças publicitárias e suvenires.

No século XIX, estiveram no repertório dos artistas viajantes, principalmente: o Pão de Açúcar, a Baía de Guanabara, a Igreja do Outeiro da Glória, o Aqueduto da Carioca, o Jardim Botânico, a Floresta da Tijuca e as cenas urbanas de casario colonial com a presença de negros (estes, não raro foram representados semi-despidos, sentados no meio das ruas em poses de malemolência). A subida ao Corcovado – primeiro a cavalo, e desde 1884 por

estrada de ferro – sempre foi considerado um dos passeios mais bonitos da cidade.

No século XX, os cartões-postais e a publicidade turística incorporaram como atrativos da cidade a Avenida Beira-Mar (1906) e a praia de Botafogo, o caminho aéreo do já conhecido morro do Pão de Açúcar (1912 e 1913), a estátua do Cristo Redentor no alto do Corcovado (1931), o Aterro do Flamengo (depois da década de 1960), as praias de Copacabana e Ipanema, a Avenida Niemeyer e a Volta da Tijuca (Floresta da Tijuca e Alto da Boa Vista, com destaque para as Furnas da Tijuca).

Depois do Centro – inicialmente um prolongamento do porto, depois reduto do melhor comércio de moda, livrarias, joalherias, teatros, cinemas e cafés da cidade e, nos primeiros anos 1900, alvo de progressistas reformas urbanísticas – Copacabana se tornou o bairro mais famoso do Rio. Praia, grandes hotéis, casas (e depois apartamentos) à beira-mar, restaurantes e bom comércio ajudaram a fazer a fama do bairro que era cantado em músicas de sucesso. O desenho ondulado de suas calçadas, confeccionado em pedras brancas e pretas, apesar de estar presente em outras localidades, foi imediatamente associado ao movimento das ondas do mar, tornando-se símbolo do bairro e, até os dias de hoje, é muitas vezes utilizado como símbolo gráfico da cidade.

Mas o símbolo da cidade, por excelência, sempre foi e continua sendo o morro do Pão de Açúcar. Na iconografia dos viajantes, ele era representado, realisticamente, tanto na tomada do mar para o continente (vista de quem entra na baía), quanto na tomada da cidade para o mar (como normalmente

costumamos vê-lo). Sem dúvida, a pedra majestosa que brota d'água era inconfundível para o navegante e inesquecível para o artista. Quando o transporte aéreo de passageiros passa a concorrer com o marítimo, a cidade ganha um pequeno aeroporto também próximo à sua baía, de forma que o mesmo morro continuava a ser uma das primeiras e mais impressionantes vistas da cidade. Atualmente, em símbolos e marcas gráficas, é muito representado por linhas sintetizadas que formam o seu contorno, quase sempre em conjunto com o morro da Urca, de menor altura, o que torna mais fácil o seu reconhecimento.

No cinema e na publicidade atuais (além de nos remanescentes cartões-postais), o morro do Corcovado aparece com tanta frequência quanto o Pão de Açúcar. Afinal, é o morro mais alto da cidade – uma formação rochosa de estrutura bastante vertical, dotado de exuberante mata tropical na sua base. Ele também é lembrado constantemente quando perguntamos para estrangeiros o que eles conhecem do Rio<sup>1</sup>. Mas a sua representação não é comum em marcas de produtos e serviços, certamente pela sua associação à figura religiosa do Cristo – sem a qual a sua identificação não é imediata, já que o contorno físico desta montanha não chega



Figura 2: Diversas marcas de instituições cariocas, onde o Pão de Açúcar assume formas de olho, boca, coração, gravata, piano, etc.

a ter um desenho tão peculiar se comparado com outras montanhas da cidade, como a Pedra da Gávea. Já no repertório de suvenires da cidade, a reprodução miniaturizada do Cristo é bastante comum – embora nem sempre seja feita sob a aprovação da Cúria, que detém os direitos de reprodução da imagem da estátua.

Os Arcos da Lapa (antigo Aqueduto da Carioca), o Jardim Botânico (em especial sua alameda de palmeiras imperiais) e a Pedra da Gávea, que fizeram parte do repertório dos antigos artistas viajantes, ainda são bastante usados como ícones do Rio. Assim como alguns monumentos mais recentes, como o Maracanã e a Praça da Apoteose, outra temática comum no repertório de marcas e suvenires cariocas é a tentativa de se aglutinar vários aspectos físicos da cidade, ou até mesmo aspectos físicos e culturais.

Há outros morros de contornos interessantes, tanto na Zona Sul quanto na Zona Norte ou Oeste da Cidade, mas muitas vezes as suas representações são confundidas com a do Pão de Açúcar, sejam os Morros Dois Irmãos, no Leblon, ou a Pedra do Andaraí, na Reserva Florestal do Grajaú.

A grande incidência de representações do Pão de Açúcar na iconografia dos viajantes, assim como as referências a ele nas narrativas de viagem, fizeram deste o principal símbolo de uma cidade

<sup>1</sup>Pesquisa informal que viemos realizando há mais de 15 anos.

famosa pela sua natureza. É o elemento visual que, notadamente, mais aparece em marcas e suvenires, sem falar em outras representações e mídias. Nas marcas, seu contorno é associado a todo tipo de formas: coração, boca, olho, piano, golfinho, etc (Perrotta: 1998) (figura 2).

Nos suvenires é representando como imagem gráfica ou forma tridimensional.

O segundo ícone mais utilizado na representação do Rio é um elemento da paisagem construída – o Calçadão de Copacabana –, certamente pelo desenho extremamente gráfico, passível de várias alusões e abstrações (idem) (figura 3).



Figura 3: Suvenires reproduzindo o grafismo do Calçadão de Copacabana.



Paisagem é Patrimônio;  
Imagem é Patrimônio e Memória

O conceito de patrimônio é bastante abrangente e engloba os sentidos de herança e legado, e conseqüentemente, de preservacionismo. Patrimônio é um bem (histórico, artístico, cultural ou natural) de valor reconhecido para determinada região e grupo populacional, devendo por isso ser preservado. O entendimento de bem cultural também é bastante amplo, onde são aceitos bens materiais ou imateriais; manifestações populares ou eruditas.

A paisagem é, a princípio, um bem natural. Mas sua imagem é modelada, descrita ou recortada em função de momentos culturais e temporais. A imagem é acervo artístico e patrimônio cultural material. E é memória.

Nos relatos de viajantes publicados em livros ou jornais ilustrados em diversas partes do mundo, nas estampas avulsas e nos álbuns de gravuras, comercializados por editores, livreiros ou mercadores, no Brasil e na Europa (principalmente na capital francesa), e também nas exposições (locais ou universais, artísticas ou industriais), a imagem se fazia presente e proporcionava o “alargamento da memória, individual e coletiva, do século XX” (Turazzi, 2009:23).

As imagens são fontes portadoras de inúmeras informações objetivas, mas elas são também expressões da cultura artística, histórica e técnico-científica de sua época, encarnando determinadas concepções de tempo e espaço, memória e história, ciência e natureza, indivíduo e sociedade, pertencimento e patrimônio (idem:24).

<sup>2</sup>Lugar de Memória é uma categoria criada pelo historiador Pierre Nora, e não se refere necessariamente a um lugar, especialmente falando; mas a qualquer objeto físico, de ordem material, simbólica e funcional.

Os primeiros conjuntos de imagens representativas da cidade – sua paisagem e primeiros marcos arquitetônicos – constituem-se por si só em patrimônio documental. Mas, além disso, funcionam como âncoras de memória (ou Lugar de Memória<sup>2</sup>), contribuindo para que os locais ali representados sejam reverenciados e preservados. Estão fortemente ligados ao processo de patrimonialização da paisagem e de alguns aspectos arquitetônicos e urbanísticos da cidade.

Memória gera memória e patrimônio também gera memória. Algumas imagens são constantemente reeditadas, reinterpretadas e reutilizadas, sem deixarem de ser um símbolo da cidade. O uso social e a significação mudam com o tempo, e a noção de patrimônio envolve as de identidade e cultura; são processos de constituição. Por isso, Frias (s/d) prefere o termo patrimonialização à patrimônio, e identificação à identidade.

Tudo pode ser, a priori, patrimonializável (Frias, s/d, p.2) e transformado em “tradições inventadas” (Hobsbawm, 1983), “que funcionam como critério de legitimação simbólica de uma ordem social, graças à fabricação institucional de marcas identitárias designadas como eternas ou autênticas” (Frias, s/d, p.3). Além de tudo ser patrimonializável, para Peralta (2003:83) “o patrimônio, de que tipo seja, serve para qualquer coisa”, pois é a “engenharia social” que lhe construiu que lhe dará usos.

Aquilo que é patrimonializado passa a ser entendido como uma singularidade a ser respeitada e preservada, e – se necessário – recuperada ou

revitalizada. A patrimonialização é um processo “de legitimação que confere valor artístico, histórico, cultural, ideal ou simbólico a uma construção, um objeto, uma prática ou um espaço” (Frias, s/d, p.10). É a construção social de uma entidade, reconhecendo-lhe interesse local, nacional ou transnacional. É o desenvolvimento do sentido de pertencimento em relação a esta entidade. É a noção de identidade.

Patrimônios podem ser acionados ou esquecidos. Muitas vezes são acionados para usos políticos. Contudo, “considera-se frequentemente que a utilização do patrimônio para fins de identificação coletiva é algo de positivo, e que esse é o motivo considerado mais nobre para sua ativação” (Peralta, 2003:86).

Em muito, foi o olhar estrangeiro e a produção (e reprodução) estrangeira da paisagem carioca que lhe conferiu valor, o sentimento de pertencimento ao nativo e a construção do que hoje concebemos como patrimônio. Hoje, a repetição incessante das imagens da paisagem carioca, em todo tipo de veículo, por um lado a banaliza, mas, por outro, funciona como âncora de memória (de patrimônio, de identidade), pois faz o carioca exibi-la com orgulho. Não à toa, algumas lojas contemporâneas de bolsas, roupas e bijuterias vendem produtos com ícones da paisagem carioca que têm ótima aceitação tanto por turistas quanto por nativos.

O morro do Pão de Açúcar foi inicialmente utilizado como demarcação cartográfica de fácil reconhecimento para o navegante estrangeiro. Hoje é o ícone mais insistentemente utilizado nas representações gráficas da cidade, embora a sua forma sintetizada – sob a qual normalmente é representado – não seja de fácil reconhecimento pelo

estrangeiro...

O desenho gráfico da calçada da praia de Copacabana é o segundo elemento mais utilizado em representações gráficas da cidade e, especialmente, em souvenirs para turistas. Embora este seja um desenho originalmente de calçadas portuguesas...

A construção da representação simbólica da cidade é um processo em constante movimentação. E está ligada a processos de políticas contemporâneas que tentam produzir uma imagem singular, mas que acaba seguindo modelos internacionais homogêneos de espetacularização, do qual fazem parte outros processos como a patrimonialização, a estetização, a culturalização, a padronização e a turistificação (Jeudy, 2005).

A cidade se nutre de tudo que serve de signo porque tudo é chamado a funcionar como signo, de forma fugidia ou durável. Esse sobrepeso de signos e de suas potencialidades incomensuráveis passa a traçar as condições da aventura da percepção da cidade (Jeudy, 2005:82).

No entanto, a cidade excede a representação que lhe é concedida. Ela tem a capacidade de se oferecer e de se retrair segundo a maneira como é apreendida por cada indivíduo.

## THE SUGARLOAF AND COPACABANA PROMENADE: THE PATRIMONIALIZATION OF CARIOCA LANDSCAPE THROUGH LOGOS AND SOUVENIRS

With tremendously extravagant natural features that impressed the Europeans, the city of Rio de Janeiro has been the object of a huge repertoire of visual representations since its birth, starting with 16th century's cartography – which already showed details of the city's unique physical contours, particularly the Sugarloaf Mountain, and aimed at providing sailors with geographical landmarks –, and followed by the large iconographic production of the 19th century – which, despite its great diversity of authors, purposes (scientific, artistic, or laic), techniques, and vantage points, is generally known today as “voyagers' iconography.”

Due to the brief nature of this article, we will be focusing on the results of this production as a instead of detailing its particular aspects, thus giving it a general treatment.

This production is considered the greatest collection of iconographic representations of city during the 19th century, which has greatly contributed to develop the Cariocas' sense of belonging in relation to their city's landscape and its patrimonialization process. In addition, it has given Rio de Janeiro the visual identity theorigh worldwide known.

The accounts of several voyagers indicate their recognition of some features in the city of which they had previous knowledge. An example of this is the following excerpt from Frenchwoman Adèle Toussaint-Samson's journal, two days before she disembarked in Rio de Janeiro for the first time in 1850:

Finally, here is Brazil, emerging with its dense thickets

of banana and palm trees. We begin to spot a mountain range called Gigante [Giant], which in fact looks a lot like a man of colossal stature lying on his full height and having a profile that resembles Louis XVI. The one called Sugarloaf Mountain forms the foot of the Giant. It guards the entrance to the Rio de Janeiro bay (Toussaint-Samsson, 2003 [1883:71]). (See Figure 1)

While the city's peculiar landscape, particularly the outline of its hills, has distinguished it from any other, its extensive representation – vastly reproduced by means of assorted prints, etching albums, books, photographs, and international exhibitions – was responsible for accelerating the construction process of its unique identity.

When addressing the formation process of the narrator in the fictional Brazilian prose between 1830 and 1840, Sússekind (2006) suggests that this narrator has learned from travelling landscapists to maintain an outsider view, coming across as someone who's not participating in the scene. In other words, voyagers have not only materialized Brazil (in this case, Rio's landscape), but also taught natives to represent it and describe it.

Due to the fact that it was initially foreign, Rio de Janeiro's iconography has been closely associated to choices, determinations, and selections that stem from a standpoint that is based on preconceived ideas; therefore, it does not necessarily consist of a naturalized representation by local residents. Consequently, the foreign eye has been responsible

for building the Brazilian view of its own nature and legacy. Even so, the repertoire of images previously chosen by the foreign eye has clearly obtained local approval, being incorporated into the Carioca culture and perpetuated for generations.

In addition to the landscape and its representation, several cultural manifestations stemming from the racial mixture that took place in Brazil have contributed to the national identity-construction process. Throughout the 20th century, the identity of the city of Rio de Janeiro would be associated mainly to the beach (as a place of entertainment and socialization), Carnival, and soccer; its landscape, however, would continue to be commonly cited by foreigners (even by those who have never visited the city) as an identity mark.

As Cariocas acquired a sense of belonging in connection to their city's landscape, they began using these icons to develop logos for services and products, marketing concepts, and souvenirs.

In the 19th century, the following landmarks were the most prominent in the repertoire of traveling artists: the Sugarloaf Mountain, the Guanabara Bay, the church on the Glória Hill, the Carioca Aqueduct, the Botanical Garden, the Tijuca Forest, and urban scenes depicting colonial houses and highlighting the presence of Black people (often represented in a semi-naked state, sitting in the middle of the streets and displaying indolent attitudes). The ascent to Corcovado – first by horse, then by railroad beginning in 1884 – has always been considered one of the most beautiful tours in the city.

In the 20th century, post cards and touristic publicity emphasized the following city attractions: the Beira-Mar Avenue (1906) and the Botafogo Beach, the cable car ride at the already prominent Sugarloaf Mountain (1912 and 1913),

the statue of Christ the Redeemer at the peak of the Corcovado mountain (1931), the Flamengo Park (beginning in the 1960s), the Copacabana and Ipanema beaches, the Niemeyer Avenue and the Tijuca circuit (Tijuca Forest and Alto da Boa Vista, particularly the Tijuca caves).

Following the city center – initially an extension of the harbor, then home to the best clothing stores, bookstores, jewelers, theaters, movies, and cafés in the city, and the object of progressive urbanistic renovations at the onset of the 20th century –, Copacabana became the most celebrated neighborhood in Rio. Its beach, large hotels, beachfront houses (and later apartment buildings), restaurants, and good commerce helped bring fame to this district that has been the inspiration for several hit songs. Even though it can be found in other places, the wavy design of its sidewalks – made of white and black tessera stones – was immediately associated to the movement of the ocean waves, becoming a symbol of the neighborhood, and being often used as a graphic symbol of the city to this day.

Even so, the quintessential symbol of the city has always been and still is the Sugarloaf Mountain. In the voyagers' iconography, it was represented in a realistic fashion, both from the perspective of those entering the bay (ocean/continent view), and the way we usually see it (city/ocean view). No doubt, this majestic rock emerging from the water was unmistakable to the sailor and unforgettable to the artist. When air travel began to compete with the maritime transportation, the city gained a small airport also close to its bay, so this same mountain remained one of the first and most impressive views of the city. Nowadays, it is often seen in symbols and graphic emblems with simplified lines

representing its outline, almost always accompanied by the shorter Urca Hill, thus making it easier to recognize it.

In today's movies and advertising (as well as in remaining postcards), Corcovado appears as often as the Sugarloaf Mountain. After all, it is the city's highest elevation – a rock formation with exceptionally vertical structure, its foot covered by exuberant tropical forest. It is also frequently mentioned by foreigners when asked what they know about Rio <sup>4</sup>. Yet, its representation is not as common in logos of products and services, doubtfully because of its association with the religious figure of Christ – without which its identification is not immediate, since its physical outline is not all that peculiar when compared to other mountains in the city, such as the Gávea Rock. In touristic souvenirs, however, the miniaturized reproduction of Christ the Redeemer is very common – even if its use is not always approved by the curia, which owns reproduction rights to the statue's image.

The Lapa Arches (former Carioca Aqueduct), the Botanical Garden (particularly its alameda lined with imperial palm trees), and the Gávea Rock, which were all part of the old traveling artists' repertoire, are also often used as city icons, along with a couple of more recent monuments like the Maracanã stadium and the Apotheosis Square. Another common theme in the repertoire of Carioca logos and souvenirs is the attempt to unite several physical facets of the city, or even physical and cultural aspects.

There are other hills with interesting outlines in the southern, northern, and western city districts, but their representations are often mistaken for that of the Sugarloaf

Mountain. Some examples are the Dois Irmãos Hill, in Leblon, and the Andaraí Rock, in the Grajaú Forest Reserve.

The frequency with which the Sugarloaf Mountain is represented in the voyagers' iconography and mentioned in their narratives has turned it into the chief symbol of a city that is famous for its natural features. The Sugarloaf is clearly the most common visual element in logos and souvenirs, not to mention other kinds of representation and media. In logos, its outline is associated to a variety of shapes: a heart, a mouth, an eye, a piano, a dolphin, etc. (Perrotta: 1998) (See figure 2). In souvenirs, it is represented as a graphic image or a tridimensional shape.

The second icon most frequently used to represent Rio is the Copacabana Esplanade, a man-made element of the landscape whose extremely graphical design is susceptible to several allusions and abstractions (ibid.) (See figure 3).

## Landscape is Heritage. Image is Heritage and Memory.

The concept of heritage is quite vast, including the sense of inheritance and legacy, and consequently of preservationism. Heritage is the sum of historical, artistic, cultural, or natural assets whose value is recognized by a certain region or population group, and that for this reason must be preserved. The understanding of cultural asset is also very vast, as it includes material and immaterial assets, popular and erudite manifestations.

---

<sup>4</sup>Realms of Memory are a category created by historian Pierre Nora that do not necessarily refer to spatial places, but to any physical object of a material, symbolic, and functional order.

The landscape is initially a natural asset. However, its image is molded, described, or cut according to cultural and temporal moments. This image then becomes part of the artistic and material cultural heritage. It becomes memory.

The images that were present in the accounts of voyagers and published in books or illustrated journals in several parts of the world, in assorted prints and etching albums commercialized by publishers, booksellers, or merchants in Brazil and in Europe (especially in the French capital), and also at several exhibitions (local or universal, artistic or industrial) were responsible for the "enlargement of the individual and collective memory of the 19th century" (Turazzi, 2009:23).

While images are a source of bounteous objective information, they are also expressions of the artistic, historical and technical-scientific culture of their time, incarnating certain conceptions of time and space, memory and history, science and nature, individual and society, belonging and heritage (ibid.:24).

The first collections of images representing the city – its landscape and first architectural landmarks – may themselves be considered documental heritage. But they also work as memory anchors (or Realms of Memory<sup>2</sup>), contributing towards the reverence and preservation of the places represented therein. They are strongly connected to the process of patrimonialization of the landscape and of certain architectural and urbanistic aspects of the city.

If memory generates memory, heritage also generates memory. Certain images are continuously reedited, reinterpreted, and reutilized, but never ceasing to be a symbol of the city. Social uses and meanings change with time, and the

notion of patrimony involves those of identity and culture. Since these are formation processes, Frias (n.d.) prefers the term patrimonialization to patrimony, and identification to identity.

A priori, everything can be patrimonialized and changed into "invented traditions" (Hobsbawm, 1983), "which work as a criterion for the symbolic legitimization of a social order, thanks to the institutional fabrication of identity marks designated as eternal or authentic" (Frias, n.d., p. 3). Besides the fact that everything can be patrimonialized, to Peralta (2003:83), "the patrimony, whatever its kind, can be used for anything," since its uses are determined by the "social engineering" that created it.

Whatever is patrimonialized comes to be understood as something peculiar that needs to be respected and preserved, and, if need be, recovered or revitalized. The patrimonialization is a process "of legitimization which imparts artistic, historical, cultural, ideological, or symbolic value to a construction, an object, a practice, or a space (Frias, n.d., p. 10). This amounts to the social construction of an entity, attributing it local, national, or transnational interest. It is the development of the sense of belonging in relation to this entity. It is the notion of identity.

Heritage can be used or forgotten. It is often used for political ends. However, "the use of heritage for the purpose of collective identification is often considered something positive, and this is thought to be the noblest motivation for its activation" (Peralta, 2003:86).

The foreign observation of the Carioca landscape, along with its foreign production and reproduction, was largely responsible for giving it worth, granting natives a sense of belonging and building what we perceive as heritage today.

If, on the one hand, the incessant recurrence of the city's landscape images by assorted means ends up vulgarizing them, on the other, this works as a memory anchor (of heritage and identity), since it motivates Cariocas to display it more proudly. It is not by accident that some of today's handbag, clothing, and costume jewelry retailers sell products that display icons of the Carioca landscape, which are well accepted by tourists and natives alike.

The Sugarloaf Mountain was initially used as a cartographic landmark that could be easily recognized by the foreign sailor. Today it is the icon most relentlessly employed in graphic representations of the city, although its widely used synthesized form cannot be readily identified by foreigners.

Although it was originally used in Portugal, the graphic design of the sidewalk that runs along Copacabana

Beach is the second element most commonly used in graphic representations of the city, particularly in touristic souvenirs.

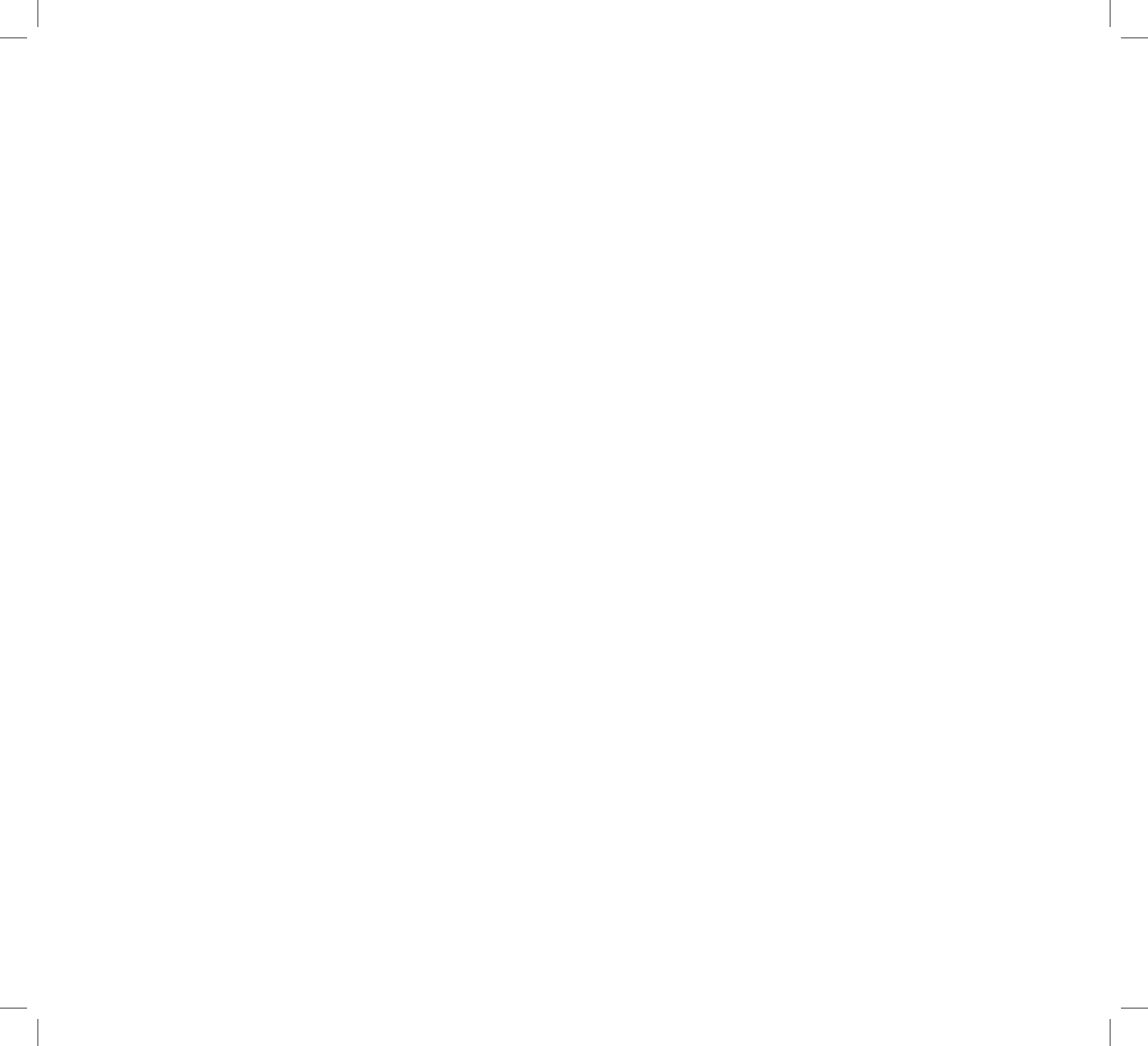
The construction of the symbolic representation of the city is a perpetually moving process. It is connected to contemporary political processes that attempt to produce a singular image, but end up following international, homogenized speculation models that include other processes such as patrimonialization, aestheticization, culturalization, standardization, and touristification (Jeudy, 2005).

The city is nurtured by everything that functions as a sign, since everything is appointed to work as a sign, whether in a momentary or a long-lasting way. This surplus of signs and their immensurable potentialities end up setting the conditions for the adventure that is discovering the city (Jeudy, 2005:82).

Be that as it may, the city exceeds its representation. It has the ability to offer or withdraw itself according to how it is apprehended.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

- FRIAS, ANÍBAL. PATRIMONIALIZAÇÃO DA ALTA E DA PRAXE ACADÊMICA DE COIMBRA. *ANAIIS DO IV CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA*. S/D.
- HOBBSBAWM, ERIC E RANGER, TERENCE. *THE INVENTION OF TRADITION*. CAMBRIDGE: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. 1983.
- JEUDY, HENRI-PIERRE. *ESPELHO DAS CIDADES*. RIO DE JANEIRO: CASA DA PALAVRA, 2005.
- MARTINS, LUCIANA DE LIMA. *O RIO DE JANEIRO DOS VIAJANTES: O OLHAR BRITÂNICO (1800-1850)*. RIO DE JANEIRO: JORGE ZAHAR EDITOR, 2001.
- NORA, PIERRE. "ENTRE A MEMÓRIA E A HISTÓRIA: A PROBLEMÁTICA DOS LUGARES". IN: *PROJETO HISTÓRIA*. SÃO PAULO, PUC-SP, n.10, DEZ.1993.
- PERALTA, ELSA. "O MAR POR TRADIÇÃO: O PATRIMÔNIO E A CONSTRUÇÃO DAS IMAGENS DO TURISMO". IN: *HORIZONTES ANTROPOLÓGICOS*, ANO 9 N.20. PORTO ALEGRE, 2003.
- PERROTTA, ISABELLA. *O PERFIL DO RIO: GRAFISMOS DE REPRESENTAÇÃO DE UMA CIDADE NATURALMENTE GRÁFICA*. RIO DE JANEIRO: SEXTANTE, 1998.
- SÜSSEKIND, FLORA. *O BRASIL NÃO É LONGE DAQUI*. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 2006.
- TOUSSAINT-SAMSON, ADÈLE. *UMA PARISIENSE NO BRASIL*. RIO DE JANEIRO: CAPIVARA, 2003.
- TURAZZI, MARIA INEZ. "ÍCONOGRAFIA E PATRIMÔNIO". IN: *HISTÓRIA DO BRASIL E A FISIONOMIA DA NAÇÃO*. RIO DE JANEIRO: BIBLIOTECA NACIONAL & PETRÓPOLIS: MUSEU IMPERIAL, 2009 (CATÁLOGO DA EXPOSIÇÃO).





MUSEUS À VISTA  
RIO DE JANEIRO GANHA TRÊS NOVOS  
PROJETOS CULTURAIS QUE DEVEM  
SE TORNAR NOVOS SÍMBOLOS  
ARQUITETÔNICOS DA CIDADE

MUSEUMS IN SIGHT  
RIO DE JANEIRO GETS THREE NEW CULTURAL PROJECTS THAT ARE  
BOUND TO BECOME NEW ARCHITECTURAL SYMBOLS OF THE CITY

**LUCIA BASTO**  
GERENTE GERAL DE PATRIMÔNIO DA  
FUNDAÇÃO ROBERTO MARINHO  
General Heritage Manager at Roberto Marinho Foundation



**CENTRO carioca  
DE DESIGN**



## MUSEUS À VISTA: RIO DE JANEIRO GANHA TRÊS NOVOS PROJETOS CULTURAIS QUE DEVEM SE TORNAR NOVOS SÍMBOLOS ARQUITETÔNICOS DA CIDADE

O prédio do Ministério da Educação, o Museu de Arte Moderna, o Copacabana Palace, o Hotel Glória (atualmente em reforma), o Pedregulho, o edifício do jornal A Noite, o Theatro Municipal, o Palácio Duque de Caxias, a Igreja da Candelária. A lista de ícones arquitetônicos na cidade do Rio de Janeiro é imensa e comporta desde a arquitetura colonial e barroca do início do século passado à modernista, que teve seu ápice na década de 60. De lá até os anos 2000, no entanto, o Rio não viu nascer um símbolo arquitetônico marcante.

Não por coincidência, o ápice do modernismo no país se dá justamente em 1960, com a inauguração de Brasília, cidade projetada pelos arquitetos Lucio Costa e Oscar Niemeyer. A transferência da capital brasileira para o Centro-Oeste marca também o início de uma certa decadência econômica e financeira do Rio de Janeiro, o que explicaria, em parte, a falta de investimentos em novos símbolos arquitetônicos na cidade.

É nesse contexto que se destacam três novos projetos que devem se tornar símbolos de uma cidade que renasce, após décadas de estagnação: o Museu do Amanhã, de ciências, dedicado a refletir sobre o futuro; o Museu de Arte do Rio, que vai exaltar a sua arte e criatividade (ambos na região portuária do Rio); e o Museu da Imagem e do Som, que vai celebrar sua identidade e cultura, em Copacabana. O MIS surgiu do desejo do Governo do Estado do Rio em dar uma sede para o acervo da instituição

inspirada nos Museus do Futebol e da Língua Portuguesa, ambos realizados pela Fundação Roberto Marinho em São Paulo. Da Fundação, veio a inspiração para a criação do Museu do Amanhã e o MAR foi uma iniciativa da Prefeitura, que queria dar um novo uso para os prédios onde ele funcionará, além do interesse na revitalização da área do Porto.

Os três projetos, assim como outras intervenções urbanísticas, estão ganhando concretude e viabilidade graças a uma conjunção de fatores capazes de explicar essa atração e interesse de novos investimentos no Rio. O principal deles é o fato de a cidade ter sido escolhida para sediar a final da Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Esses dois anúncios, num momento em que as esferas públicas de governo (municipal, estadual e federal) estabeleceram um diálogo quase inédito na história política do Rio, têm funcionado como chamarizes para investimentos em áreas diversas.

Os olhos nacionais e internacionais estão voltados para o Rio e aqui também serão realizados outros eventos de grande porte, como, por exemplo, a Rio + 20, este ano, e a Jornada Mundial da Juventude católica, que reuniu em Madri, no ano passado, mais de dois milhões de pessoas. Outro motivo de atração de investimentos é uma percepção de diminuição da violência urbana, nas zonas centrais da cidade, por meio de uma política de segurança que implantou as Unidades de Polícia Pacificadoras nas comunidades dominadas pelo tráfico de drogas.

O Rio, que historicamente sempre foi caixa de ressonância cultural do Brasil e também destino turístico conhecido mundialmente pelas suas belezas naturais e paisagem cultural, deve ter a ambição de manter esse status atualizado. A cidade é candidata, inclusive, a Patrimônio Mundial da Humanidade, na categoria Paisagem Cultural. Preservar o seu patrimônio material e imaterial, revitalizar áreas degradadas, criar novos espaços de convivência e novos símbolos de identidade são caminhos para se alcançar este objetivo.

A região portuária do Rio é o local que melhor espelha essa renovação da cidade. Ali, o Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio, que ocupará dois prédios de épocas distintas que estão sendo reformados e abrigará coleções de arte, além de uma escola, serão âncoras da revitalização da área, que já está passando por obras de infraestrutura. Essas obras integram o Porto Maravilha, projeto criado por lei municipal e que prevê a urbanização de ruas, incentivo para a construção de moradias

e requalificação dos espaços públicos, numa área que abrange cinco milhões de metros quadrados.

A transformação da área do Porto remete à revitalização da cidade espanhola de Bilbao, um importante centro comercial na Idade Média que estava decadente no fim dos anos 80. Lá, a construção do museu Guggenheim atraiu mais de um milhão de turistas num só ano. Como no Porto, este novo ícone arquitetônico ganhou força graças a outras mudanças urbanísticas pelas quais passou a cidade.

Nesse mesmo contexto, surge o Museu do Amanhã, em um sítio histórico e emblemático para a cidade, que durante anos funcionou como sua entrada – o Píer Mauá. Emoldurado pelos Morros da Conceição e de São Bento, o museu, com sua forma orgânica e única, parece desabrochar, ganhando diferentes contornos ao longo do dia graças às estruturas móveis que compõem seu projeto e servem não só para oferecer sombra, mas também para abrigar placas fotovoltaicas responsáveis pela captação de energia solar.



Créditos: Santiago Calatrava

Concebido por Calatrava, internacionalmente conhecido por contribuir para a reurbanização de Barcelona na ocasião dos Jogos Olímpicos de 92, o Museu do Amanhã, cuja inauguração está prevista para o primeiro semestre de 2014, terá 15 mil metros quadrados e sua arquitetura irá dialogar com a temática da sustentabilidade. O projeto prevê a utilização de recursos naturais do local, como, por exemplo, a água da Baía de Guanabara, que vai contribuir para diminuir a temperatura no interior do prédio e será usada no espelho d'água em seu entorno. O museu será erguido em meio a uma grande área verde, idealizada para contrastar com os arranha-céus da região, com paisagismo projetado por Calatrava e desenvolvido pelo escritório carioca Burle Marx e Cia. O novo complexo cultural e de lazer terá cerca de 30 mil metros quadrados – que incluem, além do prédio, parque e ciclovias.

Para Calatrava, cujo estilo, segundo ele próprio, nasce da sinergia entre técnica, contexto e observação da natureza, o atual desenvolvimento urbano – considerado um renascimento ou uma redescoberta – está pautado na utilização de instituições culturais, como teatros, parques recreativos ou museus, para revitalizar bairros e ou criar novos marcos para os grandes centros. “Posso citar dois exemplos entre meus projetos: o Auditório Tenerife, nas Ilhas Canárias, e a Cidade das Artes e Ciências, em minha cidade natal, Valência – Espanha. Nos dois casos, um dos objetivos era criar um ponto focal icônico, capaz de dar uma identidade forte e impulsionar investimentos públicos e privados nos dois lugares. Em ambos, as áreas no entorno dos

edifícios tornaram-se dinâmicas, e serviram como âncoras para o desenvolvimento da cidade como um todo”, afirma o arquiteto.

Enquanto a maioria dos museus nos leva a uma viagem ao passado, os visitantes do Museu do Amanhã embarcarão numa viagem ao futuro. Será um museu de ciências, só que diferente, já que os museus de ciências costumam lidar com os vestígios do passado (como os de história natural) ou com as evidências do presente (como os museus exploratórios). Hoje, o conhecimento científico permite ao homem tomar consciência de que suas atitudes têm impacto na transformação do planeta. Assim, no Museu do Amanhã o visitante se verá diante de um leque de possibilidades para que ele possa refletir sobre suas escolhas para o futuro.

Na mesma região portuária do Rio, mais precisamente na Praça Mauá, também será instalado o Museu de Arte do Rio, o MAR, em dois prédios interligados – o Palacete Dom João VI e o edifício vizinho, originalmente o primeiro terminal rodoviário do Rio. Projetado pelo escritório Bernardes + Jacobson, o museu, que terá sua inauguração realizada ainda este ano, se integrará ao eixo cultural do plano urbanístico da cidade, estruturado ao longo da Av. Rio Branco e formado pelo Museu Nacional de Belas Artes, o Theatro Municipal, a Biblioteca Nacional, o Museu de Arte Moderna, o Paço Imperial e o Centro Cultural do Banco do Brasil. O MAR terá também a Escola do Olhar, um ambiente para produção de experiências com foco principal na formação de educadores da rede pública de ensino.

Dedicado às artes visuais, o MAR pensará na produção artística no contexto da cultura visual,

atento às suas implicações ambientais, históricas, sociais, econômicas, culturais e políticas. Partindo do Rio de Janeiro, promoverá sua projeção para além da capital carioca: ao MAR interessa estabelecer um diálogo intenso e criativo com questões que perpassam o Brasil e o mundo.

Para dar uma nova identidade ao conjunto de edificações, com estilos arquitetônicos distintos – o Palacete Dom João VI, construído em 1916 e tombado em 2000, de estilo eclético, e o prédio vizinho, modernista, onde funcionou o Hospital da Polícia Civil e o antigo terminal rodoviário Mariano Procópio – a ligação do pavilhão de exposições com o prédio da Escola do Olhar será feita por uma passarela translúcida e coberta, totalmente acessível para pessoas portadoras de deficiência – e por uma conexão no terraço, coberto por uma estrutura suspensa, de concreto, que apesar de densa e pesada, possui desenho fluido e leve. Essa “onda”, um pedacinho da Baía de Guanabara levado para o mirante do museu, que pode ser vista a distância, é considerada sua marca arquitetônica.

Na orla de Copacabana, o Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro ganhará, em 2013,

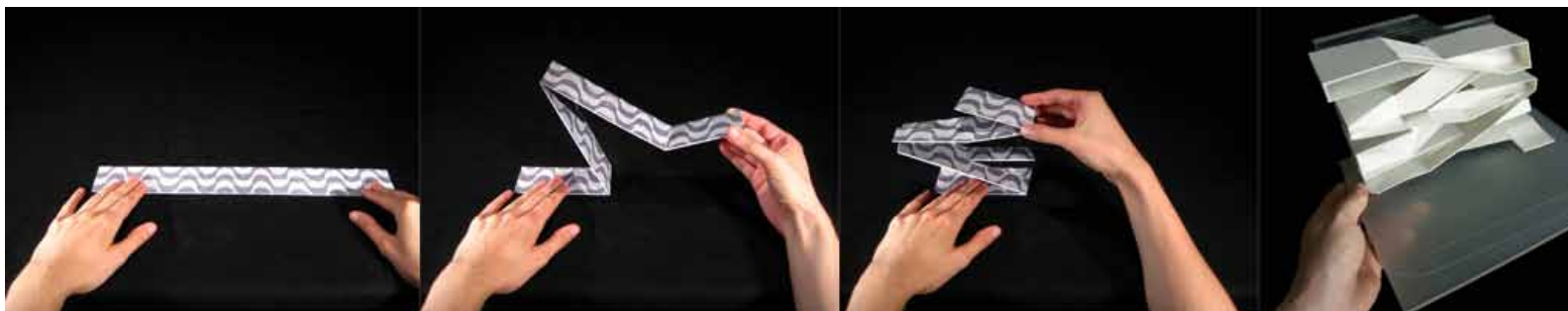
uma nova sede inspirada no calçadão mais emblemático da cidade, assinado por Burle Marx. O projeto, concebido pelo escritório americano Diller Scofidio + Renfro – vencedor do concurso de ideias promovido para escolher o partido arquitetônico do museu – propõe “dobrar” a calçada, como uma extensão da avenida que, esticada verticalmente, se prolonga para dentro do museu.

Para a arquiteta Elizabeth Diller, o conceito de boulevard vertical é o próximo passo na evolução da arquitetura no Rio de Janeiro. “O edifício herda o DNA de Burle Marx, mas radicalmente reorienta sua superfície pública para cima”, explica Diller. “O Modernismo brasileiro é uma das referências para o projeto. A exuberância escultural de Oscar Niemeyer também é fonte constante de inspiração. No caso do MIS, nosso maior desafio foi projetar um novo ícone, elegante e expressivo, para a cidade, dentro das suas limitações urbanas”, completa.

Para abrigar o vasto e rico acervo da instituição, inaugurada em 1965, a curadoria trabalhou com o conceito de rua como local de entretenimento e símbolo da criação popular – de onde brotou grande parte da produção artística da cidade. Eles criaram um



Créditos: Bernardes + Jacobsen



Créditos: Diller Sofidio + Renfro

prédio capaz de dialogar com a paisagem (urbana e natural), democratizar a vista da praia, além de ser um novo marco arquitetônico para a cidade.

Com 9,8 mil metros quadrados de área construída, o prédio será dividido em oito pavimentos, além de hall de entrada, subsolo e terraço. Internamente, seis níveis expográficos serão instalados em andares lineares, mezaninos e espaços recortados no interior do prédio – onde o pé-direito pode chegar a medir 11 metros de altura – que, quase numa dança, remetem ao principal enfoque do MIS: os produtos da indústria cultural e criativa carioca.

Esses três novos museus devem se inscrever no imaginário e na história arquitetônica do Rio como marcos de uma era em que o carioca retomou a sua autoestima e o seu orgulho pela cidade que está se reerguendo econômica, social e culturalmente. Eles pretendem se tornar novos pontos de convergência entre os cidadãos de todas as regiões da cidade (da Norte a Sul), do Brasil e do mundo.

Em seu livro “Brasil, o país do futuro”, Stefan Zweig escreveu: “O Rio de Janeiro é uma natureza que se tornou cidade e é uma cidade que se dá a

impressão de natureza”. Ao espelharem a natureza do Rio em suas formas, além de se inspirarem em seu tecido social, identitário e cultural, o Museu do Amanhã, o MAR e o MIS pretendem se inserir de forma harmoniosa na paisagem cultural do Rio – aquela que agrega, como observou o estrangeiro Zweig, de forma encantadora, a natureza e os artefatos do homem. No Rio, essa combinação é perfeita até nas imperfeições de suas curvas sinuosas, nos encontros entre os morros ocupados e os prédios de luxo, entre o passado colonial e o presente modernista, entre o presente e o devir, que nunca nos pareceu tão promissor.

## MUSEUMS IN SIGHT: Rio de Janeiro gets three new cultural projects that are bound to become new architectural symbols of the city

The Ministry of Education building, the Museum of Modern Art, the Copacabana Palace Hotel, the Gloria Hotel (currently undergoing renovations), the Pedregulho Residential Complex, the A Noite [The Night] building, the Municipal Theatre, the Duque de Caxias Palace, and the Candelária Church – the list of architectural icons in the city of Rio de Janeiro is huge, ranging from the colonial and baroque architecture of the turn of the 20th century to its modernist counterpart, which saw its climax in the 1960s. Ever since that time and into the 2000s, however, Rio has not seen the birth of any remarkable architectural symbol.

Not coincidentally, the pinnacle of modernism in Brazil took place in 1960, with the inauguration of Brasília, a city designed by architects Lucio Costa and Oscar Niemeyer. The transfer of the Brazilian capital to the Central-West region also marked the beginning of a certain economic and financial decadence in Rio de Janeiro, which would partially explain the lack of investments on new architectural symbols in the city.

It is within this context that three new projects emerge, which are bound to become emblems of a city that is being reborn after decades of stagnation: the Museum of Tomorrow, a science museum designed to inspire a reflection on the future; the Rio Art Museum (MAR), dedicated to the promotion of arts and creativity in the city (both in Rio's port area); and the Museum of Image and Sound (MIS) in Copacabana, created to celebrate Rio's identity and culture. MIS was inspired by the Soccer Museum and the Portuguese Language Museum in São

Paulo, both sponsored by the Roberto Marinho Foundation, and was born out of the state government's desire to provide a home for the institution's collection in Rio. The Foundation was also the source of inspiration for the creation of the Museum of Tomorrow, while MAR was an initiative of the municipal government, motivated by a desire to find a new use for the buildings where the museum will be installed, and also by an interest in revitalizing the port area.

Along with other urbanistic interventions, these three projects are gaining substantiality and viability thanks to a combination of factors capable of explaining this attraction and interest in new investments in Rio. The main one is the choice of the city as the host of the 2014 Soccer World Cup finals and the 2016 Olympic Games. These two announcements came at a time when the spheres of public authority at the municipal, state, and federal levels had established a dialogue that was almost unheard of in Rio's political history, attracting investments in several areas.

All eyes are on Rio, as other significant events will also be taking place here – such as, for instance, the Rio+20 (June 13 to 22, 2012), and the World Youth Day, a youth-oriented Catholic event that gathered over two million people in Madrid last year. Another investment attracting factor is the perception that urban violence has decreased in the city's central zones thanks to a security policy that has been implanting Pacifying Police Units in communities dominated by drug trafficking.



Historically, Rio de Janeiro – a city that has recently been declared a UNESCO World Heritage Site in the cultural landscape category – has always been Brazil's cultural sounding board and a touristic destination known worldwide for its natural beauty and cultural landscape; therefore, it must strive to keep this status. This goal can be reached through the preservation of the city's material and immaterial heritage, the revitalization of degraded areas, and the creation of new coexistence spaces and identity symbols.

The port area is the place that best reflects this renewal. There, the Museum of Tomorrow and the Rio Art Museum – which will occupy two buildings from different periods that are being renovated and that will contain art collections as well as a school – will become pillars for the revitalization of the area, which is already undergoing infrastructure works. These undertakings are part of the Porto Maravilha [Wonder Port] initiative, a project created by a municipal law that foresees the urbanization of streets, a stimulus for the construction of residences, and the requalification of public spaces in an area that is nearly 2,000 square miles.

The transformation of the port area evokes the revitalization of the Spanish city of Bilbao, an important commercial center in the Middle Ages that had become decadent towards the end of the 1980s. There, the construction of the Guggenheim Museum attracted over a million tourists in just a year. Similarly to the port in Rio, this new architectural icon was strengthened by other urbanistic changes implemented in the city.

The Museum of Tomorrow emerges within this same context, in one of the city's historical and emblematic areas, a site that was used for years as its entryway – the Mauá Pier. Framed by the Conceição and São Bento hills, the museum, with its organic

and unique shape, seems to be blossoming, taking on different contours throughout the day, thanks to the mobile structures that make up its design and that not only offer shade, but also lodge photovoltaic panels responsible for picking up solar energy.

Conceived by Calatrava – an internationally known architect who contributed towards the re-urbanization of Barcelona on the occasion of the 1992 Olympic Games –, the Museum of Tomorrow, scheduled to open in the first half of 2014, will have an area of 161,500 sq. ft. and an architecture that will emphasize the theme of sustainability. The project foresees the use of the site's natural resources such as, for instance, the water from the Guanabara Bay, which will help cool the building's interior and be used in the surrounding reflection pool. The museum will be built amidst a huge green area envisioned to provide a contrast to the area's sky scrapers, with landscape architecture designed by Calatrava and developed by the Carioca landscape company Burle Marx & Cia. The new cultural and leisure complex will have an area of 323,000 sq. ft., including, in addition to the building, a park and a bike lane.

To Calatrava – whose style, according to him, originates in the synergy between technique, context, and the observation of nature –, the current urban development, considered a rebirth or a rediscovery, is based on the use of cultural institutions such as theatres, recreational parks, or museums to revitalize neighborhoods and/or create new landmarks for big urban centers. "I could mention two examples among my projects: the Auditorio de Tenerife, on the Canary Islands, and the Ciutat de les Arts i les Ciències, in my hometown, Valencia, in Spain. In both cases, one of the goals was to create an iconic focal point capable of providing a strong identity and stimulating public and private investments in those two places. In both spaces, the areas

surrounding the buildings have become dynamic, serving as foundations for the development of the city as a whole,” says the architect.

While most museums take us on a voyage to the past, visitors at the Museum of Tomorrow will embark of a journey to the future. This will be a science museum, only different, since science museums usually deal with vestiges of the past (like natural history museums) or evidences of the present (like exploratory museums). Today, scientific knowledge allows man to become conscious of the fact that his attitudes have an impact on the transformation of the planet. Therefore, at the Museum of Tomorrow, visitors will be faced with an array of possibilities that will enable them to reflect upon their choices for the future.

In the same port area, more specifically at Praça Mauá, the Rio Art Museum (MAR) will occupy two interconnected structures – the Dom João VI Palace and the adjacent building, originally the first bus station in Rio. Designed by the Bernardes + Jacobson office, the museum, scheduled to open this year, will be integrated into the cultural axis of the city’s urbanistic plan, structured along Rio Branco Ave. and made up of the National Museum of Fine Arts, the Municipal Theatre, the National Library, the Museum of Modern Art, the Imperial Palace, and the Centro Cultural Banco do Brasil [CCBB, in English: Bank of Brasil Cultural Center]. MAR will also comprise the Escola do Olhar [Vision School], an environment devoted to the production of experiences as the main focus in training educators for the public school system.

Dedicated to the visual arts, MAR was intended to stimulate a reflection on the artistic production within the context of visual culture while focusing on its environmental, historical, social, economic, cultural, and political implications. Having

Rio de Janeiro as a starting point, the goal of the museum is to promote its projection beyond the Carioca capital, establishing an intensive and creative dialogue on the issues that touch Brazil and the world.

Imparting a new identity to a building complex with distinctive architectonic styles – the Dom João VI Palace was built in 1916 with an eclectic style and granted protected status by the government in 2000, while the adjacent building, with a modernist style, was formerly used as the State Police Hospital and the old Mariano Procópio Bus Station –, the connection between the exhibition pavilion and the Escola do Olhar building will be made through an enclosed, translucent footbridge fully accessible to the handicapped, and by a terrace connection covered by a suspended concrete structure that, despite its density and heavy weight, displays a fluid and light design. Visible from a distance, this “wave” – a little piece of the Guanabara Bay brought to the museum’s vista point – is considered its architectural mark.

In 2013, Rio’s Museum of Image and Sound will get a new site on the Copacabana coastline, taking as its inspiration the city’s most emblematic sidewalk: the beach promenade designed by Burle Marx. Conceived by the American design studio Diller Scofidio + Renfro – the winner of an idea contest promoted to choose the museum’s architectural contractors –, the project proposes “folding” the sidewalk as an extension of the boulevard, stretched vertically into the museum.

To architect Elizabeth Diller, the concept of a vertical boulevard is the next step in the evolution of Rio de Janeiro’s architecture. “The building inherits the DNA of Burle Marx but radically reorients his public surface upward,” explains Diller. “Brazilian modernism is one of the references for the project. Oscar Niemeyer’s sculptural exuberance is also a constant

source of inspiration. In MIS's case, our greatest challenge was to design a new, elegant, and expressive icon for the city within its urban limitations," she goes on to say.

In order to shelter the institution's vast and rich collection, started in 1965, the curatorship worked with the idea of the streets as a place of entertainment and a symbol of popular creation – a place where most of the city's artistic production originated. They created a building capable of establishing a dialogue with both the urban and natural landscape, democratizing the view of the beach and becoming a new architectural landmark in the city.

With a floor area of 105,500 sq. ft., the building will have eight stories in addition to an entrance hall, a basement, and a terrace. Inside, six exhibition levels – installed on linear floors, mezzanines, and cut-out spaces within the building's interior, with ceiling heights that can reach 36 ft. – will evoke, almost as if in a dance, MIS's main focus: the products of the Carioca cultural and creative industry.

These three new institutions are bound to be inscribed in Rio's imaginary and architectural history as landmarks of an era when Cariocas are seeing the restoration of their self-esteem and

pride in a city that is once again being raised up economically, socially, and culturally. The museums intend to become new convergence points between citizens coming from every part of the city (from north to south), the country, and the world.

In his book *Brazil: A Land of the Future*, Stefan Zweig wrote: "Rio de Janeiro is Nature having grown into a city, and a city giving the impression of Nature." Mirroring the shapes of Rio's natural scenery and taking as their inspiration the city's social, identitary, and cultural fabric, the Museum of Tomorrow, MAR, and MIS aim to harmoniously insert themselves into Rio's cultural landscape – one that, as noted by the outsider Zweig, associates nature and man's artifacts in a most fascinating fashion. In Rio, this combination is perfect even in the imperfections of its sinuous curves, in the encounter between hill settlements and luxury buildings, between the colonial past and the modernist present, between the present and the series of transformations to come, which have never looked so promising.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

SITE DO ARQUITETO SANTIAGO CALATRAVA: [WWW.CALATRAVA.COM](http://WWW.CALATRAVA.COM)

SITE DO ESCRITÓRIO DILER + SCOFIDIO: [WWW.DSRNY.COM](http://WWW.DSRNY.COM)

SITE DA FUNDAÇÃO ROBERTO MARINHO: [WWW.FRM.ORG.BR](http://WWW.FRM.ORG.BR)

MEIREILLES, MAURÍCIO. "ARQUITETURA DA RECONSTRUÇÃO". *ÉPOCA*, 15 DE JANEIRO DE 2012.

ENTREVISTAS À AUTORA CONCEDIDAS POR EMAIL PELOS ARQUITETOS SANTIAGO CALATRAVA E ELIZABETH DILLER



# EPÍGRAFES ARQUITETÔNICAS: PEQUENOS DETALHES DE UMA GRANDE HISTÓRIA

ARCHITECTONIC EPIGRAPHS: DETAILS THAT TELL A BIGGER STORY

**PRISCILA LENA FARIAS**

PROFESSORA DOUTORA / PH.D. FAU USP

PROFESSOR AND DOCTOR / PH.D. FAU USP

**CATHERINE DIXON**

PROFESSORA DOUTORA / PH.D. - CENTRAL ST MARTINS

UNIVERSITY OF THE ARTS LONDON

PROFESSOR AND DOCTOR / PH.D. - CENTRAL ST MARTINS

UNIVERSITY OF THE ARTS LONDON

**ANNA PAULA SILVA GOUVEIA**

PROFESSORA DOUTORA / PH.D. IA UNICAMP

PROFESSOR AND DOCTOR / PH.D. IA UNICAMP



**CENTRO carioca  
de DESIGN**



# EPÍGRAFES ARQUITETÔNICAS: PEQUENOS DETALHES DE UMA GRANDE HISTÓRIA

## Introdução

Na narrativa das histórias dos centros urbanos, edifícios importantes e arquitetos famosos muitas vezes são selecionados como objetos de celebração. Em São Paulo, por exemplo, temos o Teatro Municipal de Francisco Ramos de Azevedo; em Brasília, o Congresso Nacional de Oscar Niemeyer; em Londres, a Catedral de São Paulo de Christopher Wren; em Barcelona, a Sagrada Família de Antoni Gaudí. A história de uma metrópole, entretanto, não diz respeito apenas a edifícios famosos, mas deve ser compreendida como um conjunto complexo de relacionamentos entre a arquitetura, seja esta significativa ou não, e o sistema de comunicações de uma cidade<sup>1</sup>. Encontramos precedentes para investigações na área de arquitetura no que se refere à comunicação visual urbana em pesquisas conduzidas por estudiosos de tipografia e design como Nicolette Gray (1960, 1986), Alan Bartram (1975), Jock Kinneir (1980) e Phil Baines e Catherine Dixon (2003). O foco desses estudos tem sido o letreiramento público – mensagens escritas pelas quais passamos diariamente sem perceber a importância das histórias que elas têm para nos contar.

As epígrafes arquitetônicas são exemplos desse tipo de letreiramento que vemos todos os dias em nossas cidades. Mais especificamente, elas são

inscrições que contêm os nomes dos responsáveis pela concepção e construção dos edifícios e algumas vezes também a data de construção. Exemplos de epígrafes arquitetônicas podem ser encontrados em diversas cidades do mundo, embora a evidência da densidade dessa prática varie consideravelmente. Uma única inscrição pode relatar a história de um edifício, enquanto exemplos múltiplos, independente da qualidade de sua execução, podem contar-nos a história do desenvolvimento de uma cidade inteira, bem como, de um modo mais geral, revelar-nos a natureza do estilo de design e arquitetura da época.

Embora façam parte da linguagem arquitetural de um edifício, as epígrafes arquitetônicas geralmente não são tratadas como elementos importantes, ao contrário do tratamento visual de alto estilo que muitas vezes é dado, por exemplo, ao nome do prédio. Em virtude do seu tamanho reduzido, sutileza de execução e localização imperceptível, as pessoas raramente dão grande importância a essas inscrições, se é que as notam, o que as deixa vulneráveis à deterioração e erradicação. Entretanto, dentro de seu conteúdo visual e textual podemos encontrar diversas informações valiosas para uma melhor compreensão da importância cultural e histórica de nosso ambiente urbano, assim como pistas para a construção da história da sociedade que nele habita. O letreiramento há muito vem servindo como um meio de registro –

<sup>1</sup>Em termos do estudo do letreiramento e de sua contribuição para os estudos arquiteturais, Bartram observa que, em certas tradições vernáculas, o “prédio de importância secundária ou até inferior e não as grandes estruturas do complexo” é aquele que mais tem o que nos contar (BARTRAM 1975: 54).

para o benefício tanto de uma audiência mais ampla como da posteridade – do escopo da realização humana, desde o triunfante até o trivial. De acordo com essas tradições, as epígrafes arquitetônicas podem então ser consideradas manifestações literais do patrimônio público.

Do ponto de vista puramente visual, tanto as letras em si quanto a maneira como as informações são organizadas podem nos ensinar algo sobre as preferências locais e as sensibilidades do design da época. Uma análise das epígrafes arquitetônicas encontradas na cidade de São Paulo<sup>2</sup>, onde um número considerável delas pode ser visto no centro da cidade, por exemplo, relevou relações claras entre as letras e a linguagem arquitetônica com tendências *art-déco*, assim como estilos de inscrições e invenções formais inesperados.

Coletivamente, como observa Bartram, as linguagens locais utilizadas nos letreiramentos imprimem uma “riqueza visual e histórica” à “textura ambiental” de uma cidade, cada período acrescentando sua própria camada característica de história visual, contribuindo assim para um sentido particular de lugar (BARTRAM, 1975, p. 7). A observância de boas metodologias contextuais leva a uma conscientização da organização e da localização das inscrições, capaz de resguardar contra as ciladas de um ponto de vista potencialmente estreito, focalizado somente nas letras. Essa observância também pode ajudar a entender o modo como essas inscrições se relacionam à paisagem urbana e até

mesmo às pessoas que até hoje passam por elas (KINNEIR, 1980, p. 170).

O estudo visual dessas epígrafes começa então a revelar mais do que os estilos arquiteturais e de letreiramento de um determinado período, nos permitindo um vislumbre do seu relacionamento com um contexto cultural mais amplo. Como observa Kinneir, o letreiramento pode funcionar como “o memorial de uma cidade” (KINNEIR, 1980, p. 171), um tema que foi mais bem explorado por Stephen Banham em seu estudo recentemente publicado sobre os letreiramentos na cidade de Melbourne, o qual sugere que “a vida de uma cidade pode ser vista através dos seus letreiramentos” (BANHAM, 2011, p. 14).

Uma análise mais detalhada das informações verbais contidas nas epígrafes arquitetônicas pode acrescentar ainda mais ao panorama cultural e contextual do local onde estão situadas. Seus textos talvez sugiram, por exemplo, hipóteses originais sobre os principais agentes e tendências presentes no assentamento de uma cidade e na construção dos seus prédios. Eles também mostram como esses agentes e seus empreiteiros decidiram descrever e apresentar a si mesmos aos seus contemporâneos, assim como às gerações futuras. A busca de padrões nos dados recolhidos e sua comparação com outras fontes permite uma melhor reconstituição das histórias de progresso econômico e social, sem falar no desenvolvimento profissional e demarcações industriais.

<sup>2</sup>Este artigo se baseia numa pesquisa conduzida desde 2003 por uma equipe composta de professores e alunos do SENAC-SP, da UNICAMP e da USP, patrocinada pela CAPES, CNPq e FAPESP. O foco desta pesquisa é o centro da cidade de São Paulo, onde 134 epígrafes arquitetônicas foram registradas, catalogadas e estudadas. Dezenas de epígrafes arquitetônicas encontradas em outras 14 cidades ao redor do mundo também foram registradas e usadas em uma análise comparativa. Publicações divulgando os resultados desta pesquisa incluem Farias et al. 2007, 2008 e no prelo, e Gouveia et al. 2007 e 2009.



## Registrando e catalogando epígrafes arquitetônicas

Embora os métodos e procedimentos usados em estudos sobre letreiramento público possam variar, a fotografia e a descrição do local certamente são os mais adotados. Este é o caso na maior parte dos trabalhos mencionados acima – incluindo os de Nicolette Gray (1960), Alan Bartram (1975), Jock Kinneir (1980), Phil Baines e Catherine Dixon (2003) – e também nas antologias de detalhes arquitetônicos e de letreiramento, como os livros de Manuel Paula (2003), America Sanchez (2006), Maarten Helle (2009) e Stephen Banham (2012).

Em estudos mais sistemáticos, a fotografia e a descrição do local talvez sejam satisfatórios em levantamentos preliminares, mas a coleta de dados deveria incluir detalhes que podem ser mais facilmente coletados e cotejados através de formulários e planilhas eletrônicas. As informações coletadas no local incluem o tamanho e a posição das letras e o material utilizado, assim como o endereço e o nome do prédio. Câmeras digitais que incluem a localização por GPS em fotografias são muito úteis para este fim, já que os dados de localização agora podem ser acessados através de sistemas de arquivamento de fotos que indicam automaticamente a posição da amostra de letreiramento em um mapa.

Formulários para coleta de dados devem ser desenvolvidos de modo a incluir todas as informações relevantes à investigação, podendo incluir espaço para informações que não podem ou não precisam ser coletadas durante o trabalho de campo, tais como a autoria do projeto, a data

de construção do prédio e a descrição formal das letras. Outros procedimentos laboratoriais incluem a seleção e a edição de fotografias com o intuito de aprimorar a observação das letras. Em muitos casos, desenhos vetoriais meticulosos podem ajudar na visualização e comparação dos detalhes das letras.

Em se tratando mais especificamente de pesquisas sobre as epígrafes arquitetônicas, é essencial que se defina um sistema para a transcrição do conteúdo das inscrições para que essas informações possam ser utilizadas em configurações somente de texto e na recuperação das informações contidas em bancos de dados, assim como em qualquer outra situação em que a inclusão de imagens não seja possível. O sistema Leiden (WOODHEAD 1992; GORDON 1983), uma convenção adotada em epígrafes, é recomendado para este fim.

Sempre que possível, métodos mais diretos de registro das inscrições também são aconselháveis. Estes incluem cópias em alto-relevo, o que pode ser feito com grafite, giz de cera ou giz litográfico em um papel posicionado diretamente sobre a superfície da inscrição, e o uso de moldes de borracha ou papel de silicone, que podem ser usados para criar réplicas das inscrições. Ambos os procedimentos podem ser muito difíceis ou impossíveis de executar se a inscrição estiver localizada em uma parte muito alta da fachada.

Cópias em alto-relevo talvez forneçam uma referência mais precisa para desenhos vetoriais do que fotografias, principalmente quando a base da inscrição não é plana, como quando a inscrição está gravada em uma coluna ou outra superfície arredondada. Os melhores resultados são

conseguidos quando a superfície é lisa e regular, já que cópias em alto-relevo de inscrições feitas em superfícies ásperas normalmente resultam em letras de contornos indistintos.

Moldes de borracha de silicone são um modo mais eficiente de registrar o aspecto tridimensional de uma epígrafe arquitetônica, revelando mais detalhes sobre sua execução. Catalizadores de alta velocidade são recomendados para que se obtenham resultados melhores quando se trabalha em superfícies verticais, e a aplicação de diversas camadas é aconselhável quando se trabalha com inscrições profundas. Quando o molde está pronto, ele pode ser usado para produzir réplicas da inscrição, facilitando com isso o acesso e a observação. Réplicas podem ser moldadas com resina acrílica ou obtidas através da ajuda de sistemas de escaneamento e impressão 3D.

Como o número e a variedade dos dados e itens podem aumentar consideravelmente durante a pesquisa, é recomendável que se defina um sistema de catalogação desde o princípio. Um bom procedimento é atribuir um número de identidade distinto para cada prédio e definir códigos para os diferentes tipos de dados (fotos, cópias em alto-relevo, ilustrações, etc.), visualizações (inscrições, prédio inteiro, andar térreo, etc.) e autores de cada item.

Os dados da pesquisa devem ser organizados em arquivos e planilhas eletrônicas e eventualmente disponibilizados através de um banco de dados. A menos que os dados sejam restritos, é possível utilizar sistemas de armazenamento de dados, hospedagem de imagens e mapeamento de aplicativos para organizar e expor versões digitais de todos os itens catalogados.

## Alguns resultados de pesquisas sobre epígrafes arquitetônicas

Pesquisas sobre epígrafes arquitetônicas conduzidas em uma área específica no centro de São Paulo entre 2003 e 2011 resultaram em um arquivo contendo informações sobre 134 inscrições. O arquivo contém 634 fotografias, 239 cópias em alto-relevo, 107 desenhos vetoriais, 39 moldes com borracha de silicone e 26 réplicas em resina acrílica.<sup>3</sup> A posição de cada epígrafe arquitetônica foi marcada em um mapa e conectada a imagens e dados relacionados à inscrição e ao prédio.

Embora o período de feitura de todas as inscrições listadas nos arquivos se estenda de 1910 a 1975, a maioria delas foi encontrada em prédios construídos entre 1920 e 1940. Através da observação da recorrência de determinados arquitetos em São Paulo pudemos determinar os principais escritórios de arquitetura desse período inicial do século XX, quando surgiu a maioria das inscrições: Ramos de Azevedo e Siciliano & Silva.

O primeiro escritório não nos surpreendeu, já que Ramos de Azevedo era o arquiteto e engenheiro mais famoso na cidade de São Paulo na virada do século XX. Seu nome aparece não apenas em prédios projetados por ele, mas também em outros projetados depois de sua morte por seus sucessores Ricardo Severo e Arnaldo Dumond Villares. Pouco se sabe hoje, contudo, sobre o trabalho de Heribaldo Siciliano e Antonio Alves Vilares da Silva, que, no início dos anos 40 eram donos de uma firma

<sup>3</sup>A versão digital do arquivo se encontra disponível em <<http://www.iar.unicamp.br/lis/PAT>>.

grande e prestigiosa (FICHER, 2005, p. 94). Edifícios com epígrafes arquitetônicas de Siciliano & Silva aparecem mais frequentemente na parte mais antiga do centro de São Paulo, enquanto prédios com o nome de Ramos de Azevedo são bem distribuídos por toda a região, o que condiz com a configuração desse centro histórico no início do século XX.

Muitos outros arquitetos cujos nomes foram encontrados em epígrafes arquitetônicas em São Paulo são pouco conhecidos ou inteiramente desconhecidos. Essa lista inclui Abelardo S. Caiuby, Alvaro Botelho, August Fried, Dacio A. de Moraes, G. E. Winter, Jacques Pilon, Lucjan Korngold, S. M. Roder e os donos das firmas Capua & Capua, Duarte & Cia, Pareras & Pladevall e Richter & Lotufo. Em contrapartida, foi descoberta na cidade de São Paulo uma obra de autoria de Robert Prentice, um arquiteto britânico de grande prestígio, que acreditava-se que tivesse trabalhado no Brasil, principalmente no Rio de Janeiro.

Em termos do relacionamento entre as letras e a linguagem arquitetônica, encontramos alguns exemplos interessantes de harmonia estilística, principalmente em prédios de estilo *art-déco*, como o Banco de São Paulo, de Alvaro Botelho, e o Sulacap, de Robert Prentice e Jacques Pilon. Estilos inesperados de inscrições e invenções formais, como as letras curvilíneas do S. M. Roder na Rua 11 de Agosto e a tridimensionalidade intrincada do entalhe de Siciliano & Silva no Edifício São Carlos, também puderam ser observados.

A observação dos conteúdos das epígrafes arquitetônicas também revelou fusões, mudanças e colaborações entre firmas diferentes. Inscrições em

que figuram os nomes de Ramos de Azevedo e seus sucessores são um bom exemplo disso: em inscrições mais antigas, os três nomes aparecem do mesmo tamanho; posteriormente, Severo & Villares se tornam maiores e mais destacados, e numa placa mais recente o nome do dono original da firma desaparece. Em outras instâncias, há uma distinção clara entre os responsáveis pelo projeto e pela construção do prédio, revelando a colaboração entre firmas diferentes. É o caso do edifício Sulacap, mencionado antes, e de dois outros prédios, onde o nome da construtora e os dos arquitetos ou engenheiros aparecem em duas epígrafes separadas.

Apenas em três inscrições – encontradas no Cine Marrocos, no Edifício Paissandu e no Prédio Sampaio Moreira – os papéis do arquiteto e do engenheiro são claramente diferenciados. Outra epígrafe, no prédio do Banco de São Paulo, distingue o arquiteto dos construtores. Cinco inscrições atribuem o edifício somente ao arquiteto. A maioria das epígrafes arquitetônicas encontradas em São Paulo, no entanto, descrevem os projetistas do edifício como “engenheiros-arquitetos”, engenheiros ou construtores.

Aliás, a maior parte dos prédios considerados neste estudo foi construída em um período anterior à instituição da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo (1948), quando a maioria dos arquitetos da cidade havia se formado na Escola Politécnica de Engenharia. Com a criação do IAB (Instituto dos Arquitetos do Brasil)<sup>4</sup> e do Confea/Crea (Conselho Federal e Conselhos Regionais de Engenharia e Agronomia) entre 1920 e 1940, assim como a

<sup>4</sup>Criado originalmente no Rio de Janeiro em 1921, o instituto ganhou sua característica federal e nacional em 1943 com o estabelecimento da filial de São Paulo.

regularização da profissão em 1933, engenheiros civis graduados e arquitetos-engenheiros ganharam privilégios profissionais relativos ao seu direito legal de projetar e construir. Esses eventos enfatizaram ainda mais a disparidade social entre os construtores graduados e os não-graduados.

Esse período foi marcado também pelo crescimento das indústrias de construção no Brasil, o que fez com que firmas de arquitetura e engenharia ganhassem importância e prestígio. Nesse contexto, as epígrafes arquitetônicas passaram a possibilitar duas leituras distintas. O texto certifica que um profissional qualificado e legalmente autorizado projetou o edifício, enquanto, ao mesmo tempo, as qualidades visuais do letreiramento e da gravação atribuem nobreza e sofisticação ao projeto arquitetônico. Assim, uma epígrafe pode funcionar como um selo de qualidade do produto arquitetônico.

Dentro desse contexto, faz sentido que profissionais estrangeiros exibissem suas credenciais nas epígrafes: Robert Prentice acrescentaria RIBA (Instituto Real de Arquitetos Britânicos) ao seu nome, enquanto Jacques Pilon adicionaria DPLG (Diplômé par le Gouvernement, ou diplomado pelo governo). Os mesmos acréscimos podem ser encontrados em epígrafes arquitetônicas em cidades europeias como Dublin e Paris.

Pesquisas exploratórias conduzidas pelos autores resultaram na identificação de epígrafes arquitetônicas em mais 124 cidades da Europa e América Latina. Dessas localidades, investigações mais sistemáticas foram conduzidas apenas no Rio de Janeiro, em Buenos Aires, em Santiago e em Gante (Bélgica). Embora os dados recolhidos

até agora não permitam uma análise comparativa abrangente, é possível antecipar algumas tendências e características peculiares.

Uma particularidade comum às epígrafes arquitetônicas é que elas raramente se encontram isoladas. Elas tendem a aparecer em grupo, nas fachadas de prédios projetados no mesmo período e construídos no mesmo bairro. Isso talvez possa ser explicado por questões econômicas e sociais, como a institucionalização das profissões de arquiteto e engenheiro no Brasil, ou a demanda por residências para as classes mais altas em novos bairros, como é o caso de Miljoenenkwartier em Gante.

Outra característica comum é que essas epígrafes tendem a aparecer na frente da fachada, perto da entrada principal do edifício. No entanto, a posição em relação ao campo de visão de um pedestre pode variar de cidade a cidade, embora não varie tanto entre prédios de uma mesma cidade. O material de que é feita a epígrafe arquitetônica também costuma ser o mesmo dentro de uma mesma cidade ou de um mesmo bairro.

Na cidade de São Paulo, quase todas as epígrafes arquitetônicas estão posicionadas abaixo do campo de visão, muito perto do chão, a maioria delas gravada em pedra. A mesma situação ocorre em Londres. No Rio de Janeiro, a posição costuma ser um pouco mais alta, e, embora encontrássemos alguns exemplos gravados, a maioria das epígrafes arquitetônicas, principalmente as de Copacabana, consiste em placas de metal fundido fixadas à fachada. Incrições muito semelhantes – em termos de material, tamanho e posição – foram encontradas em Cusco (Peru).

Epígrafes arquitetônicas feitas de metal fundido também podem ser encontradas em Buenos Aires, Santiago, Cidade do México e Barcelona. Em contraste às epígrafes do Rio de Janeiro, que geralmente tomam a forma de placas com letras em alto-relevo, as versões em metal fundido nessas outras cidades consistem em palavras ou letras moldadas em metal e fixadas diretamente à fachada. Todas as epígrafes arquitetônicas encontradas nessas cidades estavam invariavelmente posicionadas acima da linha de visão dos pedestres, próximo ao topo da porta. Em outras cidades europeias como Gante, Paris, Madri e Amsterdã, a maioria das epígrafes arquitetônicas encontradas também estava posicionada acima da linha de visão dos pedestres, mas gravadas em pedra ou moldadas em concreto ou reboco.

## Conclusão

O estudo das epígrafes arquitetônicas pode revelar histórias sobre as cidades onde estão localizadas, através do rastreamento das firmas de determinados arquitetos. Esse rastreamento nem sempre pode ser feito através de fontes tradicionais, como bibliotecas e arquivos de museus. Nesse sentido, as epígrafes arquitetônicas oferecem evidências concretas da autoria dos edifícios, o que é importante em casos em que o acesso a documentos impressos seja difícil. Um dos resultados relevantes deste estudo é um conjunto de métodos documentais usados para registrar visualmente os letreiramentos, superando assim algumas das restrições práticas desse tipo de estudo observadas por Stiff (2005, p. 71), o que pode ser potencialmente aplicado em novos contextos

acadêmicos e facilitar novas áreas de pesquisa.

Usando métodos documentais eficazes, esta investigação reforça o valor da contribuição que o estudo dos letreiramentos pode fazer para um melhor entendimento cultural e histórico de nossos espaços públicos. Embora tenha alguns defensores, o estudo rigoroso do relacionamento entre o letreiramento e a prática arquitetural infelizmente tem sido inadequado nos campos de arquitetura e história da arte. Como observa o pesquisador Paul Stiff, se até mesmo as inscrições mais significativas da história são frequentemente negligenciadas, inscrições da escala das epígrafes arquitetônicas descritas aqui certamente são muito mais vulneráveis (STIFF, 2005, p. 70-71).

Em geral a documentação das práticas de letreiramento tem caminhado a par e passo com a questão da preservação do conhecimento que pode ser obtido através do estudo do letreiramento e a conservação dos sítios propriamente ditos. Em sua abordagem documental do campo, Bartram demonstra claramente sua preocupação com relação a essa preservação. Este estudo se baseia nesse trabalho, contribuindo especialmente para o delineamento de uma área bastante específica dentro dessa prática e para o potencial de aprendizado no âmbito mais amplo da questão do letreiramento (BARTRAM, 1975, p. 7).

Além disso, em seu simples reconhecimento de que as letras muitas vezes constituem um detalhe significativo de um prédio, este estudo vai mais longe do que muitas organizações de herança cultural, no tocante à abordagem adotada com relação a práticas corretas de conservação. Esta é uma área particularmente controversa no Reino Unido, onde o

historiador e pesquisador de letreiramentos James Mosley vem documentando um número cada vez maior de casos de letreiramentos sendo manejados de forma errônea na conservação de importantes sítios históricos (MOSLEY, 2007a, 2007b, 2010).

Os estudos de epígrafes arquitetônicas conduzidos até hoje revelaram ideias essenciais sobre o relacionamento entre a arquitetura e o letreiramento, o que é de uma relevância considerável para estudos sobre patrimônio e design. Embora a maioria dos resultados esteja especificamente relacionada à cidade de São Paulo, que foi o foco inicial deste projeto de pesquisa, estudos exploratórios em outras cidades resultaram em descobertas interessantes que demonstram a aplicabilidade dos métodos em outras cidades, além da importância de estudos comparativos para uma melhor compreensão da existência de atributos

comuns e particularidades dos letreiramentos públicos e das práticas arquiteturais nos diferentes centros urbanos. De particular importância é a visão do letreiramento como uma ferramenta para uma melhor compreensão cultural. E essa lente cultural, como argumenta Shaw (2012), precisa ser propagada, se quisermos garantir a preservação da inestimável contribuição que o letreiramento pode fazer às nossas cidades.

### Agradecimentos

Os autores gostariam de agradecer a participação dos pesquisadores e alunos dos grupos de pesquisa Tipografia Arquitetônica (UNICAMP) e Tipografia e Linguagem Gráfica (SENAC-SP) nos diversos estágios de pesquisa citados aqui, assim como o apoio financeiro recebido pela FAPESP, CNPq e CAPES.



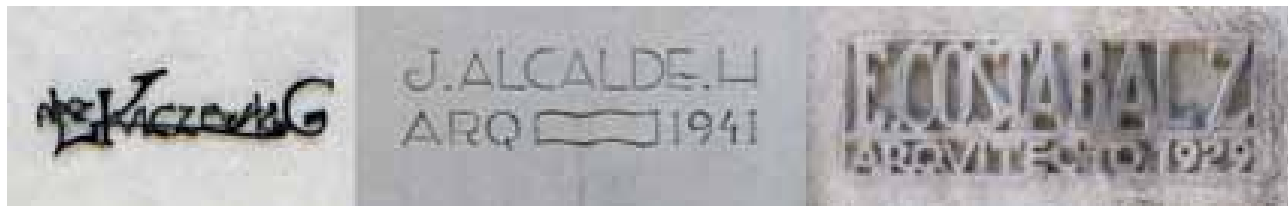
Epígrafes arquitetônicas encontradas na cidade de São Paulo, no Brasil (fotos de Patrícia Gatto).



Epígrafes arquitetônicas encontradas na cidade do Rio de Janeiro, no Brasil (fotos de Patrícia Gatto).



Epígrafes arquitetônicas encontradas em Buenos Aires, na Argentina (fotos de Priscila Farias).



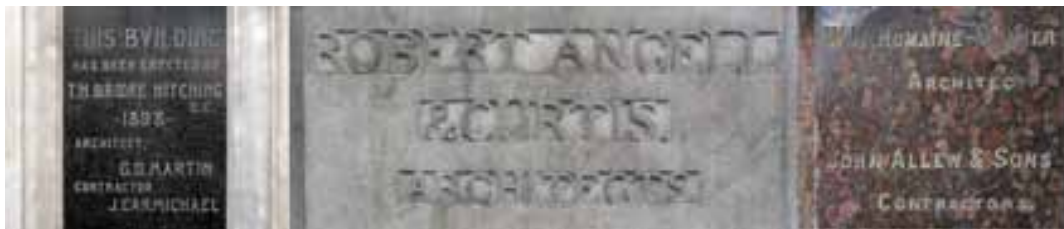
Epígrafes arquitetônicas encontradas em Santiago, no Chile (fotos de Priscila Farias).



Epígrafes arquitetônicas encontradas em Cusco, no Peru (fotos de Priscila Farias).



Epígrafes arquitetônicas encontradas na Cidade do México, no México (fotos de Henrique Nardi).



Epígrafes arquitetônicas encontradas em Londres, no Reino Unido (fotos de Priscila Farias).



Epígrafes arquitetônicas encontradas em Bruxelas, na Bélgica (fotos de Priscila Farias e Victor Margolin).



Epígrafes arquitetônicas encontradas em Gante, na Bélgica (fotos de Priscila Farias).





Epígrafes arquitetônicas encontradas em Paris, na França (fotos de Filipe Negrão).



Itens do Arquivo Epigráfico Paulistano, do alto à esquerda, no sentido horário: fotografia, réplica em resina acrílica, cópia em alto-relevo, desenho vetorial, molde com borracha de silicone (fotos de Patricia Gatto, Priscila Farias e Anna Gouveia).

# ARCHITECTONIC EPIGRAPHS: DETAILS THAT TELL A BIGGER STORY

## Introduction

In the telling of the histories of our urban centres, key buildings and lauded architects are often singled out for celebration. In São Paulo, for example, we have Teatro Municipal by Francisco Ramos de Azevedo; in Brasília, Congresso Nacional by Oscar Niemeyer; in London, St Paul's Cathedral by Christopher Wren; in Barcelona, Sagrada Família by Antoni Gaudí. The history of a metropolis, however, is about more than its famous buildings, but should rather be understood as a complex set of relationships between architecture, significant or otherwise, and a city's communication systems.<sup>1</sup> We find precedents for investigations into the area of architecture as it relates to visual urban communication in the research that has been carried out by typography and design scholars such as Nicolette Gray (1960, 1986), Alan Bartram (1975), Jock Kinneir (1980) and Phil Baines and Catherine Dixon (2003). Such studies have focused on public lettering —written messages that we often daily pass without realizing the importance of the stories they have to tell.

Architectonic epigraphs are an example of this kind of day-to-day lettering that we find in our cities. More specifically, they are inscriptions containing the names of those responsible for the design and construction of buildings, and sometimes also the date of construction. Examples of architectonic epigraphs

can be found in many cities of the world, though the evidence of densities of practice varies considerably. A single inscription can tell a story about the building, whereas multiple examples, irrespective of quality of execution, might tell us the story of the development of a whole city, and the nature of contemporary architectural and design practice more generally.

Although part of the architectural language of a building, architectonic epigraphs are usually not treated as key features, in contrast to the more high-profile visual treatment frequently given, for example, to the name of the building. Due to their small scale, subtlety of execution and inconspicuous situation, people often think such inscriptions are unimportant, if they notice them at all, which leaves them vulnerable to damage and eradication. Yet, within their visual and textual content it is possible to find much information of value in better understanding the cultural and historical significance of our urban environment, as well as clues to constructing the story of the society inhabiting it. Lettering has long served as a means of recording, for the benefit of a wider audience, and for posterity, the scope of human achievement, from the triumphant to the trivial. In line with such traditions, architectonic epigraphs can then be seen as a literal manifestation of public heritage.

At a purely visual level, we can learn, from the letterforms themselves and from the organization of information, something about contemporary local tastes and design sensibilities. Analysis

<sup>1</sup>In terms of the study of lettering and its contribution to architectural studies Bartram notes that in certain vernacular traditions it is the “buildings of secondary, even minor importance, rather than the grand set pieces”, that have most to tell us (BARTRAM 1975: 54).

of architectonic epigraphs found in São Paulo city,<sup>2</sup> where we find a remarkable density of architectonic epigraphs in the downtown area, for instance, revealed clear relationships between letterform and architectonic language in a taste for the art-deco, as well as unexpected inscriptional practices and formal inventions.

Collectively, as Bartram acknowledges, such local lettering languages bring a “visual and historical richness” to the “environmental texture” of a city, with each period adding its own characterful layer of visual history, very much contributing to a particular sense of place (BARTRAM, 1975, p. 7). The observance of good contextual practice determines that an awareness of the arrangement and siting of inscriptions ensures against the pitfalls of a potentially narrow view focused solely upon the letterforms. Such observance may also contribute to a sense of how the inscriptions relate to the streetscape and perhaps even to those who have since been passing them by (KINNEIR, 1980, p. 170).

The visual study of these epigraphs starts then to reveal more than just the contemporary lettering and architectural practices of a period, suggesting something of their relationship to their wider cultural context. As Kinneir acknowledged, lettering may function “as a city remembrancer” (KINNEIR, 1980, p. 171), a theme taken up more fully in Stephen Banham’s recently published study of lettering in the city of Melbourne which argues that, “the life of the city can be viewed through its letterforms” (BANHAM, 2011, p. 14).

Further analysis of the verbal information contained in architectonic epigraphs can add still more to the cultural and

contextual overview of their situation. Their texts might suggest, for example, original hypotheses on the main agents and trends at play in the settlement of a city, and in the construction of its buildings. It also shows how such agents and their contractors chose to describe and present themselves to their contemporaries as well as to future generations. By looking for patterns in the data gathered, and cross-referencing with other sources, it becomes possible to piece together further stories of economic and social progression, not to mention professional development and industry demarcations.

### Registering and cataloguing architectonic epigraphs

Although the methods and procedures adopted for studies on public lettering may vary, photography and site description are certainly the most commonly adopted. This is the case for most of the works mentioned above, including those by Nicolette Gray (1960), Alan Bartram (1975), Jock Kinneir (1980), Phil Baines and Catherine Dixon (2003), and also for anthologies of architectonic and lettering details like the books by Manuel Paula (2003), America Sanchez (2006), Maarten Helle (2009) and Stephen Banham (2012).

In more systematic studies, photography and site description may be enough for preliminary surveys, but data gathering should include details that are more easily collected and collated by means of forms and spreadsheets. Information to be collected on site includes lettering size, position and material

---

<sup>2</sup>This paper is based on research conducted since 2003 by a team composed of professors and students from SENAC-SP, UNICAMP and USP, with financial support from CAPES, CNPq and FAPESP. The focus of the research is São Paulo city’s downtown area, where 134 architectonic epigraphs were registered, catalogued and studied. Dozens of architectonic epigraphs found in another 14 cities around the world have been also registered and used for comparative analysis. Publications reporting results from this research include Farias et al. 2007, 2008 and forthcoming; and Gouveia et al. 2007 and 2009.

used; as well as the address and name of the building. Digital cameras that include GPS location in photographs are quite useful in this regard, as location data can now be accessed by photo archiving systems that automatically indicate the position of the lettering sample in a map.

Data-gathering forms should be developed in order to include all information that is relevant to the investigation, and may include room for information that cannot or does not need to be collected during fieldwork, such as design authorship, the date of the building, and the formal description of letterforms. Other laboratory procedures include selecting and editing photographs in order to improve the observation of letterforms. In many cases, careful vector illustrations may help visualization and comparison of letterform details.

In terms of researching into architectonic epigraphs more specifically, it is key to define a system for transcribing the contents of the inscriptions, so that this information can be used in text-only settings and for database information retrieval, as well as in any situation where it is not possible to include an image. The Leiden system (WOODHEAD 1992; GORDON 1983), a convention adopted in epigraphy, is recommended for such purposes.

Whenever possible, more direct means of registering the inscriptions are also advisable. This includes the taking of rubbings, which may be done with graphite, crayon or lithographic chalk on paper positioned directly over the surface of the inscription; and the use of moulds, which may be done with silicone rubber or paper, and may be used for creating replicas of the inscriptions. Both procedures may be very difficult or impossible to achieve if the inscription is positioned too high on the façade.

Rubbings may provide a more precise reference for vector illustrations than photographs, especially when the inscription base is not flat, such as when an engraving is found on a column or other rounded surface. The best results are achieved when the top surface is smooth and even, while rubbings of inscriptions cut into rough surfaces usually result in undistinguishable letterform contours.

Silicone rubber moulds are a very efficient way of registering the tri-dimensional aspect of an architectonic epigraph, revealing many details of its execution. High-speed catalysts are recommended in order to obtain the best results when working on vertical surfaces, and the application of several layers is advisable when working with deep inscriptions. When the mould is ready, it can be used for replicating the inscription, therefore facilitating access and observation. Replicas might be cast with acrylic resin, or obtained through the help of 3D scanning and printing systems.

As the number and variety of data and items can grow considerably during research, it is recommended to define a cataloguing system from the start. It is good procedure to give a unique identity number to each building, and to define codes for the kind of data (photo, rubbing, illustration, etc.), view (inscription, whole building, ground floor, etc.) and author of the entry.

Research data should be organized in files and spreadsheets, and eventually be made available through a database. Unless the data is restricted, it is possible to use data storage, image hosts, and web mapping systems to organize and display digital versions of all catalogued items.

## Some results from research into architectonic epigraphs

Research into architectonic epigraphs, conducted in a specific area of downtown São Paulo between 2003 and 2011, resulted in an archive containing information about 134 inscriptions. The archive comprises 634 photographs, 239 rubbings, 107 vector illustrations, 39 silicone rubber moulds, and 26 acrylic resin replicas.<sup>3</sup> The position of each of the architectonic epigraphs was plotted on a map and linked to images and data relating to the inscription and the building.

Although the time frame for the making of all the inscriptions listed in the archive extends from 1910 to 1975, most were found on buildings from between 1920 and 1940. By looking at the recurrence of particular architects in São Paulo we were able to determine the dominant practices during this part of the early twentieth century, when most of the inscriptions appear: Ramos de Azevedo and Siciliano & Silva.

The first practice comes as no surprise, as Ramos de Azevedo is the most well-known São Paulo city architect-engineer of the late nineteenth / early twentieth century. His name appears not only in buildings designed by him, but also in others designed after his passing, by his successors Ricardo Severo and Arnaldo Dumond Villares. Little is known today, however, about the work of Heribaldo Siciliano and Antonio Alves Vilares da Silva, who, in the early 1940's were the owners of a big and well-known company (FICHER, 2005, p. 94). Buildings with architectonic epigraphs by Siciliano & Silva appear more frequently in the oldest part of downtown São

Paulo, while those with the name of Ramos de Azevedo are quite evenly distributed throughout the whole area, which is consistent with the configuration of the historical centre in the early twentieth century.

Many other architects whose names were found in architectonic epigraphs in São Paulo are very little known, if at all. This includes Abelardo S. Caiuby, Alvaro Botelho, August Fried, Dacio A. de Moraes, G. E. Winter, Jacques Pilon, Lucjan Korngold, S. M. Roder, and the owners of the practices named Capua & Capua, Duarte & Cia, Pareras & Pladevall and Richter & Lotufo. By contrast, it was discovered that in the city of São Paulo there was a work by Robert Prentice, a highly regarded British architect previously thought to have worked, in Brazil, mostly in Rio de Janeiro.

In terms of the relationship between letterform and architectonic language nice examples of stylistic harmony were found, especially in art-deco buildings, such as Banco de São Paulo, by Alvaro Botelho, and Sulacap, by Robert Prentice and Jacques Pilon. Unexpected inscriptional practices and formal inventions, such as the curvilinear letterforms of S. M. Roder at Rua 11 de agosto, and the intricate tri-dimensionality of the Siciliano & Silva carving in Edifício São Carlos, can also be appreciated.

Observation of the contents of architectonic epigraphs also revealed mergers, changes, and collaborations between companies. The inscriptions showing the names of Ramos de Azevedo and his successors are a good example of this: in earlier inscriptions, the three names appear in the same size, then Severo & Villares becomes bigger and

<sup>3</sup>The digital version of the archive is available at <<http://www.iar.unicamp.br/lis/PAT>>.

bolder, and in a later plaque the name of the original owner of the company disappears. In other instances, there is a clear distinction between those responsible for the design and for the construction of the building, revealing the collaboration between different companies. This is the case with the Sulacap building, mentioned before, and with two other buildings, where the name of the construction company and that of the architects or engineers are shown on two separate epigraphs.

Only in three inscriptions, those found on Cine Marrocos, Edifício Paissandu and Prédio Sampaio Moreira, are the roles of the architect and the engineer are clearly differentiated. Another epigraph, the one at Banco de São Paulo, distinguishes the architect from the constructors. Five inscriptions attribute the building to an architect only. Most of the architectonic epigraphs found in São Paulo, however, describe the designers of the building as 'engineer-architects', engineers or constructors.

In fact, most of the buildings considered here are from an era, before the institution of the São Paulo School of Architecture and Urbanism (1948), when most architects in the city would have graduated from the Polytechnic School of Engineering. With the creation of the IAB (Brazilian Institute of Architects)<sup>4</sup> and of Confea/Crea (Federal and Regional Councils of Engineering, Architecture and Agronomy) between 1920 and 1940, as well as professional regularization in 1933, graduate civil engineers and architect-engineers were granted professional privileges regarding their legal right to design and build. These events emphasized even more the social gap between graduate and non-graduate constructors.

That era was also marked by the growth of the construction industries in Brazil, which caused architecture and engineering offices to gain importance and prestige. Architectonic epigraphs in such context give rise to a dual reading. The text certifies that a qualified and legally authorized professional designed the building, and, at the same time, the visual qualities of the lettering and engraving assign distinctiveness and sophistication to the architectonic design. In this sense, an epigraph might play the role of a quality seal for the architectonic product.

It makes sense, in this context, that foreign professionals would exhibit their own credentials in the epigraphs: Robert Prentice would add RIBA (Royal Institute of British Architects) to his name, while Jacques Pilon would add DPLG (Diplômé Par le Gouvernement). The same additions can be found in architectonic epigraphs in European cities like Dublin and Paris.

Exploratory research undertaken by the authors resulted in the identification of architectonic epigraphs in a further 14 cities in Europe and Latin America. Of these sites it is only in Rio de Janeiro (Brazil), Buenos Aires (Argentina), Santiago (Chile) and Ghent (Belgium) where more systematic investigations have been conducted. Although the data gathered so far does not allow for comprehensive comparative analysis, it is possible to advance some general trends and particular characteristics.

A common feature of architectonic epigraphs is that they are seldom found in isolation. They tend to appear in clusters, on the façades of buildings that were designed within

---

<sup>4</sup>Originally created in Rio de Janeiro in 1921, the Institute gains its federal and national characteristics in 1943 with the establishment of the São Paulo branch.

the same period and constructed in the same district. This might be explained by economic and social issues, like the institutionalization of architecture and engineering professions in Brazil, or the demand for upper class dwellings in a new neighbourhood, such as in the Miljoenenkwartier in Ghent.

Another common feature is that such epigraphs tend to appear on the front façade, near the main entrance of the building. The position, in reference to the line of sight of a pedestrian, however, may vary from town to town, although not so much among buildings in the same city. The material in which the architectonic epigraph is produced also tends to be the same in the same city or neighbourhood within the city.

In São Paulo city, almost all architectonic epigraphs are positioned below the line of sight, very close to the pavement, and most of them are engraved in stone. The same situation is found in London (UK). In Rio de Janeiro, the position tends to be a little higher, and, although we were able to find a few engraved examples, most of the architectonic epigraphs, especially those found in Copacabana, are plaques cast in metal, attached to the façades. Very similar inscriptions, considering material, size and position, were found in Cusco (Peru).

Architectonic epigraphs made of cast metal can also be found in Buenos Aires, Santiago, Mexico City and Barcelona. In contrast to the epigraphs from Rio de Janeiro, generally taking the form of plaques with raised lettering, the cast metal versions in these other cities consist of cast words or letters attached directly to the façade. All architectonic epigraphs found in those cities were invariably positioned above the line of sight of the pedestrian, near the top of the door. In other European cities like Ghent, Paris, Madrid and Amsterdam most architectonic epigraphs found were

also positioned above the line of sight of the pedestrian, but engraved in stone or cast in concrete or stucco.

## Conclusion

The study of architectonic epigraphs can reveal stories about the cities of their situation, through the tracking of practices of particular architects. Such tracking is not always possible using traditional archives, like libraries and museum collections. In this regard, architectonic epigraphs offer concrete evidence of authorship, important in cases when access to paper records is difficult. One of the relevant outcomes of this study is a set of documentary methods aimed at the visual recording of lettering, thereby overcoming some of the practical restraints for this kind of study acknowledged by Stiff (2005, p. 71), offering the potential for application in new study contexts, and facilitating new areas of investigation.

In the thoroughness of the methods of documentation, this investigation reinforces the value of the contribution that the study of lettering can make to a better cultural and historical understanding of our public spaces. Though it has its advocates, such rigorous study of the relationship between lettering and architectural practice has, and continues to be, woefully inadequate in the fields of architecture and art history. As researcher Paul Stiff notes, even the most significant of inscriptions in history, are often overlooked, so how much more vulnerable are the inscriptions at the scale of the architectonic epigraphs as described here (STIFF, 2005, p. 70-71).

The documentation of lettering practices has generally gone hand in hand with concerns with preservation

of the knowledge to be gained from the study of lettering, if not the conservation of sites themselves. Bartram establishes very clearly his preservation concerns in his documentary approach to the field, and this study builds upon such work, contributing particularly to the delineation of a very specific area of practice and learning potentialities within the wider scope of lettering concerns. (BARTRAM, 1975, p. 7).

Beyond that, in its simple recognition that letters often make up a significant detail on a building, this study goes further than many existing heritage organizations in terms of the approach taken to accurate conservation practices. This is a particular area of contention within the UK, with key lettering historian and researcher James Mosley documenting a now growing number of instances of lettering having been wrongly handled in the conservation of key historic sites (MOSLEY, 2007a, 2007b, 2010).

The studies of architectural epigraphs carried out to date have revealed key ideas concerning the relationship between architecture and lettering, which is of considerable relevance to heritage and design studies. Although most of the results are specific to São Paulo city, which was the initial focus of the

research project, exploratory studies in other cities have resulted in interesting findings that demonstrate the applicability of the methods to other cities, and also the importance of comparative studies for a better understanding of commonalities and particularities of public lettering and architectural practices across urban centres. In particular, it is this way of viewing lettering as a tool for better cultural understanding that is so key. And it is this cultural viewing lens that, as Shaw (2012) argues, is transferable and necessarily so, if the preservation of the invaluable contribution to our cities that lettering can make is to be guaranteed.

## Acknowledgements

The authors would like to acknowledge the participation of researchers and students from the research groups Tipografia Arquitetônica (UNICAMP) and Tipografia e Linguagem Gráfica (SENAC-SP) at various stages of the investigation reported here, as well as the financial support received from FAPESP, CNPq and CAPES.

## BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:

- BAINES, PHIL; DIXON, CATHERINE. *SIGNS: LETTERING IN THE ENVIRONMENT* [PLACAS: O LETREIRAMENTO NO AMBIENTE]. LONDRES: LAURENCE KING, 2003.
- BANHAM, STEPHEN. *CHARACTERS: CULTURAL STORIES REVEALED THROUGH TYPOGRAPHY* [LETRAS: HISTÓRIAS CULTURAIS REVELADAS ATRAVÉS DA TIPOGRAFIA]. MELBOURNE: THAMES & HUDSON, 2011.
- BARTRAM, ALAN. *LETTERING IN ARCHITECTURE* [O LETREIRAMENTO NA ARQUITETURA]. LONDRES: LUND HUMPHRIES, 1975.
- FARIAS, PRISCILA L.; GOUVEIA, ANNA P. S. “AS EPIGRAFES ARQUITETÔNICAS DE SICILIANO E SILVA”. IN: GONZALES, P. & NOVAES, M. A. V. (ORGS.) *SICILIANO & SILVA*. SÃO PAULO: ARAUCO, NO PRELO.
- FARIAS, PRISCILA L.; GOUVEIA, ANNA P. S.; GATTO, PATRÍCIA S. “SÃO PAULO CITY EPIGRAPHIC ARCHIVE: CONSTRUCTION STEPS AND PROCEDURES” [ARQUIVO EPIGRÁFICO DA CIDADE DE SÃO PAULO; ETAPAS E PROCEDIMENTOS DE CONSTRUÇÃO]. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ARCHITECTURAL HERITAGE* [JORNAL DO PATRIMÔNIO ARQUITETURAL], NO PRELO.
- FARIAS, PRISCILA L.; GOUVEIA, ANNA P. S.; PEREIRA, ANDRÉ L. T.; GALLO, HAROLDO; FERNANDES, LUIS A. “ON CONVERGING TYPEFACE AND AR-

Image 1: Epígrafes arquitetônicas encontradas na cidade de São Paulo, no Brasil (fotos de Patrícia Gatto). - page 198  
Image 2: Epígrafes arquitetônicas encontradas na cidade do Rio de Janeiro, no Brasil (fotos de Patrícia Gatto). - page 199  
Image 3: Epígrafes arquitetônicas encontradas em Buenos Aires, na Argentina (fotos de Priscila Farias). - page 199  
Image 4: Epígrafes arquitetônicas encontradas em Santiago, no Chile (fotos de Priscila Farias). - page 199  
Image 5: Epígrafes arquitetônicas encontradas em Cusco, no Peru (fotos de Priscila Farias). - page 199  
Image 6: Epígrafes arquitetônicas encontradas na Cidade do México, no México (fotos de Henrique Nardi). - page 200



- CHITECTURAL STYLE CLASSIFICATIONS” [SOBRE FONTES CONVERGENTES E AS CLASSIFICAÇÕES DOS ESTILOS ARQUITETURAI]. *DESIGN HISTORY SOCIETY - ANNUAL CONFERENCE 2006 - DESIGN AND EVOLUTION* [SOCIEDADE HISTÓRICA DO DESIGN - CONFERÊNCIA ANUAL DE 2006 - DESIGN E EVOLUÇÃO]. DELFT: TUDELFT, 2007.
- FARIAS, PRISCILA L.; GOUVEIA, ANNA P. S.; PEREIRA, ANDRÉ L. T.; GALLO, HAROLDO; GATTO, PATRÍCIA S. “TÉCNICAS DE MAPEAMENTO APLICADAS AO ESTUDO DA EPIGRAFIA ARQUITETÔNICA PAULISTANA”. *INFODESIGN* v. 5 n. 1, 2008, p. 1-21.
- FICHER, SYLVIA. *OS ARQUITETOS DA POLI: ENSINO E PROFISSÃO EM SÃO PAULO*. SÃO PAULO: EDUSP, 2005.
- GORDON, ARTHUR ERNEST. *ILLUSTRATED INTRODUCTION TO LATIN EPIGRAPHY* [UMA INTRODUÇÃO ILUSTRADA À EPIGRAFIA LATINA]. BERKELEY: UNIVERSIDADE DA CALIFÓRNIA, 1983.
- GOUVEIA, ANNA P. S.; FARIAS, PRISCILA L.; GATTO, PATRÍCIA S. “LETTERS AND CITIES: READING THE URBAN ENVIRONMENT WITH THE HELP OF PERCEPTION THEORIES” [LETRAS E CIDADES: LENDO O AMBIENTE URBANO COM A AJUDA DAS TEÓRIAS DE PERCEPÇÃO]. *VISUAL COMMUNICATION* [COMUNICAÇÃO VISUAL] v. 8 n. 3, 2009, p. 339-348.
- GOUVEIA, ANNA P. S.; FARIAS, PRISCILA L.; PEREIRA, ANDRÉ L. T.; GALLO, HAROLDO. “EPIGRAFES ARQUITETÔNICAS: ASSINATURAS DOS ARQUITETOS E CONSTRUTORES DA CIDADE DE SÃO PAULO”. *OCULUM ENSAIOS* n. 8/9, 2009, p. 39-49.
- GOUVEIA, ANNA P. S.; PEREIRA, ANDRÉ L. T.; FARIAS, PRISCILA L.; BARREIROS, GABRIELA G. “PAISAGENS TIPOGRÁFICAS: LENDO AS LETRAS NAS CIDADES”. *INFODESIGN* v. 4 n. 1, 2007, p. 1-12.
- GRAY, NICOLETE. *LETTERING ON BUILDINGS* [O LETREIRAMENTO NOS EDIFÍCIOS]. NOVA YORK: REINHOLD, 1960.
- \_\_\_\_\_. *A HISTORY OF LETTERING: CREATIVE EXPERIMENT AND LETTER IDENTITY* [UMA HISTÓRIA DO LETREIRAMENTO: EXPERIÊNCIA CRIATIVA E IDENTIDADE DA LETRA]. BOSTON: DAVID R. GODINE, 1986.
- HELLE, MAARIEN. *AMSTERDAM IN LETTERS: TYPOGRAPHY AND ARCHITECTURE* [AMSTERDÃ ATRAVÉS DAS LETRAS: TIPOGRAFIA E ARQUITETURA]. AMSTERDÃ: VALIZ, 2009.
- KINNEIR, JOCK. *WORDS AND BUILDINGS: THE ART AND PRACTICE OF PUBLIC LETTERING* [PALAVRAS E EDIFÍCIOS: A ARTE E A PRÁTICA DOS LETREIRAMENTOS PÚBLICOS]. LONDRES: ARCHITECTURAL PRESS, 1980.
- MOSLEY, JAMES. “THE NATIONAL GALLERY’S NEW INSCRIPTION: A VERY ENGLISH BLUNDER” [A NOVA INSCRIÇÃO DA NATIONAL GALLERY; UMA GAFE BEM INGLESA]. *TYPEFOUNDRY: DOCUMENTS FOR THE HISTORY OF TYPE AND LETTERFORM* [FUNDIÇÃO DE TIPOS: DOCUMENTOS PARA A HISTÓRIA DOS TIPOS E LETRAS], 7 DE JANEIRO DE 2007. <[HTTP://TYPEFOUNDRY.BLOGSPOT.COM/2007/01/VERY-ENGLISH-BLUNDER.HTML](http://typefoundry.blogspot.com/2007/01/very-english-blunder.html)> (ÚLTIMO ACESSO EM 30 DE JANEIRO DE 2012).
- \_\_\_\_\_. “HMS VICTORY”. *TYPEFOUNDRY: DOCUMENTS FOR THE HISTORY OF TYPE AND LETTERFORM* [FUNDIÇÃO DE TIPOS: DOCUMENTOS PARA A HISTÓRIA DOS TIPOS E LETRAS], 14 DE JANEIRO DE 2007. <[HTTP://TYPEFOUNDRY.BLOGSPOT.COM/2007/01/HMS-VICTORY.HTML](http://typefoundry.blogspot.com/2007/01/hms-victory.html)> (ÚLTIMO ACESSO EM 30 DE JANEIRO DE 2012).
- \_\_\_\_\_. “NUMBER TEN” [NÚMERO 10]. *TYPEFOUNDRY: DOCUMENTS FOR THE HISTORY OF TYPE AND LETTERFORMS* [FUNDIÇÃO DE TIPOS: DOCUMENTOS PARA A HISTÓRIA DOS TIPOS E LETRAS], 31 DE OUTUBRO DE 2010. <[HTTP://TYPEFOUNDRY.BLOGSPOT.COM/2010/10/NUMBER-TEN.HTML](http://typefoundry.blogspot.com/2010/10/number-ten.html)> (ÚLTIMO ACESSO EM 30 DE JANEIRO DE 2012).
- PAULA, MANUEL. *LISBOA GRÁFICA*. LISBOA: GRADIVA, 2003.
- SANCHEZ, AMERICA. *BARCELONA GRÁFICA*. BARCELONA: GUSTAVO GILI, 2006.
- STIFF, PAUL. “BRUNELLESCHI’S EPIGRAPH AND THE DESIGN OF PUBLIC LETTERS IN FIFTEENTH-CENTURY FLORENCE” [O EPITÁFIO DE BRUNELLESCHI E O DESIGN DOS LETREIRAMENTOS PÚBLICOS NO SÉCULO XV EM FLORENÇA]. *TYPOGRAPHY PAPERS* [ARTIGOS SOBRE TIPOGRAFIA] n. 6, 2005, p. 66-114.
- SHAW, PAUL. “BOOK REVIEW: CHARACTERS BY STEPHEN BANHAM” [CRÍTICA: LETRAS DE STEPHEN BANHAM]. *IMPRINT - THE ONLINE COMMUNITY FOR GRAPHIC DESIGNERS* [ÉSTAMPA – A COMUNIDADE ONLINE PARA DESIGNERS GRÁFICOS], 23 DE JANEIRO DE 2012. <[HTTP://IMPRINT.PRINTMAG.COM/TYPOGRAPHY/BOOK-REVIEW-CHARACTERS-BY-STEPHEN-BANHAM/#COMMENTS](http://imprint.printmag.com/typography/book-review-characters-by-stephen-banham/#comments)> (ÚLTIMO ACESSO EM 5 DE ABRIL DE 2012).
- WOODHEAD, A. GEOFFREY. *THE STUDY OF GREEK INSCRIPTIONS* [O ESTUDO DAS INSCRIÇÕES GREGAS]. NORMAN: UNIVERSITY OF OKLAHOMA PRESS, 1992.

Image 7: Epígrafes arquitetônicas encontradas em Londres, no Reino Unido (fotos de Priscila Farias). - page 200

Image 8: Epígrafes arquitetônicas encontradas em Bruxelas, na Bélgica (fotos de Priscila Farias e Victor Margolin). - page 200

Image 9: Epígrafes arquitetônicas encontradas em Gante, na Bélgica (fotos de Priscila Farias). - page 200

Image 10: Epígrafes arquitetônicas encontradas em Paris, na França (fotos de Filipe Negrão). - page 201

Image 11: Itens do Arquivo Epigráfico Paulistano, do alto à esquerda, no sentido horário: fotografia, réplica em resina acrílica, cópia em alto-relevo, desenho vetorial, molde com borracha de silicone (fotos de Patrícia Gatto, Priscila Farias e Anna Gouveia). - page 201



# PORTUGAL IMAGINADO O PATRIMÔNIO GRÁFICO E A MEMÓRIA SIMBÓLICA

AN IMAGINED PORTUGAL – GRAPHIC HERITAGE AND SYMBOLIC MEMORY

JOANA BAPTISTA COSTA  
DESIGNER E PESQUISADORA  
DESIGNER AND RESEARCHER

MARIANA LEÃO  
DESIGNER E PESQUISADORA  
DESIGNER AND RESEARCHER



**CENTRO carioca  
de design**



## PORTUGAL IMAGINADO

A identidade, individual e coletiva, assenta na construção de uma história e de um passado que a memória tenta resgatar e construir. Este processo, dinâmico e complexo, nem sempre vivenciado, recorre com frequência a ideias e artefatos produzidos no passado, independentemente da sua função inicial se manter viva no presente. Recorremos a objetos, símbolos e elementos iconográficos como elementos representativos da nossa memória histórica, de modo a definir uma identidade com a qual nos queremos identificar e também ser reconhecidos. Esta ambivalência entre o que somos, como nos vemos e o que queremos exportar como identidade inicia vários caminhos, distintos e autônomos, que de algum modo se podem vir a cruzar. Esta convivência entre passado e presente nem sempre é pacífica. Quando pensamos naquilo que é a identidade, recorremos frequentemente a um arquivo de memórias; contudo, e de outro modo, muitas das ideias que formulam características dessa identidade são questões de um passado próximo, que se reforçam e se renovam num processo dinâmico e vivo, presente. A identidade é, por isso, uma construção que se reflete por aquilo que acumulamos e experimentamos; não está presa nem estagnada, reconstrói-se e recria-se, apesar de fatores como a coerência e a diferenciação serem valorizados no modo como habitualmente pretendemos ser identificados.

A identidade portuguesa é, naturalmente, fruto de uma história e de um contexto político, econômico e social marcado por tensões. Portugal

© Soraya Vasconcelos





viveu um período político marcado por uma longa ditadura — 41 anos — entre 1933 e abril de 1974. Este período deixou marcas condicionantes na noção de portugalidade até hoje.

O contexto vigente que marcou esse período também se revelou muito próspero ao desenvolvimento da produção gráfica portuguesa, por isso considerado nesta pesquisa um marco fundamental para a análise e estudo do design gráfico, bem como do movimento modernista de que é indissociável. No regime político designado por Estado Novo, existiu uma entidade pública — SPN (Secretariado de Propaganda Nacional), mais tarde designada por SNI (Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo) — dirigida por António Ferro encarregado de definir um abrangente “plano de comunicação” e de dirigir os artistas gráficos em prol das intenções do regime. O SPN/SNI editou inúmeros objetos gráficos, grande parte no âmbito do turismo, todos com o objetivo primordial de promover imaculada e exemplarmente o nome e a imagem de Portugal na Europa e no mundo, objetivo pelo qual foi criada a Política do Espírito. Este programa pretendia reformar a identidade do país assentado num conjunto de ações, e consistia na implementação de princípios de reeducação, civildade, higienização e controle dos hábitos portugueses. Dada a magnitude deste programa e a eficiência da iconografia criada para o efeito, muitas das referências simbólicas ainda subsistem na definição da identidade nacional portuguesa, no recurso de símbolos e na associação de ideias, maioria das quais desajustadas da contemporaneidade. Estamos, por exemplo, familiarizados com as recor-

dações de Portugal impregnadas de galos de Barcelos, imagens turísticas que mostram um país pitoresco, folclórico, popular, ao mesmo tempo que recorre ao patrimônio arquitetônico edificado para se representar. A utilização de símbolos emblemáticos para identificação das cidades é recorrente, e são, com frequência, elementos que pouco se relacionam com a vivência cotidiana das cidades e o modo como os seus habitantes interagem com o seu patrimônio. Os monumentos, museus ou lugares, são receptáculos de memória perenes, estáveis e, por isso mesmo, duradouros. Características estas que funcionam enquanto elementos ativadores da memória, de um passado que é reconfortante, na medida em que se mantém imutável e seguro.

O patrimônio gráfico tem também um papel na construção da identidade de um país, tendo sido também ele fruto de uma produção/construção imaginada. A “imaginação coletiva da identidade” foi tornada artefato por meio da linguagem e comunicação visuais, tornando-se importante ao nível de contribuição para a idealização de um passado imponente e singular — nem sempre vivenciado, embora assumido. Assim, é o modo em que o design pode ser o elemento de seleção e edição da memória e da identidade, capaz de constituir e sedimentar um patrimônio imaginário — não tendo necessariamente que se opor a estas construções, mas recolhendo e servindo-se delas para reconstruir e reinventar múltiplas identidades.

O projeto Portugal Imaginado surge de uma investigação em curso e consiste num estudo histórico e crítico da identidade nacional através da análise e construção da produção gráfica



© Soraya Vasconcelos

desenvolvida em contexto português. Esta busca pela iconografia aborda os métodos de representação e promoção dos aparelhos de Estado, concretamente através do turismo, ao mesmo tempo que procura refletir sobre a sua construção social e coletiva. A parte do projeto aqui apresentado e iniciado em 2009 é um levantamento do nome Portugal na variação cronológica da sua expressividade e sentido. O desdobramento do projeto numa intervenção urbana foi um passo tão inevitável quanto desejado.

Nesta intervenção, expomos o levantamento do *lettering* Portugal usado em objetos de promoção turística oficial no período compreendido entre 1917 e 2007 segundo uma seleção, agrupada e editada com o sentido de devolver aos cidadãos parte do seu patrimônio cultural e possibilitando, não apenas o conhecimento, mas também uma valorização atual de imagens, obsoletas relativamente ao propósito inicial para o qual foram produzidas. Mais do que a preservação, a recolha efetuada procura a exposição de artefatos recolhidos em arquivo durante a investigação. Este material gráfico que se expôs estava depositado em variados arquivos públicos, cujo objetivo e função é a sua preservação física. O nosso trabalho enquanto investigadoras é um trabalho de arquivo, procura de dados, estabelecimento de relação entre si, edição de dados, recolhê-los para vir a expô-los. Estas ações vieram a revelar-se assim numa instalação que não passou pela mostra de material original, mas antes pela sua transposição, através da técnica de pintura de vidro, das matrizes tipográficas do material recolhido e colecionado. Esta evocação pretendia por um lado ser informativa — no sentido que apresentava uma



cronologia associada a cada palavra — procurando por isso várias possíveis leituras dessa história.

Qual é a capacidade que estas imagens — as várias formas de Portugal — têm de evocar referências culturais da época que representam? De serem não só elementos de pertença, mas também de presença. Estas imagens têm por isso uma capacidade evocativa. Resgatando-as do seu passado histórico, submetido a um arquivo, estas imagens podem ser referências deslocadas da sua temporalidade histórica, embora reconhecidas pela afeição. Por outro lado, estas imagens transportam

em si dados históricos, culturais e contextuais, motivos pelos quais estão protegidas e salvaguardadas em arquivos próprios, o que as torna um objeto de presença.

O patrimônio gráfico português, concretamente, cartazes e edições, cujo valor original de produção e uso foi anulado, devido ao natural curso do tempo e das políticas culturais vigentes, está hoje, em Portugal, protegido ao abrigo de arquivos municipais ou nacionais, que os tratam e catalogam mantendo o seu acesso condicionado, razões pelas quais estas imagens permanecem visíveis



apenas a investigadores ou curiosos. O que revela um contrassenso no modo como se preserva o patrimônio gráfico e identitário do país, enquanto na rua os letreiros, marcas e sinalizações mais antigas, de elevado rigor e sofisticação de desenho e técnica, se degradam perante a falta de manutenção ou são descartadas por exemplares de tecnologia mais avançada e desenho proporcionalmente medíocre. Perante a velocidade de implementação de novas tecnologias e o desuso em que caem as mais antigas, é evidente que falamos de um patrimônio a preservar relativamente recente, mas cujas técnicas são muito distantes das técnicas contemporâneas, o que se reflete consequentemente no projeto e na forma dos artefatos de hoje. À rápida obsolescência das técnicas e do fazer existem algumas reações de vontade da sua preservação, que, podendo ter múltiplas motivações, não devem nunca ser desconsideradas sob a justificativa do pastiche frívolo, uma vez que também na técnica pode residir uma relevante forma de significação na comunicação.

A vontade de expôr a um público mais abrangente (além daquele do design) este projeto - cuja investigação histórica revela um

patrimônio comum, eventualmente esquecido - foi concretizada com o objetivo principal da valorização do patrimônio gráfico num local estratégico da cidade de Lisboa, o Palácio Foz, atualmente o maior ponto de informação turística da cidade. Este local — além da óbvia escolha simbólica — revelou-se, após uma visita inicial, a escolha necessária, ao verificarmos que as vitrines do local, apesar da privilegiada exposição e localização na baixa da cidade, estavam habitualmente vazias também de significados e memórias. Além da valorização do patrimônio gráfico e da sua exposição em local público, esta instalação revelou-se também um enriquecimento à comunicação do turismo de Portugal. Assim se tornam as cidades capazes de proteger o seu patrimônio gráfico urbano enquanto ele ainda é vivo e pode ser vivenciado no espaço público, permitindo uma valorização do lugar.

Nesta luta contra o esquecimento ou o apagar histórico, também do design, está a valorização do patrimônio gráfico, não contra a velocidade do mundo industrializado e em constante mudança, mas pelo interesse que pode ter a identidade gráfica nacional, como também uma representação de Portugal através dos seus grafismos.

## AN IMAGINED PORTUGAL

The concept of identity, both individual and collective, is based on the construction of a history and a past that the memory tries to recover and build upon. This dynamic and complex process, which is not always experienced, often draws from ideas and artifacts produced in the past, whether or not their initial function is still alive in the present. We resort to objects, symbols, and iconographic features as evocative elements of our historical memory in order to define an identity with which we desire to identify ourselves and by which we want to be recognized. This ambivalence between what we are, how we see ourselves, and what we wish to export as identity creates several distinctive and autonomous paths that somehow may end up crossing each other. This coexistence between past and present is not always pacific. When we think about what identity is, we often resort to a memory file; on the other hand, however, many of the ideas that formulate the characteristics of this identity are issues from a recent past, which are reinforced and renewed through a dynamic, living process in the present. Therefore, identity consists in a construction that is reflected by what we accumulate and experience. It is not bound or stagnant, but rebuilt and recreated, though coherence and differentiation play an important role in the way we usually want to be identified.

Naturally, the Portuguese identity results from a history as well as a political, economic, and social context marked by tensions. Portugal experienced a political period characterized by a long lasting dictatorship – 41 years – between 1933 and April 1974. This period has left conditioning scars in the notion of Portugality until this day.

The actual context that marked this period has also proven very propitious for the development of the Portuguese graphic production, which for this reason we consider a fundamental landmark for the analysis and study of both graphic design and the modernist movement, of which it cannot be dissociated. In the political regime designated Estado Novo [also known as Second Republic], a public entity – SPN [Secretariat of National Propaganda], later designated SNI [National Secretariat of Information, Popular Culture, and Tourism] – directed by António Ferro was charged with defining a comprehensive “communication plan” and directing graphic artists to comply with the intentions of the regime. The SPN/ SNI edited innumerable graphic objects, many of them in connection to the field of Tourism, all of them with the basic purpose of promoting an immaculate and exemplary view of Portugal's name and image in Europe and around the world, a goal that led to the creation of the Policy of the Spirit. This program aimed at reforming the country's identity based on a set of actions, and consisted in the implementation of principles of reeducation, civility, higienization, and control of the Portuguese habits. Due to the magnitude of this program and the efficiency of the iconography created to implement it, many of its symbolic references continue to subsist – in the definition of the Portuguese national identity, in the use of symbols and through the association of ideas –, most of which are out of tune with contemporaneity. For instance, we are all familiar with Portuguese souvenirs saturated with roosters of Barcelos and touristic images depicting a picturesque, folkloric, and popular

country that also resorts to the nation's architectural heritage to represent itself. The use of emblematic symbols to identify cities is recurrent, although these elements often have very little to do with the cities' day to day experience and the way their inhabitants interact with their heritage. Monuments, museums, or places are receptacles of enduring, stable memories that give them a lasting quality. These characteristics work as memory triggers, activating a past that is comforting, insofar as it remains immutable and safe.

Graphic heritage also has a role to play in the construction of a country's identity, having also been the fruit of an imagined production/construction. "Identity's collective imagination" has turned into an artifact by means of verbal and visual communication, becoming an important contribution towards the idealization of an imposing and singular past – not always experienced, but nonetheless presumed. This is how design can become an element of selection and edition of both memory and identity, capable of establishing and consolidating an imaginary heritage – without necessarily having to be opposed to these constructions, but gathering and using them to rebuild and reinvent multiple identities.

The project *The Imagined Portugal* results from an ongoing research, and consists in a historical and critical study of the national identity through the analysis and construction of the graphic production developed within the Portuguese context. This search through the graphic iconography focuses on the methods of representation and promotion used by the State apparatus, namely Tourism, while at the same time seeking to reflect on their social and collective construction. The part of the project introduced here, initiated in 2009, is a survey of chronological variations regarding both the expressivity and

the meaning of the name Portugal. The development of the project into an urban intervention was both an inevitable and desired step.

During this intervention, we exhibited a survey of the lettering styles used to inscribe the name Portugal in objects created for official touristic promotion between 1917 and 2007, according to a selection that was grouped and edited to give citizens back part of their cultural heritage, facilitating not only knowledge, but also an actual appreciation of the images that are now obsolete in relation to the initial purpose for which they were produced. More than preservation, our purpose was to exhibit artifacts gathered from different archives during our research. This graphic material had been kept in several public archives designed to guarantee their physical preservation. Our work as researchers involved filing, data search, establishing connections between artifacts, data editing, gathering, and exhibition. These actions were unveiled in an installation that did not consist in the exhibition of the original materials collected, but the transposition of their typographic mat through the use of glass painting technique. In a way, this recollection intended to be informative in the sense that it presented a chronology associated to each word – thus seeking several possible readings to this history.

What ability do these images – Portugal's many forms – have of evoking cultural references of the time they represent? That of being not only elements of belonging, but also of elements of presence. For this reason, these images have an evocative ability. Released from their historical past bound to an archive, they can become relocated references moved away from their historical temporality, even if they are still recognizable through affection. On the other hand, these images carry with them historical, cultural, and

contextual data, reasons why they are protected and safeguarded in suitable archives, which turns them into objects of presence.

Today, the Portuguese graphic heritage – particularly posters and publications whose original value of production and use has been nullified due to the natural course of time and the current cultural policies – is protected and sheltered in municipal or national archives that catalog it and keep it under restricted access, reasons why these images remain visible only to researchers or inquisitive individuals. This reveals the nonsensical way by which the country's graphic and identity heritage is preserved, while in the streets older placards, landmarks, and signs displaying meticulous and sophisticated designs and techniques are discarded and replaced by more advanced technology and design that is proportionately mediocre. In face of the speed with which new technologies are implemented and older ones fall out of use, it is evident that we speak of the preservation of a heritage that is relatively recent, but whose techniques are very distant from their contemporary counterparts, which consequently reflects on the way today's artifacts are projected and shaped. The quick obsolescence of techniques and creations is countered by a desire to preserve them, which, having multiple motivations, should never be disregarded under the justification of the frivolous pastiche, since the technique itself may contain a relevant form of signification in communication.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

- ANDERSON, BENEDICT. *COMUNIDADES IMAGINADAS*. LISBOA: FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN, 2005.
- CARDOSO, RAFAEL. *DESIGN PARA UM MUNDO COMPLEXO*. SÃO PAULO: COSACNAIFY, p.72-97, 2011.
- CASTELLS, MANUEL. *O PODER DA IDENTIDADE*. LISBOA: FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN, 1997.
- FERRO, ANTÓNIO. *ARTE MODERNA, POLÍTICA DO ESPÍRITO*. LISBOA: SNI, 1949. \_\_\_\_\_ . *CATORZE ANOS DA POLÍTICA DO ESPÍRITO*. LISBOA: SNI, 1949.
- GUILLAUME, MARC. *A POLÍTICA DO PATRIMÓNIO*. PORTO: CAMPO DAS LETRAS, p.39-148, 2003.
- PAULA, MANUEL. LISBOA: GRÁFICA, 2003.
- SMITH, ANTONY D. *A IDENTIDADE NACIONAL*. LISBOA: 1997.

The desire to expose a broader public (beyond design) to this project – the historical research for which revealed a common, but eventually forgotten heritage – was achieved, along with our main purpose of valuing the graphic heritage, through the choice of a strategic location in the city of Lisbon, the Foz Palace, currently the city's greatest tourist information center. In addition to the obvious symbolic choice, after an initial visit, this place revealed itself as the needful choice, as we realized that, in spite of their privileged exposure and location downtown, its display windows were generally void also of meaning and memories. In addition to encouraging an appreciation of the graphic heritage and exhibiting it in a public place, this installation also proved to enrich the diffusion of Portugal's Tourism. May other cities become capable of protecting and valuing their urban graphic heritage while it is still alive and can be experienced in public spaces.

This fight against historical oblivion or deletion, which applies also to the design field, involves valuing the graphic heritage, not by resisting the speed of an industrialized and ever changing world, but by taking an interest in our national graphic identity and the representation of Portugal through its graphisms.



# FLUXOS DE IDEIAS E DE INSPIRAÇÕES ENTRE INDÚSTRIAS CRIATIVAS: HIPÓTESES PARA A CONFORMAÇÃO DOS ESPAÇOS DE CRIATIVIDADE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

THE FLOW OF IDEAS AND INSPIRATIONS AMONG THE CREATIVE INDUSTRIES:  
A HYPOTHESIS FOR THE ESTABLISHMENT OF CREATIVE SPACES IN THE CITY OF RIO DE JANEIRO

FLAVIO DA SILVEIRA BRUNO

DOUTORADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO NA APIT/COPPE/UFRJ  
PESQUISADOR NO SENAI/CETIQT E PROFESSOR DO DEPARTAMENTO DE  
ENGENHARIA INDUSTRIAL DA UFRJ.

Ph.D. Candidate in Production Engineering at APIT/COPPE/UFRJ  
SENAI/CETIQT researcher and professor in the Department of Industrial Engineering at UERJ



**CENTRO CARIOCA  
DE DESIGN**





# FLUXOS DE IDEIAS E DE INSPIRAÇÕES ENTRE INDÚSTRIAS CRIATIVAS: HIPÓTESES PARA A CONFORMAÇÃO DOS ESPAÇOS DE CRIATIVIDADE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

## Introdução

A partir dos anos 1970, a perda do monopólio da inovação pelas grandes corporações desviou o interesse do papel do território como promotor das atividades inovadoras e de sua própria transformação, no que diz respeito ao crescimento econômico de regiões antes estagnadas (PIORE; SABEL, 1984). Espaços que sofreram pouca influência das grandes empresas, e que antes eram tidos como inexoravelmente fadados à penúria social e econômica, foram capazes de oferecer condições ideais de desenvolvimento a pequenas e médias empresas, enquanto os territórios superespecializados das grandes corporações fordistas entravam em declínio. Nos últimos anos, a exacerbação do capitalismo financeiro e os efeitos da globalização enfatizaram ainda mais os desequilíbrios entre territórios, comprimindo o espaço e o tempo em que se estabelecem o sucesso ou o fracasso de estratégias desenvolvimentistas públicas e privadas. Atualmente, no que aparenta ser uma nova fase de transição do regime capitalista, políticas e ações, em muitas regiões do mundo, têm se apoiado na “economia criativa”, em busca de modelos alternativos de desenvolvimento de regiões e cidades.

Um dos primeiros mapeamentos de indústrias criativas foi realizado pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido (MINISTERIAL, 2001) com o objetivo de identificar

a contribuição dessas indústrias para o desenvolvimento regional na Inglaterra. Desde então, diversos estudos vêm sendo elaborados em todo o mundo. No Brasil, multiplicam-se iniciativas nos âmbitos federal, estadual e municipal voltadas para a valorização das atividades culturais, do patrimônio arquitetônico e das indústrias criativas como forma de melhorar a qualidade de vida, revitalizando e regenerando ambientes degradados, na esperança de que a atração de talentos criativos para os centros urbanos promova desenvolvimento socioeconômico sustentável. Em 14 de julho de 2011, foi criada a Rede Rio Distrito de Criatividade pelo prefeito (RIO DE JANEIRO, 2011), após a aprovação da cidade do Rio de Janeiro como membro da Rede Mundial de Distritos de Criatividade coordenada pela instituição belga *Flanders Districts of Creativity* (BRUNO; FONSECA NETTO; BRUNO, 2011; BRUNO; RODRIGUES, 2011).

Neste trabalho, desenvolvemos relações entre a criatividade de um local e seus aspectos sociais e territoriais, com o objetivo de contribuir para a identificação e conceituação de espaços criativos na cidade do Rio de Janeiro. Indiretamente, pretendemos embasar princípios que orientem a formulação de ações e de políticas para o fortalecimento da economia criativa na cidade. Fundamentados em experiências e em estudos documentados pela literatura, evidenciamos que a mera caracterização de iniciativas sob a égide da economia criativa ou a simples replicação de

experiências de outros centros poderá não só mostrar-se ineficaz para promover o desenvolvimento da cidade, mas, até mesmo, reduzir a capacidade local de adaptação às dinâmicas econômicas, geográficas, políticas e sociais do mundo globalizado.

A economia criativa é um conceito em formação. Estudos de avaliação de diversas iniciativas de estímulo ao desenvolvimento de uma economia criativa, entretanto, consideram que, devido à adoção precipitada de modelos insuficientemente testados e à falta de fundamentação teórico-empírica adequada, os resultados de muitas experiências não permitem confirmar, nem mesmo, a eficácia das ações voltadas para o aumento do número de empregos e da renda em um local. Nossa preocupação deve, por isso, concentrar-se em saber o que deve ser preservado, criado, regulado e normalizado para que um espaço caracterizado pelo agrupamento de atividades criativas espontâneas mantenha e desenvolva seus capitais humanos, culturais, sociais, institucionais e naturais. A criação de espaços de convivência e de trocas amplas - sociais e econômicas - por meio de políticas e ações que valorizem a qualidade de vida por intermédio da preservação e desenvolvimento do patrimônio, da tradição, da cultura, da densidade e da diversidade das interações, contribuem para reforçar a identidade de um local, refutando a visão reducionista do espaço como subproduto da conformação geográfica e política de unidades produtivas e de atividades econômicas especializadas (BRUNO; RODRIGUES, 2011).

Inspirados na teoria da força dos laços fracos de Granovetter (1973), esperamos poder contribuir para a identificação das condições em que as ideias novas

fluem entre diferentes segmentos localizados na cidade, revelando a importância relativa dos espaços para a convivência de profissionais criativos, como designers, arquitetos, cineastas e desenvolvedores de software.

Na seção dois, descrevemos e analisamos iniciativas internacionais que enfatizam a criatividade como ativo essencial ao desenvolvimento. Na seção três, discutimos o conceito de Distritos de Criatividade. A seção quatro apresenta as atividades criativas da cidade do Rio de Janeiro que podem ser objeto de investigações exploratórias. Na seção cinco, revemos construtos e resultados da teoria da força dos laços fracos, traduzidos para os intuitos desse trabalho. A seção seis desenvolve oito hipóteses para futura investigação em função de condicionantes da geração e do fluxo de ideias novas nos segmentos de Design, Moda, Arquitetura, Software e Audiovisual.

#### A Criatividade como mais um Ativo Econômico

O mapeamento das indústrias criativas do Reino Unido foi a primeira tentativa abrangente de medir a contribuição econômica dessas indústrias, esboçando um conjunto de ações a serem seguidas por governo e iniciativa privada. Mapeamentos similares sucederam-se na Dinamarca, Alemanha, Austrália, Nova Zelândia, Espanha, Áustria, Cingapura, Holanda e Bélgica (BRAUN; LAVANGA, 2007). A busca pelo novo enfoque estendeu-se na noção de Distritos de Criatividade e, em 2004, uma rede mundial de regiões foi criada pelo *Flanders Districts of Creativity*, com o objetivo de trocar experiências e lições aprendidas sobre o impacto de políticas econômicas criativas no mercado de trabalho e na educação, ciência e inovação.

Após o sucesso de suas ideias, Richard Florida uniu-se a Irene Tinagli para desenvolver o *Euro-Creativity Index* e comparar 14 países europeus, nórdicos e escandinavos com os Estados Unidos (FLORIDA; TINAGLI, 2004). Outros índices foram elaborados, apoiados em dados demográficos e socioeconômicos, para avaliar e comparar internacionalmente a criatividade de países e regiões, medida pelo desempenho em inovação, empreendedorismo e abertura à diversidade sociocultural (e.g. HONG KONG..., 2005; BOWEN; MOESEN; SLEUWAEGEN, 2006; KEA, 2009). Estudos de caso foram realizados pelo *Creative Spaces Research Project* (LONDON..., 2005) e, mais recentemente, o projeto *Accommodating Creative Knowledge*, coordenado pela Universiteit Van Amsterdam (2011), tem reunido projetos e ações em regiões metropolitanas da União Europeia para avaliar o impacto da classe criativa na competitividade regional. A UNCTAD (2010) atualizou seu relatório de 2008, compendiando conceitos, princípios, políticas e estratégias de promoção das indústrias criativas. Neste relatório, as indústrias criativas são agrupadas segundo diferentes modelos taxionômicos, que tanto podem enfatizar a propriedade intelectual, como na definição da *World Intellectual Propriety Organization* (2003), quanto o valor da cultura popular (cf. HESMONDHALGH; PRATT, 2005), sinalizando para a importância da conotação adotada no direcionamento de políticas.

Indícios de destruição cultural, evasão de artistas e perda da identidade local (SABATÉ; TIRONI, 2008; EVANS, 2009; BRENAN-HORLEY; GIBSON, 2009; ZURKIN; BRASLOW, 2011) sugerem, entretanto, que

sob a bandeira das indústrias criativas esconde-se uma mera ampliação dos modelos de acumulação capitalista que vigoram concomitantemente nas outras indústrias. Além disso, iniciativas que resultem, intencionalmente ou não, na especialização dos ativos sociais e intelectuais de um local em detrimento de sua diversidade podem ser até mesmo contraproducentes, pois reduzem sua capacidade adaptativa (DESROCHERS, 2001, p.388). Para uma abordagem realmente transformadora de economia criativa, deverá haver uma inversão no sentido das iniciativas usualmente empregadas para promoção de desenvolvimento. A atração e a instalação de firmas como finalidade das iniciativas estatais, visando a progressão socioeconômica de um território, deve ser substituída pelo desenvolvimento de agentes locais que promovam a criatividade técnica e artística. O processo civilizatório de uma nação econômica resultaria, assim, das interações socioculturais que ocorrem em um território, não sendo este processo um efeito determinístico da instalação de atividades econômicas ou do progresso da técnica (DESROCHERS; HOSPERS, 2007, p.120).

#### Distritos de Criatividade: Espaços Plurais de Interação

As ideias de Castels (2009), em que espaços de lugares e espaços de fluxos criam diferentes formas de compartilhamento de experiências criativas, locais e globais, podem contribuir para projetos de revigoração da cidade do Rio de Janeiro. Para tanto, é preciso investigar a relação entre criatividade e essas duas formas de representação do espaço, a partir das condições de preservação, transmissão

e desenvolvimento da criatividade nas indústrias criativas da cidade do Rio de Janeiro. Partindo da premissa de que a criatividade humana é um ativo comum e presente em todas as atividades, variável independente da forma e da matriz lógica que a emprega, podemos relacionar, indiretamente, as atividades criativas, com finalidade econômica ou não, ao espaço em que se localizam, partindo em busca da identificação dos vetores que induzem o fluxo de ideias entre as diferentes indústrias e atividades criativas. Políticas e ações devem desenvolver uma atividade sem mitigar outras, ou, pelo menos, identificar que fatores devem ser previamente conhecidos em um local antes de submeter seus habitantes a iniciativas que possam alterar sua própria identidade sociocultural e seu potencial criativo, atributo de sobrevivência para enfrentar o dinamismo dos territórios e das sociedades.

Entendemos que um Distrito de Criatividade (DC) deva referir-se a núcleos territoriais naturais, providos de símbolos únicos e valores consolidados pela tradição que os caracterizem e diferenciem em seus capitais humanos, culturais, naturais, sociais e institucionais. Partimos do princípio que os DCs são manifestações socioculturais espontâneas, com contornos geográficos, políticos e administrativos claramente definidos ou não, que germinam em determinados territórios, compondo, em um mosaico, a identidade de uma região. Axiomaticamente, em um DC, a criatividade é, em nosso trabalho: (a) um atributo humano que se manifesta socialmente, e (b) que só se manifesta plenamente em um território em que estão presentes qualidades sociais, como diversidade, tolerância, pluralidade, acessibilidade e simetria de poder.

A revitalização e a proteção de núcleos identificados como DCs, por intermédio de políticas e ações públicas de preservação e de conscientização social dos valores, símbolos e patrimônios culturais de um lugar, permitirão que o espaço de DCs evolua, realimentando continuamente as formas de desenvolvimento social integradas às trajetórias culturais e narrativas tradicionais, não sendo, portanto, um espaço criado pela ou para a atividade econômica, seja ela representativa de qualquer modelo ou forma de acumulação capitalista – industrialista de massa ou flexível, de aprendizado ou criativa – o que não significa negação ou oposição a qualquer implantação econômica.

A progressão natural de DCs em uma região, resultante da evolução de seus capitais, implicará, evidentemente, na atração gradual de atividades econômicas e de outras classes criativas externas. A instalação de espécies alienígenas de atividades econômicas e de grupos sociais atraídos pelas qualidades locais e estilo de vida particulares poderá destruir e alterar seus capitais, provocando a evasão de seus principais agentes criativos e culminando na perda de sua capacidade de sobrevivência como região. Tal processo ameaça estabelecer um ciclo vicioso que tende a impedir que manifestações enraizadas no território floresçam e se desenvolvam plenamente, alterando gradualmente a identidade local. Núcleos de criatividade territorial, em que se localizam indústrias e atividades criativas, estabelecerão os marcos de um espaço social e econômico criativo, desde que não sejam sistematicamente colonizados pelas formas e racionalidades econômicas dominantes.

## As Atividades Criativas da Cidade do Rio de Janeiro

O núcleo da indústria criativa do Estado do Rio de Janeiro definido pela FIRJAN é idêntico ao núcleo identificado pelo Ministério da Cultura, Mídia e Esportes britânico: Expressões Culturais, Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme & Vídeo, TV & Rádio, Mercado Editorial, Software & Computação, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade. O núcleo foi expandido para incluir atividades que não se limitassem ao setor de serviços (FEDERAÇÃO..., 2008, p.15). No plano estratégico da cidade (RIO..., 2012), Design, Moda e Audiovisual são identificadas como as atividades representativas das indústrias criativas do Rio de Janeiro, contempladas com metas e orçamentos para que possam contribuir com o objetivo de tornar a cidade mais integrada e competitiva globalmente (ibid, p.11-13, 78-81). Devido às iniciativas de regeneração urbana que estão em curso e para representar as indústrias intensivas em tecnologia, sugerimos a inclusão das atividades Arquitetura e Software.

A partir da literatura revisada, constatamos que as características e atributos das indústrias criativas dependem dos objetivos das políticas de desenvolvimento. Além disso, qualquer categorização que se baseie em dimensões descritivas socioeconômicas que não parta do levantamento de dados de campo com este fim, se apoiará, necessariamente, nas bases de dados estruturadas em ocupações ou produção de bens e serviços que observam as divisões econômica, social e espacial do trabalho, tributárias, por sua vez, dos modos industrialistas de acumulação.

A seleção dos segmentos e das atividades que serão objeto de fomento e incentivo é apenas a porta de entrada de um vasto campo de exploração. Deve-se considerar que em um ambiente acessível, plural, diverso, tolerante e simétrico de poder é provável que novas atividades estejam sempre em constante gestação. Locais onde ocorrem oportunidades de convivência entre atores de segmentos não identificados como relevantes, por exemplo, poderão ser eliminados ou desvalorizados por iniciativas que visem favorecer uma atividade formalmente instituída como pertencente à classe de indústrias criativas da cidade. Além disso, nem todas as redes sociais pelas quais as ideias fluem podem estar corretamente identificadas quando apenas um grupo de atividades é escolhido: atores e agentes criativos dos segmentos priorizados podem muito bem buscar suas ideias em outras redes. Dessa forma, políticas de estímulo a uma determinada atividade poderão eliminar as condições de sobrevivência de outras atividades não identificadas. Se tais atividades forem fundamentais para a criatividade daquelas que pertencem ao grupo instituído, estas também fenecerão.

### A Contribuição da Teoria da Força dos Laços Fracos

Podemos nos basear nos construtos e desdobramentos da teoria da força dos laços fracos de Granovetter (1971) para identificar a importância dos espaços de lugares e dos espaços de fluxos na geração e fluxo de novas ideias entre atividades criativas. Importante contribuição à teoria de Granovetter foi dada por Burt (2004) ao propor que pessoas – *brokers* - que atuam em vazios de uma

estrutura social têm maior chance de ter boas ideias. Os comportamentos e as opiniões em um mesmo grupo são mais homogêneos do que entre grupos, o que faz com que aqueles que conectam grupos distintos tenham acesso a formas alternativas de pensar e de se comportar em diferentes situações. Além disso, os *brokers* são essenciais para a transmissão de ideias de um grupo socialmente coeso para outro.

Pesquisas com profissionais de empresas intensivas em tecnologia apresentam resultados mais difusos sobre a influência dos laços entre as pessoas na criatividade. Por exemplo, estudando indústrias de tecnologia de informação e comunicação, Teigland e Wasko (2000) encontraram que a opção por colegas próximos resulta em menor criatividade, comparada à participação em comunidades eletrônicas. Já o enraizamento social e cultural de empreendedores de cerca de 700 *start-ups* foi identificado por Ruef (2002) como sendo deflagrador da combinação de ideias. Seus resultados sugerem que as armadilhas da conformidade podem ser evitadas pela diversificação das redes, e pela ênfase na concepção abstrata de ideias, em lugar da opção por ações concretas e precipitadas. Também o enraizamento cultural, por vezes, parece ser tão relevante quanto o social: “extensa experiência em uma indústria leva a meios e fins de natureza previsível, inibindo a inovação organizacional no processo” (ibid, p. 446). Em outros estudos, a conformidade é identificada como moderadora da relação entre laços fracos e criatividade, de tal forma que quando a conformidade é baixa, os profissionais mostram-se mais criativos em níveis intermediários de laços

fracos do que quando a conformidade é alta (ZHOU et alii, 2009, p.11). Conformidade, nesse caso, refere-se a preferências por ações que evitem contrariar normas e expectativas sociais. Profissionais que tenham fortes valores de conformidade restringem mais sua busca de informação com laços fracos, porque, evidentemente, esses contatos não respeitam as expectativas e normas existentes em suas redes mais densas.

Analisando empregados de uma empresa agrícola, Baer (2010) identificou que a abertura a novas experiências surge como um fator crítico da personalidade dos indivíduos, estabelecendo o grau de imersão a que são capazes de sujeitar-se e logo a extensão de benefícios que serão capazes de obter em redes de tamanho e de laços fracos ótimos. McFadyen, Semadeni e Cannella Jr. (2009) investigaram a criação de conhecimento com pesquisadores biomédicos. Nesse tipo de atividade, os resultados mostram que forças medianas dos laços interagem com a densidade das redes de tal forma que pesquisadores que mantêm muitos laços fortes com outros colaboradores que, por sua vez, estão compreendidos em redes esparsas possuem os mais altos níveis de criação de conhecimento. Laços fortes e redes esparsas impulsionam-se mutuamente aumentando significativamente a criação de novos conhecimentos. A explicação é que apesar de redes profissionais de baixa densidade apresentarem maior diversidade de conhecimentos, a falta de laços fortes cria poucas interações, limitando as trocas efetivas entre todos os conhecimentos que armazena.

A criatividade é um processo social, e

é através da comunicação que os indivíduos entram em contato com os padrões adotados por outros e têm acesso a novas perspectivas e a conhecimentos únicos, além de sentirem-se apoiados para empreender suas novas ideias (OHLY; KASE; SKERLAVAJ, 2010). Em uma firma de desenvolvimento de software, Sosa (2011) descobriu que laços fortes atuam como catalisadores na geração de ideias criativas quando unem atores motivados para trabalhar juntos. Seus resultados confirmam a noção de que, quando a coesão de uma rede excede os níveis médios, os níveis de geração de ideias criativas são prejudicados, pois há mais reprodução de ideias existentes do que desenvolvimento de novas formas de pensar.

O fluxo de criatividade entre redes sociais é função das características estruturais, técnicas, organizacionais e da própria essência das atividades. Quando se quer avaliar a contribuição da criatividade ao desenvolvimento, deve-se considerar o tipo de atividade, o grau de codificação e de formalização de seus processos criativos e sua ancoragem, em indústrias intensivas em ciência e tecnologia ou em arte e cultura, evitando-se sempre a uniformização pelo emprego de critérios de desempenho socioeconômico característicos das outras indústrias.

## 6 - Proposição de Hipóteses

Transformando os resultados das teorias de redes sociais para estabelecer relações entre capitais, espaço e criatividade, teremos: (a) espaços criativos contribuem para a preservação das trocas sociais entre profissionais criativos de diferentes

atividades, ampliando o acesso a informações novas e diversas; (b) espaços criativos associados à identidade da cidade são essenciais para que símbolos locais sejam apropriados por profissionais criativos, e (c) a diversidade dos espaços criativos caracterizados pelas identidades construídas histórica e culturalmente em cada localidade da cidade cria contextos múltiplos que amplificam as capacidades criativas de todas as atividades localizadas na cidade, reduzindo o encapsulamento dos profissionais de criação.

Nossa primeira hipótese procura identificar se a percepção dos trabalhadores criativos sobre a contribuição do local na criatividade é uniforme em todos os segmentos: (H1) a percepção de trabalhadores criativos sobre a influência dos atributos do local na criatividade depende do tipo de indústria.

Com relação ao papel dos *brokers* na ligação entre diferentes segmentos, formulamos: (H2) a percepção de trabalhadores criativos sobre a influência de outras indústrias criativas depende do papel de intermediários – pessoas ou instituições - que atuam como nós por onde fluem novas ideias entre indústrias de diferentes segmentos.

Para entender sobre a simetria nas trocas de ideias relevantes entre indústrias criativas do grupo: (H3) a transitividade do fluxo de ideias depende do tipo de indústria, ocorrendo com maior frequência entre todas as indústrias do grupo e a indústria da moda.

Para saber sobre a importância das instituições na geração e transmissão de novas ideias: (H4) na percepção de trabalhadores criativos, instituições-chave locais influem decisivamente na geração de novas ideias relevantes.

Em um ambiente plural, diverso, tolerante e simétrico de poder é provável que novas atividades estejam sempre em constante gestação, mas a percepção sobre sua relevância pode não ser uniforme. Assim: (H5) a percepção de trabalhadores criativos sobre a influência de indústrias criativas não contempladas no grupo de pesquisa depende do tipo de indústria.

Espaços de lugares onde ocorrem oportunidades de convivência entre segmentos invisíveis poderão ser eliminados ou desvalorizados por iniciativas que visem favorecer um ou outro grupo formalmente instituído. A importância dos espaços de fluxos, no entanto, também deve ser identificada. Sendo assim: (H6) a existência de lugares de convivência no local é percebida pelos trabalhadores criativos como relevante para a criatividade moderada pelo tipo de indústria, e (H7) a relevância da infraestrutura de informação e comunicação e das redes digitais para a geração de ideias criativas depende do tipo de indústria e do local.

Em espaços criativos devemos encontrar indícios de enraizamento territorial, quer dizer, do desenvolvimento de atividades solidamente apoiadas na tradição e cultura locais. Nesse caso: (H8) na percepção de trabalhadores criativos, a relação entre a influência dos atributos do local na criatividade e a influência geral do *milieu* da cidade na criatividade depende da localização da empresa e do tipo de indústria.

Para que seja possível explorar essas relações hipotéticas sugerimos a operacionalização da criatividade através do grau de ineditismo de ideias novas.

## Conclusão

Nossas hipóteses poderão guiar a formulação de projetos destinados a identificar relações entre aspectos sociais e territoriais e a criatividade, fatores que assumimos como sendo essenciais ao desenvolvimento dos capitais da cidade do Rio de Janeiro. Iniciativas que pretendam desenvolver a economia criativa da cidade deverão ser capazes de preservar e amplificar os ativos que fomentam a criatividade local. Ações e políticas que se fundamentem em estudos baseados em categorias empregadas para descrever os modelos econômicos capitalistas até hoje adotados estarão inevitavelmente contaminadas pela mesma matriz racional. Se as atividades criativas têm um papel a desempenhar no desenvolvimento do grau de civilização de um determinado espaço geográfico, não será a partir de mecanismos de atração ou de sustentação de negócios que os benefícios sociais emergirão. Também não será através da atração ou desenvolvimento interno de talentos especializados, pois isto acarretaria redução da diversidade local. Por outro lado, não se trata de negar o papel e a contribuição das atividades econômicas. Ao invertermos o sentido de meios e fins, entre o social e o econômico, estamos apenas direcionando nossos esforços para a preservação de um atributo humano que consideramos essencial para seu pleno desenvolvimento. Os elementos e estruturas econômicas são imperfeitos e sempre estarão em processo de aperfeiçoamento; sua demanda por recursos políticos, humanos e financeiros força, inevitavelmente, a convergência de todos



os esforços para o seu atendimento, prorrogando indefinidamente a conquista dos fins para os quais são meio. Por outro lado, se nos voltarmos para o atendimento das necessidades sociais humanas, teremos favorecido o desenvolvimento de alguns dos recursos mais raros almejados pelas empresas, sem degradar a qualidade de vida e sem destruir as características dos grupos sociais que habitam um determinado local.

Para que ocorra o desenvolvimento das indústrias criativas da cidade, é preciso identificar as formas e meios pelos quais a criatividade localizada no território flui entre empresas de um mesmo grupo de atividades e entre grupos distintos. Precisamos,

no entanto, ser capazes de avaliar que empresas de fato podem ser classificadas dentro de um mesmo agrupamento taxionômico, ou pelo, menos, que propriedades – no que se refere ao fluxo de ideias criativas – elas compartilham ou complementam entre si. Pesquisas poderão explorar as relações hipotéticas que propusemos a partir da avaliação do fluxo de novas ideias em atividades criativas da cidade. A identificação do grau de enraizamento de cada tipo ou categoria de atividade em espaços de fluxos ou de lugares auxiliará políticas e ações a impulsionar a economia criativa da cidade fazendo uso pleno da diversificação e riqueza de seus capitais.

# THE FLOW OF IDEAS AND INSPRIATIONS AMONG THE CREATIVE INDUSTRIES: A HIPOTHESIS FOR THE ESTABLISHMENT OF CREATIVE SPACES IN THE OF RIO DE JANEIRO

## Introduction

On the topic of the economic growth of previously stagnated regions, beginning in the 1970s, the loss of the innovation monopoly by big corporations shifted interest to the role of the territory as a promoter of innovative activities and of its own transformation (PIORE; SABEL, 1984). Spaces that were hardly influenced by big enterprises, and that used to be seen as inexorably destined to social and economic misery, began to offer ideal conditions for the development of small to medium businesses, while territories that once were overspecialized by the great Fordist corporations began to decline. In the last few years, the exacerbation of financial capitalism and the effects of globalization have placed an even greater emphasis on the unbalance between territories, compressing the space and time in which the success or failure of public and private developmentist strategies is established. Today, in what appears to be a new transitional phase of the capitalist regime, policies and actions all over the world rely on the "creative economy" in search of alternative models of development for regions and cities.

One of the first mappings of creative industries was conducted by the Department of Culture, Media and Sports in the United Kingdom (MINISTERIAL..., 2001) with the purpose of identifying the contribution of these industries toward regional development in England. Since then, several studies have been conducted all over the world. In Brazil, we have seen a proliferation of initiatives at the federal, state, and municipal

levels, aiming at valuing cultural activities, architectural heritage, and creative industries as a means of improving the quality of life as well as revitalizing and regenerating degraded environments, in hope of promoting sustainable socioeconomic development by attracting creative talents to the urban centers. On July 14, 2011, the mayor of Rio de Janeiro (RIO DE JANEIRO, 2011) created the Rio District of Creativity Network after the city was approved as a member of the District of Creativity Network, coordinated by the Belgian institution Flanders Districts of Creativity (BRUNO; FONSECA NETTO; BRUNO, 2011; BRUNO; RODRIGUES, 2011).

In this paper, we explore the relationships between the creativity of a place and its social and territorial aspects, with the purpose of contributing to the identification and conceptualization of creative spaces in the city of Rio de Janeiro. Our goal is to consolidate principles that may direct the formulation of actions and policies aiming at strengthening the city's creative economy. Based on experiences and studies documented by the existing literature, we demonstrate that the simplistic characterization of initiatives under the umbrella of creative economy and the mere replication of the experiences of other centers may not only prove ineffective in the promotion of the city's development, but also reduce the local ability to adapt to the economic, geographical, political, and social dynamics of the globalized world.

The creative economy is a developing concept. Assessment studies of several initiatives aiming at stimulating the development of a creative economy, however, suggest

that, due to the hurried adoption of insufficiently tested models and the lack of an adequate theoretical-empirical foundation, the results of many of these experiences are not enough to confirm the efficiency of the actions designed to create jobs and increase local income. Therefore, we should focus our attention on knowing what must be preserved, created, regulated, and normalized in order for a space characterized by the convergence of spontaneous creative activities to maintain and develop its human, cultural, social, institutional, and natural capitals. The creation of spaces dedicated to a broad range of social and economic interactions and exchange through policies and actions that value the quality of life through the preservation and development of heritage, culture, relational density and diversity contribute to reinforce local identity, refuting the reductionist view of space as a byproduct of the geographic and political configuration of productive units and of specialized economic activities (BRUNO; RODRIGUES, 2011).

Inspired by Granovetter's Theory of the Strength of Weak Ties (1973), we hope to contribute towards the identification of conditions in which new ideas may flow among the different segments in the city, revealing the relative importance of spaces dedicated to the interaction of creative professionals such as designers, architects, movie makers, and software developers.

In section 2, we describe and analyze international initiatives that emphasize creativity as an essential developmental asset. In section 3, we discuss the concept of District of Creativity. Section 4 introduces the creative activities that are likely to become objects of exploratory investigations. In section 5, we review the constructs and results of the Theory of the Strength of Weak Ties translated to the purposes of

this paper. Section 6 introduces eight hypotheses for future investigation in accordance with factors that regulate the generation and flow of new ideas within the design, fashion, architecture, software, and audiovisual sectors.

## Creativity as Another Economic Asset

The mapping of creative industries in the United Kingdom was the first extensive attempt to measure the economic contribution of these industries, outlining a series of actions to be taken by the government and the private sector. Similar mappings later took place in Denmark, Germany, Australia, New Zealand, Spain, Austria, Singapore, Holland, and Belgium (BRAUN; LAVANGA, 2007). The search for a new focus was expanded through the notion of Districts of Creativity, and in 2004 a worldwide network of regions was created by Flanders Districts of Creativity with the purpose of exchanging experiences and lessons learned about the impact of creative economic policies on the labor market, on education, science, and innovation.

Following the success of his ideas, Richard Florida joined Irene Tinagli to develop the Euro-Creativity Index and compare 14 European, Nordic, and Scandinavian countries with the United States (FLORIDA; TINAGLI, 2004). Based on demographic and socioeconomic data, other indexes were created to evaluate and compare the creativity of countries and regions around the globe by measuring their performance in terms of innovation, entrepreneurship, and their level of openness to sociocultural diversity (e.g. HONG KONG..., 2005; BOWEN; MOESEN; SLEUWAEGEN, 2006; KEA, 2009). Case studies were conducted by the Creative Spaces Research Project (LONDON..., 2005), and, more recently, the project

Accommodating Creative Knowledge, coordinated by the University of Amsterdam (2011), has assembled projects and actions in metropolitan areas within the European Union in order to evaluate the impact of the creative class in regional competitiveness. The UNCTAD (2010) has updated its 2008 report, summarizing concepts, principles, policies, and strategies for the promotion of the creative industries. In this report, the creative industries are grouped according to different taxonomic models, which can either emphasize intellectual property – as in the definition by the World Intellectual Property Organization (2003) – or the value of popular culture (cf. HESMONDHALGH; PRATT, 2005), pointing out the importance of the connotation adopted in policy direction.

Indications of cultural destruction, the evasion of artists, and the loss of local identity (SABATÉ; TIRONI, 2008; EVANS, 2009; BRENAN-HORLEY; GIBSON, 2009; ZURKIN; BRASLOW, 2011) suggest, however, that under the banner of the creative industries hides a mere expansion of the models of capital accumulation that concomitantly rule the other industries. Moreover, initiatives that intentionally or unintentionally result in the specialization of a place's social and intellectual assets to the detriment of its diversity can become counterproductive, as they reduce its adaptive capacity (DESROCHERS, 2001, p.388). For a truly transforming approach to the creative economy, the direction of the initiatives that are usually employed to promote development must be inverted. The attraction and installation of businesses as the purpose of the government's initiatives for the socioeconomic progress of a territory must be replaced by the development of local agents that promote technical and artistic creativity. Therefore, the civilizatory process of an economic nation would be a result

of the sociocultural interactions that occur within a territory, and not a deterministic effect of the installation of economic activities or technical progress (DESROCHERS; HOSPERS, 2007, p.120).

### Districts of Creativity: Plural Spaces of Interaction

Castells's ideas (2009) – according to which spaces of places and spaces of flows create different ways of sharing creative, local, and global experiences – can contribute to projects that aim at reinvigorating the city of Rio de Janeiro. To that end, we need to investigate the relationship between creativity and these two forms of space representation based on the conditions of preservation, transmission, and development of creativity in the city's creative industries. On the assumption that creativity is an asset both common and present in every human activity, and that it varies regardless of the form and logical matrix that employs it, we may indirectly associate creative activities – irrespective of whether or not they have an economic end – with the space where they take place in an attempt to identify the vectors that induce the flow of ideas among the different creative industries and activities. Policies and actions must develop an activity without weakening others, or, at least, identify which factors must be previously known in an area before submitting its inhabitants to initiatives that may alter their own sociocultural identity and creative potential, a survival attribute developed to tackle the dynamism of territories and societies.

We understand Districts of Creativity (DC) as natural territorial nucleuses with unique symbols and values that are consolidated by the traditions that characterize and

differentiate them in terms of their human, cultural, natural, social, and institutional capitals. We assume that DCs are spontaneous sociocultural manifestations that may or not have clearly defined geographic, political, and administrative contours, and that germinate in certain territories, composing, as if in a mosaic, a region's identity. Axiomatically, in our paper, creativity in a DC means: (a) a human attribute that is socially manifested, and that (b) can only be fully manifested in a territory that possesses certain social qualities, such as diversity, tolerance, plurality, accessibility, and power symmetry.

The revitalization and protection of nucleuses identified as DCs through policies and public actions that focus on the preservation and social awareness of a place's cultural values, symbols, and heritage will make it possible for the DCs' space to evolve, providing a continuous nurturing of social development strategies in connection to cultural trajectories and traditional narratives. This does not characterize it, therefore, as a space created by or for economic activity, be it representative of any model or form of capital accumulation – mass industry or flexible, learning or creativity based –, which does not mean a negation of or opposition to any economic implantation.

The natural progression of DCs in a region that results from the evolution of its capitals will evidently imply the gradual attraction of economic activities and other external creative classes. The installation of outlandish types of economic activities and social groups attracted by local qualities and particular lifestyles might destroy and alter a region's capitals, causing the evasion of its main creative agents and culminating in the loss of its survival ability as a whole. This process threatens the establishment of a vicious cycle that

tends to keep manifestations rooted in the territory from fully flourishing and developing, gradually altering the local identity. As long as they are not systematically colonized by dominant economic forms and rationalities, nucleuses of territorial creativity, which provide the stage for creative industries and activities, will become the landmarks of a creative social and economic space.

### Creative Industries in The City of Rio de Janeiro

The nucleus of the creative industry in Rio de Janeiro state defined by FIRJAN is identical to the one identified by the British Ministry of Culture, Media and Sports: Cultural expressions, scenic arts, visual arts, music, film & video, TV & radio, publishing market, software & computing, architecture, design, fashion, and publicity. The nucleus was expanded to include activities that are not limited to the service sector (FEDERAÇÃO..., 2008, p.15). In the city's strategic plan (RIO..., 2012), design, fashion and audiovisual were identified as activities that are representative of Rio de Janeiro's creative industry, being given targets and budgets so as to be able to contribute towards the goal of making the city better integrated and competitive on a global scale (ibid, p.11-13, 78-81). Due to the urban regeneration initiatives that are underway and in order to represent technology-intensive industries, we suggest the inclusion of architecture and software.

Based on the researched literature, we verified that the creative industry's characteristics and attributes depend on the goals of development policies. Moreover, any categorization based on socioeconomic descriptive dimensions without taking into consideration field data gathered for this purpose

will necessarily rely on data bases that are structured in occupations or goods and service products that observe the economic, social and spatial divisions of labor, thus being subject to industrialist accumulation models.

The selection of which segments and activities will become the object of fostering and incentive is just the entry door of a vast exploration field. We should take into account that, in an environment characterized by accessibility, plurality, diversity, tolerance, and power symmetry, new activities will likely be in constant development. Places that offer interaction opportunities to actors of segments not identified as relevant, for instance, might be eliminated or underrated by initiatives that favor formally organized activities as being part of the category of creative industries in the city. Moreover, not all social networks through which ideas flow may be correctly identified when only one activity group is chosen: creative actors and agents of the prioritized segments may very well get their ideas from other networks. Therefore, policies that stimulate a certain activity might eliminate survival conditions for other unidentified activities. If these activities are essential for the creativity of those belonging to the instituted group, these will also perish.

### The Contribution of The Theory of The Strength of Weak Ties

We can base ourselves on the constructs and breakdown of Granovetter's theory of the strength of weak ties (1971) to identify the importance of spaces of places and spaces of flows in the generation and flow of new ideas among creative activities. Burt (2004) made an important contribution to Granovetter's theory when he proposed that

people – brokers – who work within structural holes are more likely to have good ideas. Opinion and behavior are more homogeneous within a same group than between groups, so people connected across groups have more access to alternative ways of thinking and behaving in different situations. Moreover, brokers are critical to the transmission of ideas from a socially cohesive group to another.

Research conducted with professionals of technology-intensive businesses show more diffused results about the influence of social ties in creativity. For instance, when studying IT and communication industries, Teigland and Wasko (2000) found out that the option for close colleagues results in less creativity when compared to participation in social networks. The social and cultural embeddedness of entrepreneurs in over 700 organizational startups were identified by Ruef (2002) as triggering combinations of ideas. These results suggest that the pitfalls of conformity can be avoided by diversifying networks and emphasizing abstract conceptions of ideas rather than concrete implementations. Cultural embeddedness appears to be as important as social embeddedness: "Extensive experience in an industry leads to predictability of means and achievement of ends, inhibiting organizational innovation in the process." (ibid., p. 446). In other studies, conformity is identified as a moderator of the relationship between number of weak ties and creativity, so that, when conformity is low, employees exhibit more creativity at intermediate levels of number of weak than when conformity is high (ZHOU et alii, 2009, p.11). Conformity, in this case, refers to a preference for activities that avoid opposing social norms and expectations. Employees with strong conformity values restrict their search for information even more with weak ties

because, evidently, these contacts do not respect the existing expectations and norms in their more dense networks.

By analyzing employees from an agricultural-processing firm, Bauer (2010) identified openness to new experiences as a critical personality factor determining the degree of immersion they are able to subject themselves to and consequently the extent to which they will be able to harness the benefits associated with diverse networks of optimal size and weak strength. McFadyen, Semadeni and Cannella Jr. (2009) investigated knowledge creation among biomedical researchers. In this type of activity, results demonstrate that average tie strength interacts with network density to affect knowledge creation, so that researchers who maintain mostly strong ties with research collaborators who themselves comprise a sparse network have the highest levels of new knowledge creation. Strong ties and sparse ego networks enhance one another to dramatically boost the level of knowledge creation. The implication is that, although the sparse ego network includes greater knowledge diversity, the lack of strong ties suggests few interactions, limiting effective exchange of potentially available diverse inputs.

Creativity is a social process, and it is through communication that individuals get in touch with the standards adopted by others and have access to new perspectives and unique knowledge, while also feeling supported enough to undertake their new ideas. (OHLY; KASE; SKERLAVAJ, 2010). In a software development firm, Sosa (2011) found out that strong ties act as catalysts of the generation of creative ideas when they unite actors motivated to work together. The results of the study confirmed the notion that, when network cohesion exceeds

average levels, the generation of creative idea is hindered, since the reproduction of existing ideas surpasses the development of new ways of thinking.

The creative flow between social networks is a result of the activities' structural, technical, and organizational characteristics as well as of its own essence. When attempting to evaluate the contribution of creativity to development, one must consider the type of activity, the degree of codification and formalization of its creative processes, and its foundation – science and technology intensive industries or art and culture –, always avoiding the uniformization that results from the use of socioeconomic performance criteria that characterize other industries.

### Hypotheses Proposition

When we apply the results of social network theories to establish relationships between capitals, space, and creativity, we have: (a) creative spaces contribute to the preservation of social exchanges between creative professionals in different sectors, increasing access to new and diverse information. (b) creative spaces associated to the city's identity are essential in order for local symbols to be appropriated by creative professionals, and (c) the diversity of creative spaces characterized by identities that are historically and culturally built in each city location creates multiple contexts that amplify creative abilities in every activity that takes place within the city, thus reducing the encapsulation of creative professionals.

Our first hypothesis aims to determine whether the perception creative workers have of the contribution of the creative space is uniform in every segment: (H1)The perception

creative workers have of the influence of the creative space's attributes depends on the type of industry.

In regards to the role of brokers in connecting different segments, we have formulated: (H2) The perception creative workers have of the influence of other creative industries depends on the role of intermediates – people or institutions – that act like knots through which new ideas flow among industries of different segments.

In order to understand the symmetry of the exchange of relevant ideas between creative industries within the group: (H3) The transitivity of the flow of ideas depends on the type of industry, occurring with greater frequency among all industries within the group and the fashion industry.

In order to know the importance of institutions in the generation and transmission of new ideas: (H4) According to the creative workers' perception, key local institutions decisively influence the generation of new relevant ideas.

In an environment characterized by plurality, diversity, tolerance, and power symmetry, new activities are likely in constant development, but the perception of their relevance may not be uniform. Therefore: (H5) The perception creative workers have of the influence of creative industries not included in the research group depends on the type of industry.

Spaces of places that offer opportunities for interaction between invisible segments might be eliminated or underrated by initiatives that seek to favor a formally organized group. The importance of spaces of flows, however, must also be identified. Therefore: (H6) The existence of interaction spaces in a given place is perceived by creative workers as relevant for the creativity that is regulated by the

type of industry, and (H7) The relevance of information and communication infrastructures as well as of digital networks for the generation of creative ideas depends of the type of industry and its location.

In creative spaces, we must find evidence of territorial embeddedness, that is, the development of activities that are firmly based on local culture and traditions. In this case, (H8) According to the creative workers' perception, the relationship between the influence of the creative space's attributes on creativity and the general influence of the city's milieu on creativity depends on the company's location and the type of industry.

In order to explore these hypothetical relations, we suggest the operationalization of creativity through the degree of originality of new ideas.

## Conclusion

These hypotheses may guide the formulation of projects aiming at identifying relationships between social and territorial aspects and creativity, factors that we assume to be essential to the development of capitals in the city of Rio de Janeiro. Initiatives meant to develop the city's creative economy must be able to preserve and amplify assets that foment local creativity. Actions and policies that are founded upon studies based on categories that are employed to describe the capitalist economic models that have been adopted to this day will be inevitably contaminated by the same rational matrix. If creative activities are to play a role in the development of the degree of civilization in a certain geographic space, social benefits will not emerge from business attraction or support



mechanisms. Neither will this happen through the attraction or internal development of specialized talents, since this would cause a reduction in local diversity. On the other hand, we don't want to deny the role and contribution of economic activities. When we invert the sense of means and ends, between the social and the economic, we are only directing our efforts towards the preservation of a human attribute that we consider essential for the full development of mankind. Economic elements and structures are imperfect, and will always be under a process of improvement; their demand for political, human, and financial resources inevitably forces the convergence of all efforts to meet these same demands, indefinitely postponing the achievement of the ends to which they are means. On the other hand, if we aim at the fulfillment of human social needs, we favor the development of some of the rarest resources coveted by businesses, without degrading

the quality of life or destroying the characteristics of the social groups that dwell in a certain area.

In order for the city's creative industries to be developed, it is essential to identify the ways and means by which a territory's creativity flows among businesses within a same activity group as well as between distinctive groups. We must, however, be able to evaluate which companies can actually be classified within a same taxonomic group, or, at least, which properties – in regard to the flow of creative ideas – they share or mutually supplement. Research might explore the hypothetical relationships we have proposed through the evaluation of the flow of new ideas in the city's creative activities. The identification of the degree of embeddedness of each type or category of activity in spaces of flows or spaces of places will assist policies and actions in propelling the city's creative economy by fully making use of the diversification and wealth of its capitals.

## **BIBLIOGRAFIA / REFERENCES:**

BAER, MARKUS. THE STRENGTH-OF-WEAK-TIES PERSPECTIVE ON CREATIVITY: A COMPREHENSIVE EXAMINATION AND EXTENSION. *JOURNAL OF APPLIED PSYCHOLOGY*, v. 95, n.3, p.592–601, 2010.

BOWEN, HARRY, P.; MOESEN, WIN; SLEUWAEGEN, LEO. A COMPOSITE INDEX OF THE CREATIVE ECONOMY WITH APPLICATION TO REGIONAL BEST PRACTICES. *VLERICK LEUVEN GENT MANAGEMENT SCHOOL WORKING PAPER SERIES*, 2006.

BRAUN, ERIK; LAVANGA, MARIANGELA. *AN INTERNATIONAL COMPARATIVE QUICK SCAN OF NATIONAL POLICIES FOR CREATIVE INDUSTRIES*. EUROPEAN INSTITUTE FOR COMPARATIVE URBAN RESEARCH (EURICUR). ERASMUS UNIVERSITY ROTTERDAM. 2007.

BRENAN-HORLEY, CHRIS; GIBSON, CHRIS. WHERE IS CREATIVITY IN THE CITY? INTEGRATING QUALITATIVE AND RESEARCH METHODS. *ENVIRONMENT AND PLANNING A*, v.41, p. 2592-2614, 2009.

BRUNO, FLAVIO S.; FONSECA NETTO, HENRIQUE; BRUNO, ANA C. M.. ASPECTOS IMPULSIONADORES DO POTENCIAL INOVADOR DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO NO DISTRITO CRIATIVO DE FLÂNDRES: INSPIRAÇÕES PARA A FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS NO BRASIL. *REVISTA PRODUÇÃO ONLINE*, v.11, n.4, p.1028-1058, OUT.-DEZ. 2011.

BRUNO, FLAVIO S.; RODRIGUES, ALEXANDRE F. POSSIBILIDADES PARA O AUMENTO DO GRAU DE CIVILIZAÇÃO DOS ESPAÇOS COLONIZADOS PELOS TALENTOS CRIATIVOS DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. *REVISTA DE DESIGN INOVAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA*, v.2, n.2, p.361-395, MAIO-AGO. 2011.

- BURT, RONALD S. STRUCTURAL HOLES AND GOOD IDEAS. *AMERICAN JOURNAL OF SOCIOLOGY*, v.110, n.2, p. 349-399, SEP. 2004.
- CASTELS, MANUEL. THE SPACE OF FLOWS. IN: *THE RISE OF THE NETWORK SOCIETY*. 2 ED. OXFORD: WILEY-BLACKWELL, 2009.
- DESROCHERS, PIERRE. LOCAL DIVERSITY, HUMAN CREATIVITY, AND TECHNOLOGICAL INNOVATION. *GROWTH AND CHANGE*, v.32, SUMMER 2001.
- DESROCHERS, PIERRE; HOSPERS, GERT-JAN. CITIES AND THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF NATIONS: AN ESSAY ON JANE JACOBS' CONTRIBUTION TO ECONOMIC THEORY. *CANADIAN JOURNAL OF REGIONAL SCIENCE*. PRIMAVERA, v. XXX, n.1, p.115-130, 2007.
- EVANS, GRAEMY. CREATIVE CITIES, CREATIVE SPACES AND URBAN POLICY. *URBAN STUDIES*, v.46, n.5/6, p.1003-1040, MAIO 2009.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. A CADEIA DA INDÚSTRIA CRIATIVA DO RIO DE JANEIRO. DIVISÃO DE ESTUDOS ECONÔMICOS. *ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO*, n.2, MAIO 2008.
- FLORIDA, RICHARD; TINAGLI, IRENE. EUROPE IN THE CREATIVE AGE. *FINAL REPORT TO THE SOFTWARE INDUSTRY CENTER AT CARNEGIE MELLON*. THE ALFRED P. SLOAN FOUNDATION AND DEMOS, FEBRUARY, 2004.
- GRANOVETTER, MARK. THE STRENGTH OF WEAK TIES. *THE AMERICAN JOURNAL OF SOCIOLOGY*, v.78, n.6, p.1360-1380, MAY 1973.
- HESMONDHALGH, DAVID; PRATT, ANDY C.. CULTURAL INDUSTRIES AND CULTURAL POLICY. *INTERNATIONAL JOURNAL OF CULTURAL POLICY*, v.11, n.1, p. 1-14, 2005.
- HONG KONG SPECIAL ADMINISTRATIVE REGION OF CHINA GOVERNMENT. *A STUDY ON CREATIVE INDEX*. HOME AFFAIRS BUREAU, 2005.
- KEA EUROPEAN AFFAIRS. *IMPACT OF CULTURE ON CREATIVITY*. A STUDY PREPARED FOR THE EUROPEAN COMMISSION (DIRECTORATE-GENERAL FOR EDUCATION AND CULTURE. JUNE 2009.
- LONDON DEVELOPMENT AGENCY; THE CITY OF TORONTO ECONOMIC DEVELOPMENT AND CULTURE OFFICES; THE ONTARIO MINISTRIES OF RESEARCH & INNOVATION AND CULTURE. *STRATEGIES FOR CREATIVE SPACES. PHASE 1 REPORT*, SEPTEMBER 2005.
- McFADYEN, M.ANN; SEMADENI, MATTHEW; CANNELLA JR, ALBERT A.. VALUE OF STRONG TIES TO DISCONNECTED OTHERS: EXAMINING KNOWLEDGE CREATION IN BIOMEDICINE. *ORGANIZATION SCIENCE*, v.20, n.3, p.552-564, MAY-JUNE 2009.
- MINISTERIAL CREATIVE INDUSTRIES STRATEGY GROUP. *CREATIVE INDUSTRIES MAPPING DOCUMENT*. 2001. DISPONÍVEL EM [HTTP://WWW.CULTURE.GOV.UK/REFERENCE\\_LIBRARY/PUBLICATIONS/4632.ASPX](http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx). ACESSO EM 27 FEV 2009.
- OHLY, SANDRA; KASE, ROBERT; SKERLAVAJ, MIHA. NETWORKS FOR GENERATING AND FOR VALIDATING IDEAS: THE SOCIAL SIDE OF CREATIVITY. *INNOVATION: MANAGEMENT, POLICY AND PRACTICE*, v.12, p.41-52, 2010.
- PIORE, MICHAEL J.; SABEL, CHARLES F. *THE SECOND INDUSTRIAL DIVIDE: POSSIBILITIES FOR PROSPERITY*. NEW YORK: BASIC BOOKS, 1984.
- RIO DE JANEIRO (CIDADE). DECRETO N.º 34128, DE 15 DE JULHO DE 2011. CRIA A REDE RIO DISTRITO DE CRIATIVIDADE, INTEGRANTE DA REDE INTERNACIONAL DISTRICTS OF CREATIVITY NETWORK. *DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO*, RIO DE JANEIRO, ANO XXV, N 85, D.O. RIO DE 15/07/2011.
- RIO DE JANEIRO (CIDADE). PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. PÓS 2016: O RIO MAIS INTEGRADO E COMPETITIVO. *PLANO ESTRATÉGICO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO 2009-2012*. DISPONÍVEL EM: <[HTTP://200.141.78.79/dlstatic/10112/126674/DLFE-2713.pdf/planejamento\\_estrategico\\_site.pdf](http://200.141.78.79/dlstatic/10112/126674/DLFE-2713.pdf/planejamento_estrategico_site.pdf)>. ACESSO EM: 13/03/2012.
- RUEF, MARTIN. STRONG TIES, WEAK TIES AND ISLANDS: STRUCTURAL AND CULTURAL PREDICTORS OF ORGANIZATIONAL INNOVATION. *INDUSTRIAL AND CORPORATE CHANGE*, v.11, n.3, p.427-449, 2002.

SABATÉ, JOAQUÍN; TIRONI, MANUEL. RANKINGS, CREATIVIDAD Y URBANISMO. *REVISTA EURE*, v.34, n.102, p.5-23, AGO. 2008.

SOSA, MANUEL E.. WHERE DO CREATIVE INTERACTIONS COME FROM? THE ROLE OF THE CONTENT AND SOCIAL NETWORKS. *ORGANIZATION SCIENCE*, v.22, n.1, p.1-21, JAN./FEB. 2011.

TEIGLAND, ROBIN; WASKO, MOLLY M. CREATIVE TIES AND TIES THAT BIND: EXAMINING THE IMPACT OF WEAK TIES ON INDIVIDUAL PERFORMANCE. IN: *PROCEEDINGS OF THE TWENTY FIRST INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS*, v.1, n.1, PUBLISHER ASSOCIATION FOR INFORMATION SYSTEMS, p.313-328, 2000.

UNCTAD. *CREATIVE ECONOMY REPORT 2010*. UNITED NATIONS, 2010.

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM. AMSTERDAM INSTITUTE FOR SOCIAL SCIENCE RESEARCH. DEPARTMENT OF GEOGRAPHY AND PLANNING. ACCOMMODATING CREATIVE KNOWLEDGE. DISPONÍVEL EM [HTTP://ACRE.SOCSCI.UVA.NL/](http://acre.socsci.uva.nl/). ACESSO EM 17/11/2011.

WORLD INTELLECTUAL PROPRIETY ORGANIZATION. *GUIDE ON SURVEYING THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF THE COPYRIGHT INDUSTRIES*. GENEVA, WIPO, 2003.

ZHOU, JING; SHIN, SHUNG J.; BRASS, DANIEL J.; CHOI, J.; ZHANG, Z.. SOCIAL NETWORK, PERSONAL VALUES, AND CREATIVITY: EVIDENCE FOR CURVILINEAR AND INTERACTION EFFECTS. IN: *JOURNAL OF APPLIED PSYCHOLOGY*, v.94, p.1544-1552, 2009.

ZURKIN, SHARON; BRASLOW, LAURA. "THE LIFE-CYCLE OF NEW YORK'S CREATIVE DISTRICTS: REFLECTIONS ON THE UNANTICIPATED CONSEQUENCES OF UNPLANNED CULTURAL ZONES". IN: *CITY, CULTURE AND SOCIETY*, DOI: 10.1016/j.ccs.2011.06.003, 2011.







Gráfica e Editora Ltda.